

FACULTAD DE COMUNICACIÓN – UNIVERSIDAD DE SEVILLA

*La imagen de los pueblos indígenas en la revista
National Geographic durante el periodo 2005-2015:
un análisis de contenido*

Trabajo Fin de Grado

Autor: Adrián Ortiz Lozano / Tutor: Miguel Alcívar Cuello

20/06/2016



ÍNDICE

<u>RESUMEN</u>	<u>pág. 2</u>
<u>INTRODUCCIÓN</u>	<u>pág. 3</u>
<u>MARCO TEÓRICO</u>	
1. <i>National Geographic</i> : una ventana al mundo	<u>pág. 5</u>
2. <i>National Geographic</i> : entre antropología y comunicación	<u>pág.13</u>
3. Los medios de comunicación de masas y la globalización	<u>pág.19</u>
<u>OBJETIVOS E HIPÓTESIS</u>	<u>pág.23</u>
<u>METODOLOGÍA</u>	<u>pág.24</u>
<u>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</u>	<u>pág.28</u>
<u>CONCLUSIONES</u>	<u>pág. 45</u>
<u>BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA</u>	<u>pág.47</u>
<u>ANEXO I: Índice de reportajes (Muestra del estudio)</u>	<u>pág.49</u>
<u>ANEXO II: Fichas de análisis</u>	<u>pág.52</u>

RESUMEN (ABSTRACT)

Este estudio pretende revelar la representación o representaciones que establece la revista *National Geographic* sobre los pueblos indígenas. Concretamente, se centrará en los reportajes publicados en su edición en español durante el periodo 2005-2015. El estudio se justifica debido a la importancia de la revista: la más difundida en el ámbito de la divulgación geográfica y una de las diez con mayor tirada del mundo. Es, además, un referente en el ámbito del fotoperiodismo y ha puesto su mirada en todos los países y pueblos del mundo, lo que la convierte en un generador de cultura en sí mismo (Álvarez, 2008).

El análisis de contenido muestra que hay una continuidad en cómo *National Geoprahic* ha representado a los pueblos indígenas y cómo ha contribuido a moldear la imagen que tenemos de ellos. Se trata de una visión idealizada que perpetúa la visión hegemónica en las relaciones entre *occidente* y *los otros*. Por lo tanto, es necesario aplicar una visión crítica y atenta ante la construcción y representación estereotípica que se establece sobre los otros. Cabe preguntarse, entonces, si hay una imposibilidad de representar a los pueblos indígenas sin recurrir a lo establecido, a lo ya conocido (Ramírez, 2011)

Palabras clave: *National Geographic*; pueblos indígenas; pueblos tribales; etnia; representación; occidente; otredad; medios de comunicación

This study aims to reveal the representation of indigenous peoples made by National Geographic. Concretely, it will be focused on the reports that were published in the Spanish edition between 2005 and 2015. The high impact of the magazine explains the relevance of the current study: it is the most disseminated in the field of geographic divulgation and it is placed among the top 10 most read magazines in the world. In addition, it is a model in the field of photographic journalism and its content includes every country and population around the globe. Thus, it has become a culture generator itself (Álvarez, 2008). The analysis of the content shows that there is some continuity in the way in which National Geographic has been representing indigenous peoples as well as in how it has contributed to shape our image of them. It consists of an idealized view that perpetuates the hegemonic perspective towards the relationships between Western countries and the rest. Consequently, it is necessary to hold a critical and attentive view towards stereotyped representations of others. It would be appropriate to wonder whether there is a impossibility to represent indigenous peoples without turning to the already established approaches or to which is already known (Ramírez, 2011).

Key words: National Geographic; indigenous; mass media; hegemonic perspective

INTRODUCCIÓN

El tema de la investigación es la representación o la imagen establecida por la revista *National Geographic* sobre la diversidad de pueblos indígenas del mundo. Concretamente, a través de la fotografía y el texto de los reportajes de divulgación antropológica publicados entre 2005 y 2015.

Se entiende que la revista es principalmente fotoperiodística y, por tanto, necesita de una interpretación conjunta de las fotografías y los textos. Las primeras adquieren una importancia principal: el primer nivel de lectura es eminentemente visual. De aquí nace el objetivo principal del estudio: analizar el tratamiento mediático y la imagen de los pueblos indígenas en los reportajes de *National Geographic*.

Esta investigación nace del interés por unir dos ramas del conocimiento que resultan de relevancia incuestionable para entender al ser humano y la complejidad del mundo actual: la comunicación y la antropología.

Se entiende entonces la antropología como una ciencia capaz de proporcionar una perspectiva global y comparativa para entender el origen y el porvenir del mundo moderno (Harris, 1983) y, el periodismo, no como una reconstrucción de la verdad, sino como una interpretación de ella (Pena de Oliveira, 2006)

De este interés previo surgen las preguntas que, finalmente, estructuran y moldean el objeto, el método y los objetivos de la investigación. Estas preguntas se dan en un contexto de finalización de la etapa de formación universitaria y, por tanto, cuentan con cierto sustento teórico para su correcta aplicación.

El hecho de elegir a los pueblos indígenas para desarrollar este trabajo final, de broche, de cierre de etapa, surge de una empatía hacia los sectores más vulnerables de la sociedad, en un mundo donde se acaba imponiendo cada vez más una manera vertical, preestablecida, predefinida y precaria de existir.

El papel de los medios de comunicación (la prensa y las revistas como parte de ellos) ocupan una posición privilegiada en el escenario contemporáneo, por su capacidad para moldear la opinión pública y su situación como agente de la realidad; es quien selecciona aquello que es noticia y aquello que no, de lo que se convierte en una historia o de lo que se queda sin voz (Pena de Oliveira, 2006)

Muchos estudios centrados en la visión que establecen los medios de comunicación sobre los otros (Álvarez, 2008; Ramírez, 2001) argumentan que la visión de *National Geographic* no es inocente, propaga una visión del mundo determinada. Es decir, exporta una imagen de ciertas culturas del mundo que contribuye a la construcción y perpetuación de una única representación (Tinajero, 2011).

En el presente trabajo de investigación abordaremos todas estas cuestiones. Primero haremos un recorrido por la historia de la revista haciendo hincapié en su relación y vinculación con los pueblos indígenas; posteriormente, se profundizará en los conceptos antropológicos básicos que nos ocupan y se intentará contestar a preguntas sobre la idea del Otro, al cómo se define y se representa a los pueblos indígenas y qué lugar ocupa nuestra objeto de estudio en todo este debate.

Por tanto, la metodología de estudio intentará trasladar esta reflexión teórica a la práctica mediante la aplicación de varias categorías y variables que nos proporcionarán los resultados y la discusión con los autores que componen nuestro marco de partida.

Previamente, y para situar en una perspectiva diferente al lector, se reproduce un fragmento de la película *El reportero* (de Antonioni). Se trata de un diálogo-entrevista entre Locke (el personaje de Jack Nicholson) y un chamán:

Locke: ¿No es inusual que alguien como usted haya pasado varios años en Francia y Yugoslavia? ¿Eso cambia su actitud hacia ciertas costumbres tribales? ¿Ahora no le parecen falsas quizá para la tribu?

Chamán: Señor Locke, hay respuestas perfectamente satisfactorias a sus preguntas. Pero creo que no entiende lo poco que puede aprender de ellas. Sus preguntas revelan mucho más sobre usted mismo que lo que mi respuesta revelaría sobre mí.

Locke: Mi intención fue sincera

Chamán: (Se pone de pie, la imagen de la imagen se empieza a mover ya que el Chamán ha tomado la cámara, y toma un primer plano del reportero). Ahora podemos mantener una entrevista. Puede hacerme las mismas preguntas de antes.

MARCO TEÓRICO

1.-NATIONAL GEOGRAPHIC: UNA VENTANA AL MUNDO

“Somos un gran medio, pero el poder de la marca es mucho más grande”¹

Para entender y situar este proyecto de investigación es necesario contextualizar la revista *National Geographic*. Partiremos desde sus inicios como el boletín oficial de *National Geographic Society*, organización sin ánimo de lucro que se convirtió durante el siglo XX en un referente cultural. Después reduciremos más el marco y haremos un breve recorrido por la expansión internacional de la revista en las últimas décadas, centrándonos en su versión en español, inaugurada en el año 1997. Al final de este primer capítulo, introduciremos la visión que tiene la revista sobre el mundo, pues varios autores señalan y critican que su visión no es inocente.

1.1. Del siglo XIX al siglo XX: un acercamiento a la revista

La revista *National Geographic* nace en 1888, con el mismo nombre de la sociedad fundadora, y en un contexto de crecimiento técnico y periodístico: la Revolución Industrial ya había consolidado el modelo de producción capitalista. Fue fundada por Gardiner Green Hubbard, un reconocido abogado de Boston y promotor de los descubrimientos de Alexander Graham Bell, su yerno, quien se convertiría posteriormente en director. Citamos la idea que mantenía su primer presidente:

Nuestra sociedad no estará únicamente conformada por geógrafos, sino también por una larga lista de personas, como yo, decididas a promover investigaciones especiales a cargo de otros, así como también a la difusión del conocimiento ganado entre los hombres, de tal manera que todos podemos conocer más sobre el mundo en el que vivimos.²

Durante su primera etapa hubo varios hechos que contribuyeron de manera considerable al crecimiento de la revista, sobre todo las grandes expediciones a las tierras árticas y antárticas, a África y a los territorios de las civilizaciones prehispánicas, como el “hallazgo de Machu Picchu”, por la expedición de Hiram Bingham³.

¹ Cita extraída de una entrevista realizada al director de fotografía de la revista, David Griffin, publicada en Soitu.es: http://www.soitu.es/soitu/2009/09/02/actualidad/1251847595_837571.html

² En línea: <http://www.nationalgeographic.com/birth/nfor5at.html> [04/05/2016]

³ Puede leerse online el artículo, de 1913: <http://ngm.nationalgeographic.com/1913/04/machu-picchu/bingham-text> [04/05/2016]

En este sentido, Codinach, en su análisis sobre la visión de África en la revista, defiende que, desde sus inicios a finales del XIX y hasta mediados de los años cincuenta del siglo XX, “National Geographic hizo suyo el discurso del estándar civilizador de Kipling⁴, destacando siempre el carácter benéfico de estos civilizadores que aceptaban sobre sus hombros la pesada carga del hombre blanco que justificó el ataque colonialista” (Casas, 2014, p.11).

Poco después, en 1898, Alexander Graham Bell asume la presidencia de la revista durante seis años, tras la muerte de su predecesor. Continúa con la misma línea editorial, cuyo lema principal fue “*the world itself and all it holds*”⁵ y cuya intención era popularizar la ciencia y la geografía entre la población promedio (Tinajero, 2011). Los pilares básicos de esta etapa quedaron definidos oficialmente por Gilbert Hovey Grosvenor, quien fue el principal responsable de la revista entre 1901 y 1954. Los siete principios orientadores o *guiding pinciples* quedaron enunciados en el número de la revista publicado en marzo de 1915:

1. *Lo principal es la exactitud absoluta, nada puede ser impreso si no concuerda estrictamente con los hechos.*
2. *Abundancia de ilustraciones bellas, instructivas y atractivas.*
3. *Todo lo que se publique en la revista tiene que contar con la característica de perdurar en el tiempo. Esto con el fin de que cientos de publicaciones pasadas puedan servir continuamente en los salones de clases, hogares y librerías.*
4. *Están prohibidas las notas personales o de carácter trivial.*
5. *No se imprime nada que tenga que ver con temas controversiales o partidistas.*
6. *Sólo se publica lo que es naturalmente agradable sobre algún país o persona, se deben evitar las informaciones desagradables o excesivamente críticas*
7. *El contenido de cada número está planteado con el punto de vista de tener información más reciente, se planificará con la idea de que sea oportuno.*

Para algunos autores, a lo largo de sus 128 años de historia, la revista National Geographic ha mantenido una política editorial similar, sobre todo durante la mayor parte del siglo XX. A pesar de haber sufrido grandes cambios y modificaciones que la

⁴ Se refiere a la lectura popular que se hizo a finales del XIX sobre el poema «La carga del hombre blanco», de Rudyard Kipling. El discurso promovía o ensalzaba la visión dominante en la época (racista, eurocentrista e imperialista). Fue publicado originalmente en la revista popular McClure's en 1899, con el subtítulo «The United States and the Philippine Islands» («Los Estados Unidos y las Islas Filipinas»), justificando como una noble empresa el dominio del hombre blanco sobre las definidas como "razas inferiores". La autora argumenta que esta visión dominante estaba impresa sobre la revista National Geographic durante su primera etapa, hasta bien entrado los años 50 del siglo XX.

⁵ “*El mundo en sí mismo, y todo lo que abarca*” [Traducción propia]

han llevado a convertirse en la revista de contenido divulgativo y geográfico más difundida del mundo (Álvarez, Martínez, Lozano, Santamaría y Schumann, 2008).

Sin embargo, y a pesar de que los lineamientos de la revista en sus inicios pueden ser discutidos respecto al valor de su función periodística, son varios los autores que consideran National Geographic “no sólo un producto cultural sino un generador de cultura en sí mismo, cuya credibilidad se sitúa más en el ámbito del libro o la enciclopedia que en el de las revistas populares” (Casas, 2014, p.1).

Para entender un poco mejor su evolución desde finales del siglo XIX y su consolidación durante todo el siglo XX haremos un breve recorrido por su evolución y sus principales hitos⁶ que se muestra en la tabla número 1.

TABLA N°1: CRONOLOGÍA DE LA NATIONAL GEOGRAPHIC

Fecha	Logro
1888	El N°1 de la revista fue enviado a 200 miembros de la Sociedad
1926	Primera fotografía submarina en color, por Charles Martin y W.H Longley
30-40	Aprox. 1 millón de ejemplares. (NG abre sus datos al gobierno de EE.UU)
1962	NG Society financia la expedición americana que conquista al Everest
1969	Los 11 astronautas del Apollo llevan la bandera de la N.G Society a la luna
1984	Más de 10 millones de ejemplares durante los 70 y 80. Se funda NG Viajes
90	NG abre su página web y el canal de TV, con 350 millones de suscriptores

Fuente: press.nationalgeographic.com (Elaboración propia)

1.2 Del siglo XX al XXI: posicionamiento en el extranjero

A finales del siglo XX la Sociedad National Geographic decidió externalizarse. Empezar a publicar, no sólo para el público norteamericano, sino para el resto del mundo -o al menos para el mundo occidental-. Su primer objetivo: Japón, en 1995. El segundo fue España, primer país europeo donde se lanzó una edición de la revista

⁶ Para descubrir más sobre la historia de la revista National Geographic y sus principales hitos, puede consultar la fuente en: <http://press.nationalgeographic.com/about-national-geographic/milestones/>

National Geographic. La decisión fue acertada. Se convirtió en la revista más difundida del mundo en su ámbito: la divulgación científica y el contenido geográfico. Actualmente es una de las diez revistas más vendidas en Norteamérica y numerosos países europeos, incluido España (Álvarez et al, 2008).

Desde su fundación la revista ha crecido hasta convertirse en una de las marcas-ícono y referente del fotoperiodismo mundial. Se estima que el magazine, junto con los canales de televisión, documentales, productos educativos, recopilaciones, libros y material especializado alcanza una audiencia de 325 millones de personas al año⁷.

La revista, a fecha de finales del año 2015, contaba con unos 7 millones de afiliados y es leída por más de 60 millones de personas en el mundo, cada mes. Vendiéndose en todo el planeta y publicándose en 40 lenguas diferentes, su última edición estrenada fue en la lengua local de Azerbaiyán, en septiembre de 2014.

Su alcance no se mide sólo por la revista oficial, sino por todo lo que compone su marca. Actualmente, National Geographic Channel alcanza a 440 millones de hogares de 171 países distintos en 38 lenguas diferentes. La web oficial de National Geographic recibe más de 20 millones de visitas al mes y la institución ha llevado a cabo más de 10.000 investigaciones científicas, además de proyectos de conservación, arqueología y educativos o de promoción de la alfabetización sobre temas geográficos⁸.

1.2.1 La edición en español de National Geographic

“La primera conexión en España fue en la década de los noventa cuando firman un acuerdo con RBA publicaciones y el Grupo Planeta para editar y distribuir todos los libros de National Geographic Society en España, Latinoamérica y Portugal” (Domínguez, 2011, p.39).

Tal y como recoge el autor en su estudio sobre el nacimiento y la evolución de la edición en español de la revista (1997-2007), los miembros del consejo de dirección de la National Geographic Society decidieron lanzar este estudio de mercado para comprobar si “el mundo hispano” estaba interesado por las publicaciones. Pues para el

⁷ Dato extraído de: http://www.soitu.es/soitu/2009/09/02/actualidad/1251847595_837571.html

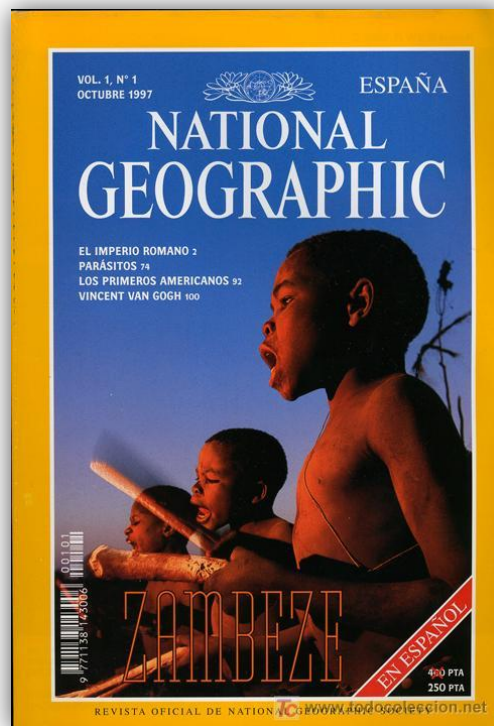
⁸ Datos extraídos de la organización sin ánimo de lucro, Alliance for Audit Media: <http://auditedmedia.com/news/news-releases/archive/nat-geo-shows-309-million-worldwide-audience-via-the-cmr/>

año 1995, la sociedad ya contaba con 35.000 suscriptores españoles de la versión en inglés (Domínguez, 2011)

El primer ejemplar oficial de la revista llegó en octubre de 1997, tras el éxito del número cero, lanzado en el mes de agosto con una tirada limitada de 400.000 ejemplares. Que, tal y como anunciaron los periódicos de la fecha, se agotó en España. (Domínguez, 2011)

El ejemplar de octubre, es decir, el número uno se estrenó, en su primera portada oficial, con una fotografía que mostraba a la tribu Luvale de Zambia durante una ceremonia de iniciación a la edad adulta. Esto pone de manifiesto, como veremos en el siguiente apartado sobre la visión del mundo de *National Geographic*, que el interés de la sociedad por los pueblos indígenas siempre ha estado presente.

FOTO 1: Portada de Octubre de 1997



Según el acuerdo alcanzado entre RBA y *National Geographic Society*, “la revista debía contener el mismo diseño y formato que la estadounidense” (Domínguez, 2011 p.40). Al igual ocurrió con los contenidos, que serían designados desde la sede de Washington.

Sin embargo, según una entrevista realizada por Vicente Domínguez al director de la edición en español, Josep Cabello, la intención del equipo editorial con sede en Barcelona ha sido incorporar reportajes y contenidos propios:

Desde 1997, la revista ha ido evolucionando constantemente con un claro objetivo: ofrecer al lector no sólo los contenidos de la edición en inglés, que se producen en la sede central de Washington, sino incrementar de forma relevante la presencia de temas propios para dar a conocer la gran labor que el colectivo de investigadores españoles lleva a cabo dentro y fuera del país, así como el trabajo de nuestros mejores fotógrafos.⁹

Pese al reto que supuso para *National Geographic* establecerse en España, pues se trataba del primer país europeo y el segundo del mundo en contar con una edición externa a la oficial de Washington, la versión terminó siendo un éxito. Queda ratificado por los más de 2 millones de ejemplares que se han consumido de media en España, además de una media de más de 100.000 suscriptores mensuales durante sus 19 años de funcionamiento¹⁰.

Es, por todo ello, una revista icono, posicionada como marca referente en el ámbito del fotoperiodismo y de las publicaciones tipo magazine, cuya credibilidad se inscribe más en el terreno de lo enciclopédico o académico que en el de la divulgación de su ejercicio periodístico.

1.3 National Geographic: un marco amarillo que enfoca el mundo

La revista *National Geographic* está considerada como “un icono de la cultura de masas y modelo paradigmático de los contenidos antropológicos-paisajísticos clásicos, cuya mirada ha moldeado la imagen que generaciones de norteamericanos tienen del resto del mundo, especialmente de aquellos lugares remotos” (Casas, 2014).

Desde sus comienzos la sociedad nació con un afán expedicionario que ejecutó y documentó muchos de los principales hallazgos del siglo XX, en una línea casi perpetuadora de los primeros colonizadores o de los posteriores exploradores y científicos de la Ilustración. Las imágenes de la revista han mostrado numerosos descubrimientos, expediciones, paisajes, tribus y pueblos que han sido una ventana al mundo para muchas generaciones de lectores.

⁹ Fragmento de la entrevista recogida en Domínguez, 2011:

¹⁰ Datos actualizados a través de la Auditoría de Medios Impresos, OJD: <http://www.introl.es/buscador/>

Ejemplo de ello, y de su interés inicial por las otras culturas y por los pueblos indígenas del mundo, es la foto publicada en el número de noviembre de 1896. Es considerada como uno de los grandes hitos de la *National Geographic*. La fotografía retrata un matrimonio de la tribu de los zulúes y es la primera imagen que mostraba en una publicación los pechos desnudos de una mujer¹¹.



FOTO 2: Tribu de los zulúes, John Hyde

Según *National Geographic*, dicha fotografía marcó un antes y un después a la hora de mostrar a los pueblos indígenas tal y como son. Respecto a la forma de retratar a los indígenas y a la importancia de la imagen en la revista profundizaremos con mayor perspectiva en el siguiente punto.

Como recogen diversos autores, la marca *National Geographic* ha contribuido a modelar la imagen que el mundo tiene de sí mismo, “de la geografía y, de manera más amplia, su forma de percibir el mundo, sus culturas y sus paisajes” (Álvarez et al. 2008). Son varios los que, preocupados por el amplio alcance de este medio, han estudiado minuciosamente los contenidos, las imágenes y la idea que transmite la revista sobre los lugares donde pone el foco.

A pesar de que ninguno de ellos parece haber centrado la atención en los pueblos indígenas como campo de estudio concreto, autores como Codinach, Tinajero y Haber han identificado y trabajado con la idea del llamado Tercer Mundo propuesta por la revista. Desde una perspectiva crítica con la misma, pues entienden la idea que transmite la revista como modelo perpetuador de la visión occidental hegemónica, que mira con superioridad y extrañeza hacía las otras culturas.

Para Casas, la mirada de la revista está marcada por un carácter androcéntrico del mundo y por una fascinación por la época colonial que se mantiene entrado el siglo XX.

¹¹ Pueden verse “los hitos de la fotografía de la revista” en la página web: <http://nationalgeographic.es/fotografia/hitos-fogografia-national-geographic/imagen/culturas-indigenas> [02/05/2016]

En su estudio, tras analizar la imagen que la revista exporta sobre África, argumenta que durante todo el siglo la revista sigue un patrón muy concreto a la hora de representar al Tercer Mundo. Discursos que siguen manteniendo una idea de lo exótico y lo primitivo cuando miran al continente africano (Casas, 2011).

Argumentan que la visión de *National Geographic* no es inocente, propaga una visión del mundo que está marcada por una visión etnocéntrica¹² de los otros pueblos. En palabras de Tinajero: “exporta culturas del mundo o, para una mayor precisión, exporta una imagen determinada de ciertas culturas del mundo” (2014).

Por lo tanto, y aunque sabemos que todos los medios optan por un lineamiento editorial, o ideológico, cabe preguntarse cuál es el de esta revista líder en los países occidentales y cómo es la imagen o idea del mundo que nos ofrece. Porque “así como no puede existir *la Verdad* tampoco *la Imagen*. Más aún si se trata de un cultura, puesto que ésta, cualquiera que sea, es sumamente compleja” (Tinajero, 2014).

En un editorial publicado en febrero de 2014, *National Geographic* decía así¹³:

Hablamos constantemente de culturas indígenas. A decir verdad, llevamos haciéndolo desde que en 1896 John Hyde, uno de los primeros directores de la revista, publicara una fotografía de una pareja de novios zulúes. Es parte integrante de nuestro ADN y una de las muchas formas de mostrar a los lectores la enorme diversidad de nuestro mundo [...] Esta certeza se palpa también en los magistrales retratos del fotógrafo Martin Schoeller, quien ha escrito que «un primer plano crea una confrontación entre el sujeto y el espectador que sería imposible en una relación cotidiana». A través de su lente vemos a estos hombres, mujeres y niños como lo que son, inefablemente humanos. Su mirada tiende un puente capaz de salvar cualquier abismo geográfico y cultural.

El editorial, bajo el título “Fieles a sí mismos”, hace referencia al reportaje que ilustraba la portada del número de febrero del 2014, con la ya carismática fotografía de un niño de la tribu brasileña de los kayapó. Parece acertado el título para dar paso al siguiente punto, donde cuestionaremos dicha fidelidad entre quien mira –como lector, como fotógrafo- y quien es representado.

¹² La RAE define etnocentrismo como: *Tendencia emocional que hace de la cultura propia el criterio exclusivo para interpretar los comportamientos de otros grupos, razas o sociedades.*

¹³ En: http://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/editorial-fieles-a-si-mismos-2_7934 [06/05/16]

2. NATIONAL GEOGRAPHIC: ENTRE ANTROPOLOGÍA Y COMUNICACIÓN

*Los indios son lo que no somos*¹⁴

A partir de aquí, para entender la visión que la revista *National Geographic* ha exportado sobre los pueblos indígenas, es necesario reflexionar sobre cómo se han representado *los otros* (las minorías culturales, los pueblos no occidentales) en los países occidentales. Es decir, contestaremos, a través de los estudios y argumentaciones de diferentes autores, a las siguientes preguntas: ¿cómo se ha informado sobre el indígena, sobre el otro, desde Europa y Norteamérica? ¿Cómo se le representa a través de la fotografía? ¿Requieren, “las culturas poderosas”, la presencia del otro diferente, frente a un nosotros expandido? ¿Qué lugar ocupa la revista en todo esto?

2.1 ¿Quién es el Otro?

Los conceptos de alteridad y otredad han sido foco de estudio de la antropología y la sociología durante todo el siglo XX. Numerosos autores, desde Simone de Beauvoir o Sartre hasta Lacan y Lévinas han reflexionado sobre el concepto¹⁵, creando lo que el reconocido periodista y escritor Ryszard Kapuściński ha renombrado como “filosofía del encuentro, o filosofía del otro” (Kapuściński, 2006).

Este punto es un esforzado intento por aplicar la complejidad de las teorías sobre la alteridad a un terreno más cercano al análisis en el que se centra esta investigación. Debemos, por ello, aplicarlo al quehacer del reportero, del antropólogo, del fotógrafo o del medio en general cuando entra en contacto con las otras culturas. Para poder, posteriormente, informar y responder al quiénes son o quiénes somos.

Para empezar, entonces, cabría preguntarse: ¿quién es el Otro?, ¿a qué nos referimos cuando hablamos de la idea de otredad o de alteridad? Kapuscinski (2006, p.20) afirma que “todos los habitantes de nuestro planeta somos Otros ante Otros: yo ante ellos, ellos ante mí”. Pero, ¿a qué se sigue refiriendo el periodista al hablar de una tercera persona – un ellos- y de una primera persona -un mí diferente, distanciado-?

¹⁴ Cita extraída del ensayo de Ramírez (2001), “Fotografía indígena e indigenista”, donde la autora, en forma de pregunta/respuesta, reflexiona sobre qué nos permite considerar, en realidad, una fotografía como “fotografía indígena”, a qué cánones responde y cómo son interpretadas por el que mira -ajeno, lejano- la cultura del otro. Preguntas clave sobre las que se intentarán reflexionar en este apartado.

¹⁵ Para una mayor profundización sobre el tema puede consultarse la obra de Emmanuel Lévinas: *Entre nosotros: ensayos para pensar en otro*. El autor es considerado el padre del término *alteridad*.

Kapuściński (2006, p.31) sostiene que “el Otro, los otros, son calificativos que se pueden entender de muchas maneras y usar en los más diversos sentidos y contextos”. Pero él lo usa para diferenciar, sobre todo, a los europeos “-hombres blancos de Occidente- de los no europeos, no blancos, consciente de que para estos últimos también son otros los primeros”.

Para responder a la pregunta que planteábamos (entender quiénes son ellos y quiénes somos nosotros) el periodista hace un breve recorrido por la historia, desde que el hombre europeo –occidental- se encuentra con otras culturas.

El autor se centra en el periodo de dominación europea que tuvo lugar durante cuatro siglos. Y afirma que, aunque el contacto con los otros ha tenido lugar durante toda la historia de la humanidad, “Europa es quien ha impuesto la fe, las leyes, la escala de valores y el modelo de comportamiento” (Kapuściński, 2006).

Esta superioridad, sustentada durante siglos por la ideología del colonialismo y, posteriormente, por el imperialismo, es la que ha marcado nuestra forma de mirar hacia los pueblos indígenas y hacía las culturas consideradas como inferiores.

Es una visión que aún persiste de manera más sutil en las imágenes y el conocimiento que se exporta sobre los pueblos dominados. En este punto, Reguillo (2002, p.63) plantea que “para pensarse a sí mismas las culturas poderosas requieren de la presencia del *otro* diferente y diferenciado. La alteridad, pues, ha sido pensada, en términos generales, como desviación, y es una diferencia que hoy se intensifica”.

Aclarado, -a rasgos generales-, los términos del otro –ellos- y del nosotros, es oportuno entonces preguntarse cuál es la visión que occidente tiene ahora –después de varios siglos y períodos- sobre el contacto con otras culturas y, más en concreto, sobre los pueblos indígenas.

2.1.1 La idea del otro: de la imaginación colonial al imaginario global

Llegados a este punto, es importante entender, tal y como afirma Reguillo (2002, p. 65), “que el ensanchamiento del mundo derivado de los procesos de expansión colonial, entre varios de sus efectos, va a producir la crisis de lo propio frente a las noticias de otras formas de vida”.

En este sentido, Tinajero afirma que, tras esta primera crisis de lo propio, en el siglo XX, el poder de control pasa con mayor fuerza a Estados Unidos y se inaugura la globalización neoliberal, “la misma que implica una redefinición de la relación entre Occidente y los otros” (Tinajero, 2011).

Magalí Haber, en su análisis sobre la visión que la *National Geographic* exporta del Tercer Mundo, sitúa la revista dentro de la lógica multiculturalista¹⁶, ligada al capitalismo como sistema mundial universal. La misma autora afirma (2008, p. 10) que “la diferencia es aceptada, en términos políticos, por el discurso liberal en tanto se ajuste a la democracia formal occidental, es decir, dentro del marco de las relaciones sociales establecidas por el capitalismo”.

Por su parte, Reguillo defiende que el paisaje mediático actual descentra el lugar que siempre ha ocupado el otro. Un fenómeno propio de la globalización¹⁷ es la emergencia de crear nuevos otros que mantengan la certeza “de un nosotros, expandido, frente a un otros, localizado” (Reguillo, 2002).

Como ya vimos en el punto anterior, la revista *National Geographic* está marcada en sus inicios por una tradición del pensamiento heredera del colonialismo: el imperialismo del siglo XIX y de buena parte del siglo XX. Cabría retomar, empero, si esta corriente se mantiene hasta ahora.

Los autores que se han encargado de analizar el discurso y la imagen que la revista exportan sobre los otros –culturas latinoamericanas, Tercer Mundo o África- en la actualidad, argumentan que la marca *National Geographic* sigue siendo heredera de una tradición de dominación o, como define Reguillo, de un mecanismo que perpetúa la construcción de la diferencia como anomalía.

A este respecto, y para ubicar el punto que ampliaremos a continuación, Casas defiende que sigue habiendo una relación de poder, “una relación paternalista”, entre las culturas occidentales y, en este caso, las culturas africanas. Tal como la relación que se establece

¹⁶ La lógica multiculturalista, en palabras de Haber, “supone la tolerancia de la diversidad mientras que no sea demasiado diversa y por ende peligrosa en tanto capaz de alterar un estado de cosas”. El término multiculturalidad, que surge en el mundo anglosajón en la década de los 70, es controversial y, actualmente, el término de interculturalidad gana más adeptos entre los académicos. Este último parte de la premisa de que ninguna cultura está por encima de otra.

¹⁷ Sobre el fenómeno de la globalización y el lugar que ocupan los medios de comunicación en ello se ampliará en el apartado 1.3.

entre el lector, y el periodista, “y el sujeto primitivo”. Argumenta que esto permite a los autores de los reportajes colarse en las casas de los africanos o mostrar a determinadas tribus sin el plato labial cuando explican que raramente se dejan ver en público sin ese atuendo, por poner sólo dos ejemplos. Esto acaba por presentar a los pueblos indígenas como algo infantil y despolitizado¹⁸ (Casas, 2014).

2.2 La importancia de la imagen: la construcción de un estereotipo

Ramírez advierte sobre la importancia de la fotografía y la imagen en el propio proceso de representación del otro. La autora (Ramírez, 2001, p.120) sostiene que “la antropología y la fotografía se hermanan para dar un estatuto de veracidad no sólo a las realidades descritas, sino a las distancias recorridas [...] Lo indígena se define lejos de su tierra natal, posteriormente a la mirada y los textos; se renombra a través de estereotipos o corrientes teóricas”.

Por ello, Ramírez lanza una serie de preguntas a las que intenta responder en su artículo, refiriéndose a las fotografías sobre indígenas. Recogemos aquí fielmente algunas de ellas:

¿Cuál es su distancia o acercamiento con los indios actuales?, ¿por qué hay tan poco en todas que se pueda relacionar con los últimos movimientos y acontecimientos, con su toma de conciencia, con su emergencia política? [...] ¿Qué nos permite considerarlas como fotografías de indígenas? ¿Corresponden las fotos a lo que sabemos de los indígenas? ¿Coinciden con las noticias de la prensa o con la biografía acumulada de la antropología? ¿Cómo permean a su vez imágenes como estas la interpretación de la cultura del otro? (2001, p.119)

A partir de esta toma de contacto sobre la relación que guardan la antropología, la comunicación y la fotografía con la idea que tenemos sobre los indígenas, varios autores afirman que esta reflexión tiene una relación directa con la visión que tenemos ya constituida –prefabricada– sobre ellos. Y que es heredera, como desarrollamos anteriormente, de la larga tradición de dominación occidental sobre los pueblos considerados inferiores.

¹⁸ Puede consultarse online el número especial de National Geographic sobre África analizado por Casas, titulado: *Africa: Whatever you thought, think again* (“África: lo que sea que pensaras, repiénsalo”) en el siguiente enlace: <http://ngm.nationalgeographic.com/ngm/0509/> [07/05/2016]

Ramírez (2001, p.120) afirma que “hablamos de una historia donde la inclusión y la exclusión del indio van de la mano con la imagen que nos formamos de ellos: todo ello conforma nuestra mirada y nuestra conciencia”.

Magalí Haber, en la línea defendida por la reconocida escritora y filósofa Susan Sontag, añade que las fotografías no pueden entenderse como un reflejo fiel del mundo. Le atribuye las mismas propiedades que a la pintura o al dibujo, es decir, son una interpretación, una construcción subjetiva del relato de la realidad (Haber, 2008)

Reproducimos, por su significación en este apartado, un fragmento de la obra de Susan Sontag:

Como cada fotografía es un mero fragmento, su peso moral y emocional depende de dónde se inserta. Una fotografía cambia según el contexto donde se ve [...] Cada una de estas situaciones propone un uso diferente para las fotografías pero ninguna de ellas puede asegurar su significado. (2006, p.109)

Ante estos argumentos y atendiendo a la importancia que la fotografía ocupa en todas las ediciones de la *National Geographic*¹⁹, es necesario acercarnos a los estudios acerca de la función de la revista como perpetuadora y generadora de determinadas imágenes del otro –del tercermundista, de los indios, del indígena, del extraño-.

Ramírez en este punto expone (2001, p.120) que “lo indígena puede penetrar en la actualidad pero sigue definiéndose por una distancia geográfica, temporal y cultural”.

*2.2.1 La imagen en National Geographic: el mito del Buen salvaje*²⁰

Magalí Haber lleva a cabo un estudio sobre las imágenes que la revista ofrece del Tercer Mundo y afirma (2008, p.4) que “el primer aspecto a destacar es el modo en

¹⁹ Hacemos hincapié en este punto por la importancia de la imagen en *National Geographic*, pues, tal y como afirma Tinajero (2011), “se trata de una revista gráfica, cuya primera lectura suele ser de las fotos. Resulta ser entonces, una narración más cercana al fotoperiodismo, en que los textos constituyen sobre todo un complemento de información”.

²⁰ El concepto o “mito del Buen Salvaje” es un tópico en la literatura y el pensamiento europeo de la Edad Moderna, que nace del contacto con las poblaciones indígenas de América y, posteriormente, con Rousseau y el pensamiento ilustrado del siglo XVIII. Este concepto, que dio paso al nacimiento de la teoría antropológica, aún persiste en el imaginario de muchas personas sobre la dualidad pueblos civilizados/pueblos primitivos. Actualmente es refutado por antropólogos y etnógrafos. Puede leerse más sobre la influencia del concepto del *Buen salvaje* de Rousseau en la antropología y la literatura, en este artículo del catedrático José Antonio González Alcántud, publicado en la *Gazeta de Antropología*: http://www.ugr.es/~pwlac/G05_03JoseAntonio_Gonzalez_Alcantud.html

que la diversidad del otro es estetizada, estilizada, embellecida para ser asimilable, transformada y consumida como objeto estético”.

Por lo tanto cabe, llegados a este punto, volver a replantearnos las preguntas que lanzaba Reguillo (2001), refiriéndose a los indígenas: ¿cuál es, entonces, el común denominador de las imágenes que los retratan?

Casas (2011) responde que “existe una cuestión de género y raza en el modo como *National Geographic* ha representado siempre el cuerpo primitivo” y, citando a Norman Denzin, argumenta que “se les convierte en un objeto de deseo digno de ser admirado tal cual se admira un cuadro que se compra y se vende”.

Expone además que existe una representación dispar entre los hombres y las mujeres de las tribus en los reportajes. “Existe una gran diferencia en cómo se han retratado a los buenos salvajes y a las buenas salvajes: la erotización en la representación de la mujer, de quien el encuadre siempre busca mostrar sus senos mientras que en el caso de los hombres el encuadre siempre busca la ocultación de los genitales masculinos” (Casas, 2011).

Por su parte, Tinajero (2011) afirma que “*National Geographic* esconde una visión que señala a ciertos sectores del mundo como lo exótico, porque salen de la norma de lo civilizado”. A esta reflexión varios autores vinculan el concepto o mito del Buen salvaje, refiriéndose a la imagen que la revista ofrece sobre los pueblos indígenas.

Casas (2011) afirma que son personas retratadas “a caballo entre la civilización y la naturaleza, que viven en armonía con su entorno [...] Es el hombre primitivo el único que no interfiere en esta imagen paradisíaca que la revista ofrece”.

La autora, en su estudio, remarca que hay características muy similares entre las formas de representación de los animales y los indígenas. “Ambos son seres dignos, autosuficientes, que viven en paz en el entorno que les rodea, el cual les da todo lo que precisan sin necesidad de maltratarlo o dominarlo. Al igual que los animales, a estos hombres se les presenta como si vivieran fuera del tiempo” (Casas, 2011)

Cabe añadir que son personas representadas como seres completamente satisfechos de su identidad pero que en realidad, según los mensajes que transmite la revista, ocupan un pasado ya superado por el progreso occidental (Haber, 2008).

Finalmente, tras este barrido general, podemos responder a la pregunta sobre el común denominador que nos permite identificar al otro en las fotografías y reportajes de indígenas realizadas por la revista-marca *National Geographic*

Ramírez (2001, p.121) confirma que “se les muestra como resabios de otros tiempos, representantes del desamparo, inmutables y exóticos”. Y argumenta que el indio deja de serlo cuando se escapa de las reglas, del estereotipo, del canon bajo el que ha sido establecido, mostrado, creado. “Hay una imposibilidad de representarlo nuevamente sin recurrir a lo ya conocido”, concluye.

FOTO 3: Tribú de los kayapó, *National Geographic*



3. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS Y LA GLOBALIZACIÓN

Se han tratado de exponer los campos de estudio que afectan a nuestra investigación desde un planteamiento inductivo. Partíamos por la propia revista: sus orígenes, evolución y forma de enfocar el mundo; hasta la idea de otredad y la formación de la imagen del indígena desde el punto de vista occidental. Por ello, y para finalizar con lo más general, en este último punto, enmarcaremos la revista *National Geographic* en su contexto comunicativo: el escenario de la globalización²¹.

²¹ La RAE define globalización como la *difusión mundial de modos, valores o tendencias que fomenta la uniformidad de gustos y costumbres* [1] *Proceso por que las economías y mercados, con el desarrollo de las tecnologías de la comunicación, adquieren una dimensión mundial* [2]. La intención de este punto es establecer la relación entre los procesos culturales y económicos propios de la globalización.

3.1 Globalización cultural: ¿el otro como mercancía?

Tinajero (2011) afirma que “la nación como concepto se ha diluido. En su lugar, está el capital. Y ese capital funciona gracias a la globalización. Ésta surge de fenómenos expansionistas que se afianzan, entre otros factores, en los sistemas de comunicación y el desarrollo de medios de comunicación”.

La autora sitúa directamente el punto al que queremos hacer referencia: la relación entre la globalización –en su vertiente económica y en su paralelo efecto cultural-, los medios de comunicación y la formación de las identidades culturales.

Todo este proceso cambia o reestructura la forma en que las culturas tienen de mirarse unas a otras y, por tanto, la forma en que éstas son representadas en la fotografía, la televisión, las revistas o el cine (Jameson, 2004).

Por su parte, Martín Hopenhayn afirma que “la globalización económica y cultural borra las fronteras nacionales y las identidades asociadas a ella, mientras la diferenciación sociocultural cobra más visibilidad”.

El autor, en su ensayo sobre la idea de multiculturalidad, se plantea acerca de los signos y las interpretaciones que circulan en los medios de comunicación. Y hace cuestionarnos sobre la autoría y la intencionalidad de esas interpretaciones, que acaban convirtiéndose en signo y señal de la identidad colectiva (Hopenhayn, 2002).

Tinajero (2011) argumenta que “los medios de comunicación masivos cumplen un papel muy importante: tienen la capacidad de comprimir la geografía espacio-temporal del mundo [...] Ahora son grandes empresas, industrias de la comunicación: producen información y la venden”. La autora defiende que *National Geographic* encaja perfectamente en esta transmisión de los valores mercantiles al aspecto cultural.

Sin embargo, diversos autores hacen hincapié en el hecho de que estas nuevas características globales, donde insertamos al periodismo y a sus publicaciones, no difieren tanto de otras épocas o culturas históricas: son herederas de ellas. Tinajero, citando a Jameson, señala “cierta continuidad en Occidente respecto al hecho de fundar su identidad a partir de una diferenciación radical con otras culturas” (Tinajero, 2011).

La autora, en la línea más crítica defendida por filósofos como Frederic Jameson o Slavoj Žižek, se refiere a que esa diferencia es entendida dentro de la lógica cultural del capitalismo –o globalización- y, por supuesto, bajo la óptica de la multiculturalidad.

Por lo tanto “las otras culturas son reducidas (y producidas) como mercancías equivalentes al resto de las ofrecidas por el mercado [...] Los otros culturales son contruidos como productos a ser consumidos y deseados como uno más de las mercancías que ofrece el mercado” (Tinajero, 2011).

Por ello, Reguillo (2002) se refiere al triunfo del relato de la globalización como inevitable. Reflexiona acerca de que, a pesar de los siglos de historia acumulada y de encuentro con el otro -con los otros-, seguimos ante “la reedición de viejos temores que alcanzan una dimensión planetaria sólo gracias a la expansión y el aceleramiento tecnológico”.

Es decir, ante esta nueva lucha cultural, los medios de comunicación juegan, más que nunca, un papel imprescindible. Son los que exportan e importan –al igual que en el juego económico de la globalización- las identidades y las imágenes de los otros.

Reguillo (2002) argumenta sobre cómo el paisaje mediático está cargado de estrategias para seguir construyendo al otro como una desviación y exportar, así, el modo de vida occidental como el más legítimo y expandido. Reproducimos fielmente su conclusión:

La realización de una modernidad reflexiva capaz de hacerse cargo de su propio proyecto pasa por la posibilidad de echar mano del pasado, por la capacidad de entender los afectos y los costos sociales y económicos que se derivan del modelo asumido y sobre todo entender que la otredad no proviene de un “afuera”, situado más allá de la responsabilidad humana, sino de un “adentro” que se vincula a las decisiones y opciones que se hacen cada día. Desmontar los mecanismos con los que se construye la diferencia anómala es estar en condiciones menos desventajosas de enfrentar el futuro. (2002, p.75)

Los autores más críticos han planteado sus estudios de comunicación en la búsqueda de estos dispositivos de creación y perpetuación de unas identidades por encima de otras. Como hemos visto, estos elementos van de la mano de la ideología del capitalismo. Y se manifiesta en el multiculturalismo -como forma política de entender al otro-, en la posmodernidad -como vertiente cultural, como ‘forma de vida’- y en la globalización -como su herramienta económica-. (Jameson, 2014)

3.2 Medios alternativos: ¿romper la el relato hegemónico?

Sin embargo, otros autores ofrecen una versión menos pesimista de esta etapa actual. Entienden que, en las sociedades de la información, las posibilidades son infinitas. Aunque siguen siendo críticos, pues comparten la idea de globalización como perpetuadora de la hegemonía occidental sobre el resto de culturas; defienden que “con el desarrollo de Internet y las nuevas tecnologías de la información el hombre construye otras sociedad” (Centeno, 2014).

Centeno (2014, p.104) argumenta que “la red puede abordar otras formas de relacionarnos y hacer comunidades tangibles o virtuales, quebrantando las esferas sociales y transgrediendo las fronteras”.

La autora relaciona esta posibilidad con la idea o la búsqueda de otras identidades indígenas –identidades híbridas entre lo local y lo global-, donde el propio indio juegue un papel activo, donde reformular y revalidar su imagen²².

Defiende que, aunque los *mass media* forman imaginarios sociales globales, los medios alternativos pueden posibilitar “diálogos que permitan no sólo una democratización sino una ventana para reconocer la diversidad y riqueza de cada país [...] El desarrollo tecnológico y las nuevas redes de información constituyen nuevos mecanismos de relación con el otro” (Centeno, 2014, p.104).

Jameson, ante esto, se pregunta si una oposición cultural momentánea puede realmente erosionar el capitalismo y si en este sistema -caracterizado por la posmodernidad y la globalización- se permiten, o tienen un efecto realmente válido, la crítica, la subversión o cualquier otra forma de resistencia.

²² Para ampliar contenido sobre este punto pueden consultarse los artículos del doctor Antoni Castells i Talens. Autor especializado en medios indígenas, comunitarios y alternativos. Artículo publicado en la Revista Mexicana de Sociología, de la Universidad Nacional Autónoma de México: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rms/article/view/28676> [07/05/2016]

OBJETIVOS E HIPÓTESIS

Objetivo general

Analizar el tratamiento mediático y la imagen de los pueblos indígenas en los reportajes de la revista *National Geographic*

Objetivos específicos

1. Analizar el texto de los reportajes. Es necesario entonces:
 - Identificar sobre qué y cómo se informa
 - Describir la visión ofrecida sobre los pueblos (diferencias y semejanzas)
 - Reflexionar sobre el contenido (nivel de implicación para con los pueblos indígenas, con su actualidad y urgencia más inmediata frente a la imagen idealizada de los mismos)
2. Analizar la fotografía de los reportajes requiere:
 - Identificar cómo son representados y bajo qué contexto
 - Reflexionar sobre la idea que transmite su representación
3. De manera paralela, identificar cuáles son los pueblos sobre los que se ha informado durante el periodo de estudio (2005-2015). Para ello:
 - Valorar el porcentaje de representación entre continentes
 - Determinar si hay evolución o variación entre los años del estudio

Hipótesis

La revista *National Geographic*, en sus reportajes antropológicos, tiende a representar a los pueblos indígenas de una manera primigenia, no contaminada e idealizada.

METODOLOGÍA

Para delimitar el corpus de estudio y definir la población se ha realizado primero un trabajo de revisión y consulta de las revistas publicadas en el período delimitado para nuestro estudio, esto es, desde el año 2005 al 2015. La revisión se ha realizado sobre un total de 120 revistas (al tratarse de una publicación mensual) en la hemeroteca de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería de la Universidad de Sevilla.

Los reportajes finales seleccionados para el estudio han debido pasar varios filtros. Primero se han revisado aquellos donde aparece al menos una fotografía sobre pueblos indígenas, tribus o etnias²³ y al igual con el texto, es decir, que mencionase algún pueblo o tribu. Tras esta primera selección general, se establece que los reportajes donde aparecen representados los indígenas pueden dividirse en cinco categorías, atendiendo a la temática principal. En la siguiente tabla (nº2) se muestran las temáticas.

TABLA 2: REPORTAJES CON TEMÁTICA INDÍGENA

Temática	Número de reportajes
Antropología/etnografía	26
Arqueología/Historia	11
Política/Economía	10
Ecología/Naturaleza	11
Exploración/Aventura	7
Otros (arte, deportes, etc)	5

Elaboración propia

²³ La RAE define indígena como “originario del país que se trata”. Por su parte, la ONU y *Survival International* reconocen la controversia y dificultad de la terminología y asumen que no hay ninguna categorización absoluta. Nosotros nos acogeremos a lo aportado por *Survival International* cuando opta por el término pueblos indígenas. Se trata del más comprensible y utilizado, no sólo por el público, especialistas y académicos, sino por los propios indígenas para autodenominarse. Es necesario matizar aquí la inclusión en los reportajes de la etnia de los dong de China (R5), se trata de una de las 55 minorías étnicas reconocidas por el Gobierno. Al igual ocurre con el término “adivasi”, con el que se designa a los pueblos indígenas de la India, el país con mayor concentración de pueblos tribales. Por eso se incluye entre los reportajes el dedicado a la minoría de los lohar (R8). Para conocer más sobre la terminología y los pueblos indígenas del mundo puede consultarse este enlace: www.iwgia.org/esp

Tras establecer este segundo filtro se decide centrar el estudio en los reportajes de antropología/etnografía²⁴ por ser éstos los que mejores responden a los objetivos planteados. La razón es que las fotografías y el texto ponen el foco en los pueblos indígenas: en sus modos de vida, costumbres y actualidad. Ellos son los protagonistas.

El resto de temáticas abordan su realidad desde un punto de vista residual o secundario. Llegan incluso a convertirse en un elemento más del paisaje (en muchos de los reportajes de naturaleza), o un ingrediente exótico en aquellos donde el periodista realiza una travesía rememorando alguna exploración. En los reportajes de política o economía se les excluye del protagonismo del relato y no son agentes activos de problemáticas que les afectan principalmente a ellos. En aquellos relacionados con la arqueología o la historia se convierten en un elemento a estudiar, se utiliza la imagen de pueblos actuales (mayas, quechuas, guaraní, etc.) para acercarnos al cómo vivían o cómo lucían estas civilizaciones precolombinas.

Así, finalmente, queda definida una población total de 26 reportajes (recordamos: aquellos definidos bajo la temática antropología/etnografía). De esta población se escoge una **muestra de 15 reportajes**, seleccionando de uno a tres por año de estudio y atendiendo a su vez a un porcentaje equilibrado entre continentes (v. Anexo I para acceder a un índice detallado de los reportajes)

Una vez definido concreta y exhaustivamente qué reportajes forman parte de nuestro estudio, se opta por elaborar un modelo de ficha propio, más concretamente dos modelos: uno para los textos y otro para las fotografías (v. Anexo II). El método seguido para definir las categorías ha sido a través de un acercamiento inductivo. Es decir, tras una primera lectura de los reportajes, y en función de la hipótesis planteada, se han establecido las variables. A continuación se desglosan de ambas fichas:

A. Análisis cuantitativo de los textos → Para ello se han definido una serie de variables agrupadas en cuatro categorías principales y excluyentes entre sí:

²⁴ Dada la complejidad y variaciones de la terminología entre los propios académicos nos acogemos aquí a la definición de antropología recogida por Marvin Harris en su obra de referencia: "Antropología cultural". La define en su sentido más amplio y dice que "es el estudio de la humanidad, de los pueblos antiguos y modernos y de sus estilos de vida. Dada la amplitud y complejidad del tema, las diferentes ramas de la antropología se centran en distintos aspectos o dimensiones de la experiencia humana [...] La antropología cultural se ocupa de la descripción y análisis de las culturas del pasado y del presente. Tiene su subdisciplina, la *etnografía*, que se consagra a la descripción sistemática de culturas contemporáneas". En esta misma línea se sitúa Moreno Feliu (y define la etnografía como "la descripción de un grupo, una sociedad o culturas particulares").

1. Contextualización histórica. Incluye alusiones al pasado más remoto, alusiones al colonialismo y alusiones al pasado más cercano. Es decir, se pretende valorar el tratamiento del periodista en los reportajes en relación al contexto histórico y diagnosticar si los indígenas son vistos como poblaciones más cercanas a la historia colonial o remota o si, por el contrario, se atienden a sus realidades más cercanas.
2. Tratamiento del indígena. En este apartado se recogen las alusiones que lo relacionan con un ser en armonía o dependencia con la naturaleza, que es religioso o místico, que vive al margen del tiempo, que es dueño de una sabiduría ancestral y que es un ser primigenio. Es decir, estas categorías tienen la intención de recoger el número de veces que en los textos se alude o se relaciona al indígena con esta serie de argumentos estereotípicos de lo indígena, que se relacionan con el mito del Buen Salvaje.
3. Relación occidente/ modo de vida tribal. Esta categoría cuantifica las veces que el texto hace referencia a las irrupciones externa, occidentales a las que se ven sometidos los pueblos. Por otro lado recoge el número de veces en que el periodista adjetiva sus modos de vida, tanto positiva o como peyorativamente.
4. Situación actual de los pueblos indígenas. En esta variable se han categorizado los temas o problemas principales que asumen los pueblos indígenas en la actualidad. Se establece estas categorías atendiendo a los informes y documentos de los principales organismos internacionales²⁵. La intención es visualizar si National Geographic hace hincapié en sus problemáticas más actuales y los sitúa como agentes activos antes éstas.

B. Análisis cuantitativo de las fotografías → Para afrontar el análisis de las imágenes se proponen dos variables excluyentes entre sí:

1. Tipo de encuadre o plano. Esta categoría pretende reflejar la cercanía o distancia que toma el fotógrafo respecto de los pueblos. Para ello se divide en los tipos de plano clásicos de los estudios cinematográficos,

²⁵ Es decir, se han establecido siguiendo por organismos internacionales como la FAO y la ONU, y por asociaciones pro derechos como *Survival International* o el Grupo Internacional de Trabajo sobre Asuntos Indígena (IWGIA)

esto es, entero o general, medio o americano, primer plano y plano detalle o primerísimo primer plano.

2. Contenido. Respecto al contenido se han establecido tres categorías atendiendo a lo formal, aquellas que muestran solamente el paisaje (donde se diferencia en urbano, rural y natural), retratos y, por último, las que representan sus modos de vida. Esta última categoría es de especial interés pues refleja en qué acciones o bajo qué contexto se les representa. Pueden ser imágenes de caza y recolección, de ritos religiosos, tareas domésticas u otros.

Para recoger y ser conciso respecto a la recopilación de datos se ha trabajado con el programa Excel, donde se han diseñado todas las fichas tanto para contabilizar el número de reportajes y dividirlos según su temática, como para analizar textos e imágenes (v. Anexo II).

Paralelamente a estas se ha establecido un **cuaderno de campo donde se recogen otros datos de relevancia** para el análisis de los textos. Incluye los datos bibliográficos del autor, el titular y lead del reportaje, las regiones y pueblos que aparecen en el reportaje, las fuentes, las alusiones o descripciones de los modos de vida de los pueblos indígenas, se extraen también las citas de los protagonistas y el contenido de los destacados.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En primer lugar, en la línea expuesta por Tinajero (2014), se comprueba que la revista *National Geographic* exporta una idea concreta del mundo. Así, tal y como afirma la línea editorial del medio, “hablamos constantemente de culturas indígenas”. Vamos a desarrollar a continuación, tras una serie de resultados tentativos y preliminares, cuál es esa idea concreta del mundo –expresada a través de los textos y las imágenes- y a qué culturas indígenas ha enfocado la revista bajo su marco amarillo.

A nivel general, los resultados obtenidos, indican que el equipo editorial de la revista se ha interesado por los pueblos indígenas y logra cierta representación de los pueblos de todos los continentes. Sin embargo, y a pesar de las diferencias culturales, contextuales, geográficas y sociológicas, todos los pueblos son representados sustancialmente bajo el mismo canon estereotípico, especialmente a través de la fotografía (si bien se observan matices y diferencias sustanciales que remarcaremos más adelante).

Pueden establecerse una serie de semejanzas en la forma que la revista *National Geographic* representa a los indígenas. Sigue ofreciendo una idea del indígena como una persona que se desarrolla casi única y exclusivamente en su entorno originario, normalmente un paisaje natural virgen o poblaciones rurales aisladas y primigenias.

Desde esta perspectiva, la llegada de elementos externos u occidentales es vista como una amenaza o una adulteración, algo “extraño” que acaba con la pureza y degrada el modo de vida de estos pueblos.

Aunque es necesario establecer excepciones y realizar una diferencia entre los tres niveles de lectura que ofrece la revista²⁶, podemos afirmar, de manera tentativa y en función de la población del estudio, que la revista *National Geographic* perpetúa la idea de los indígenas como pueblos que viven al margen del paso del tiempo y de la emergencia del mundo actual. Se les enmarca bajo la imagen del Buen Salvaje que no discierne entre el bien y el mal, ya que todo bien o todo mal es producto del exterior y nunca una urgencia donde se le presente como agente activo.

²⁶ El primer nivel de lectura se refiere a las fotografías, el segundo nivel a las fotografías y la suma del titular, los destacados, los pies de foto y/o los textos de apoyo. El tercer nivel, a una lectura completa del contenido de los reportajes.

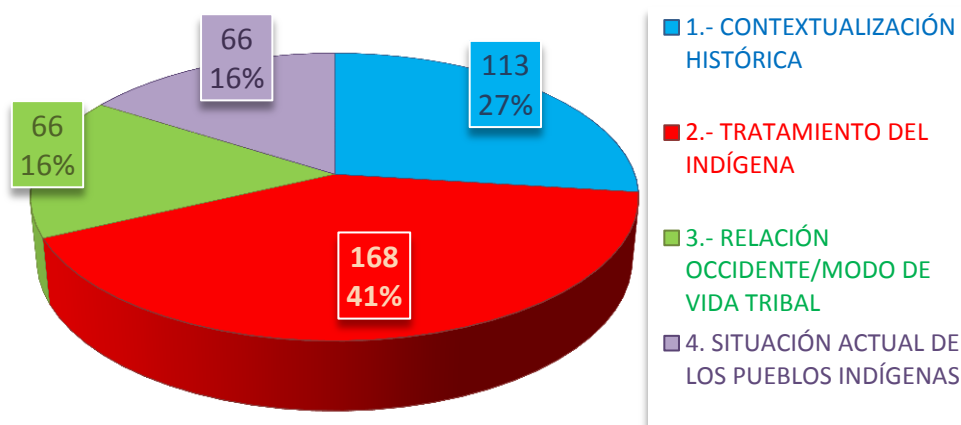
El hecho de no ofrecer diferentes matices -como la diáspora migratoria, el activismo político y cultural o el arte y resistencia indigenista-, termina por perpetuar la imagen única e inmutable del indígena (en un contexto idealizado y arquetípico) que, además, prologna el rol paternalista en la relación occidente/pueblos indígenas.

Respuestas al primer objetivo: Analizar el texto de los reportajes

El siguiente objetivo al que respondemos es al análisis de los textos, a los reportajes que los periodistas y otro tipo de colaboradores (escritores, antropólogos, especialistas) han firmado para *National Geographic* sobre pueblos indígenas. Planteábamos la necesidad de identificar sobre qué y cómo se informa para poder responder a la visión que se ofrece y reflexionar sobre el contenido de los reportajes.

Para responder a lo propuesto por Casas (2011) quien argumenta que los indígenas son seres que viven al margen del tiempo, representados como autosuficientes y en relación de armonía y paz con el entorno al que pertenecen, se definieron una serie de variables para corroborar o refutar esta idea. Finalmente y tras el análisis de la muestra, se concluye que sí, aun siendo necesario realizar varios matices.

GRÁFICO 1: VARIABLES DEL TEXTO



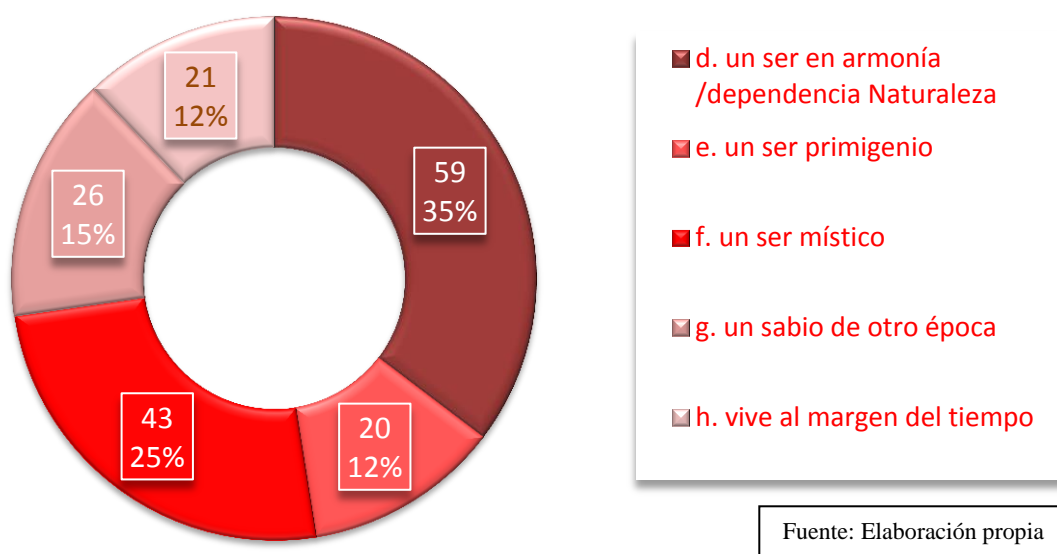
Fuente: Elaboración propia

El gráfico 1 indica que un 41% del contenido del texto representa al indígena como un ser que vive en armonía o dependencia con la naturaleza, presentado como primigenio, místico, un sabio de otra época y que vive al margen del tiempo. Esto es, la idea

arquetípica a la que aludíamos. Frente a ello, y en menor porcentaje se sitúan el resto de variables que ofrecen mayor contextualización y matizan esa imagen idealizada.

El gráfico número 2 desglosa el contenido de la segunda variable que es la que nos lleva a corroborar la hipótesis planteada: un gran porcentaje del contenido de los reportajes perpetúa al indígena bajo una perspectiva primigenia, idealizada y apenas contaminada por influencias culturales, económicas y sociales externas.

GRÁFICO 2: VARIABLE 2, TRATAMIENTO DEL INDÍGENA



Se comprueba que, dentro del 41% de la primera variable (gráfico 2), el 35% se compone de alusiones referentes al indígena como un ser que vive en armonía o dependencia con la naturaleza, un 25% al indígena como un ser místico, un 15% al indígena como un sabio de otra época, el 12% como un ser que vive al margen del tiempo y primigenio.

A continuación se ejemplifican estas variables con expresiones extraídas de los reportajes. Éstas resultan de una gran significación y ponen de manifiesto los resultados obtenidos:

Por necesidad, los moken viven a caballo entre dos mundos: aman el mar y son amigos de la tierra, ambos vitales para su supervivencia

Onwas no tiene esos problemas de orientación. Siempre ha vivido en el bush. Es capaz de encender un fuego, frotando con una ramita entre la palma de las manos en menos de 30 segundos. Sabe dialogar con un pájaro indicador, silbido va, silbido viene. Sabe todo cuánto hay que saber del bush y prácticamente nada de lo que hay más allá de él.

“Mi padre sólo sabía vivir en el desierto. Sabía conducir la caravana de sal a Bilma, encontrar pastos en el desierto, cazar antílopes en los cañones y carneros en las montañas. Y es cuanto sé yo también”

Era difícil imaginar una vida más perfecta para un niño de cuatro años que la de un kayapó que corre veloz y libre en la selva que llama hogar.

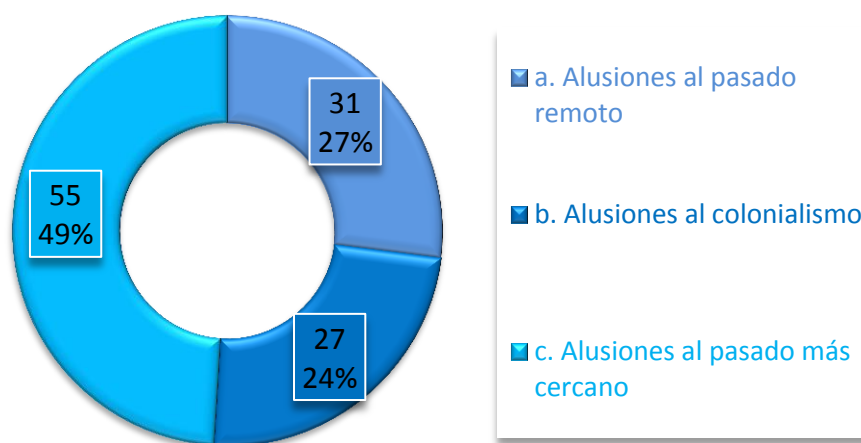
“Si no construimos un puente nuevo cada año, nos arriesgamos a provocar la ira de la Pachamama y de los apus [fuerzas tutelares de la naturaleza]”

Los pigmeos hacen cosas que la mayoría de seres humanos olvidaron hace mucho tiempo, como conducir las redes a unos antílopes del tamaño de gatos, o vivir en comunión con el dolor y la muerte súbita.

Sobre la base de estudios previos (Ramírez, 2001) es posible afirmar que los pueblos indígenas dejan de serlo cuando se escapan del canon bajo el que ha sido mostrado. Es decir, hay una imposibilidad de representarlo sin recurrir a lo ya conocido. Al inuit o esquimal como cazador, al pueblo sami como pastor de renos, a las tribus del África central o del Amazonas como cazadores en sintonía con la selva, al tuareg como pastor de camellos y al bereber o a los quechuas como pueblos místicos y rurales.

Sin embargo, es necesario matizar este primer resultado, ya que el 49% restante pertenece a tres variables diferentes que completan el contenido de los reportajes. Esto es: el contexto histórico, las alusiones a la irrupción de los modos de vida occidental o la comparación entre el modo de vida “occidental” y el modo de vida tribal y la situación actual de los pueblos indígenas. El gráfico 3 muestra la variable relacionada con el contenido de los textos en cuanto a su contexto.

GRÁFICO 3: VARIABLE 1, CONTEXTUALIZACIÓN



Fuente: Elaboración propia

Las distintas categorías que componen el gráfico 3 suman el 27% del contenido de los reportajes, esto es, la segunda variable con mayor porcentaje. Con ello se pretende contrastar la idea defendida por Casas (2011) al argumentar que el foco de National Geographic en sus reportajes centrados en África y en países del “Tercer Mundo”, guardan una estrecha relación con el contexto colonial, imposibilitando a estos países ser representados con una imagen más actual y alejada de lo primitivo y lo exótico.

Según el número de alusiones extraídas de nuestro reportaje es cierto que el contenido relacionado con la época colonial (entendiéndose desde el siglo XV hasta finales del siglo XIX) es representativo, con un 24%, pero es menor al de las otras dos categorías.

Puede verse en el gráfico 3 que el 49% del contenido del texto está relacionado o alude al pasado más cercano, es decir, el siglo XX y principios del siglo XXI. Y un 27% se centra en épocas anteriores al contacto con modos de vida ajenos a la cultura de los pueblos analizados.

Esto implica que el indígena no siempre es representado como un ser primigenio o relacionado, en relación con un pasado remoto o cuyos problemas y realidades actuales se derivan directamente de la época colonial, sino que hay un esfuerzo por parte del periodista de situar a los pueblos en un contexto más cercano a su situación actual.

Los siguientes ejemplos son algunos de los fragmentos más representativos, que ponen de manifiesto este esfuerzo. Sin embargo, ello no implica necesariamente una profundidad a la hora de investigar por parte del autor, sino simplemente una anotación, inciso o referencia a título informativo:

Los moken han sido explotados y acosados a lo largo de la historia por británicos, japoneses, tailandeses y birmanos. Los han detenido para que pagaran impuestos, han sido desplazados por pescadores furtivos, se les ha obligado a trabajar en minas y plantaciones [...] Hace poco, siguiendo el ejemplo de Tailandia, el gobierno de Myanmar ha intentado que se asentaran en un parque como atracción turística

En marzo del 2000 varios centenares de intelectuales de etnia firmaron el Manifiesto Bereber, que da cuenta de la humillación y marginación sufridas por muchos bereberes como miembros de una minoría oprimida.

Lo que parecen ofrecer los hadza, y de ahí el gran interés que despiertan en los antropólogos, es la posibilidad de vislumbrar cómo se vivía antes del nacimiento de la agricultura, hace 10.000 años.

La causa de los nómadas siguió viva gracias a los grupos pro derechos humanos, y en 2005 el Parlamento indio constituyó una comisión provisional para aliviar su situación

En la década de 1970 los aborígenes empezaron a mudarse de las grandes poblaciones a sus territorios ancestrales, que reclamaban al Estado [...] Hoy, el 21% de los cerca de 670.000 indígenas australianos viven en zonas agrestes y remotas.

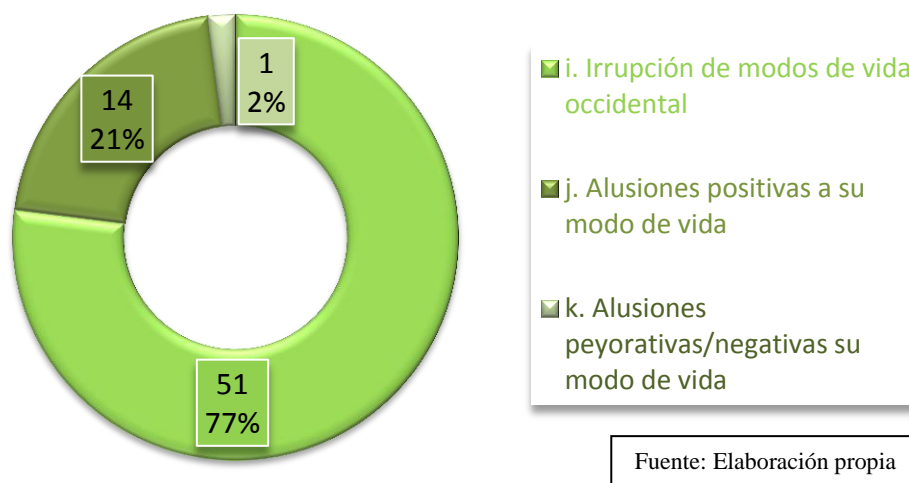
Con la misma intención con la que definíamos el contexto, se marca la tercera variable, esto es, la relación entre los modos de vida occidentales o industrializados y el modo de vida de los pueblos indígenas.

Esta categoría resulta realmente significativa para responder a la hipótesis planteada en el estudio. Es decir, ayuda a demostrar si los textos ofrecen una idea completa y real de los pueblos indígenas o no. El hecho de ofrecer una idea completa significaría ofrecer, no sólo la imagen primigenia o primitiva de los pueblos como hemos visto, sino profundizar e informar sobre otro tipo de circunstancias y factores necesarios para comprender la realidad actual.

La irrupción de las nuevas tecnologías, los problemas de identidad generados por la industria y el desarrollo económico o, por el contrario, de los beneficios generados por el acceso al agua potable y la electricidad, los problemas de pérdida de la identidad cultural, la falta de protección de derechos humanos frente a los abusos de empresas extractoras y la complicidad estatal, acompañado de un largo etcétera de circunstancias, servirían para complementar la información. Esto haría de los reportajes un esfuerzo más acertado a la hora de representar a los pueblos indígenas y catalogarse como buen periodismo

A continuación, el gráfico número 4, que suma de media el 16% del contenido de los reportajes, nos muestra que, hasta en 51 ocasiones, se ha aludido a la irrupción de alguno de los elementos anteriormente mencionados. Esto es, elementos ajenos al modo de vida tribal. En un segundo plano, el periodista ha realizado algún tipo de comparativa respecto a ambos modos de vida. El 21% en un sentido positivo y, sólo en una ocasión, con contenido peyorativo.

GRÁFICO 4: VARIABLE 3, RELACIÓN OCCIDENTE/ MODO DE VIDA TRIBAL



En la línea defendida por Tinajero (2014), las culturas son complejas y no puede ni debe existir una sola o idea o visión hegemónica. Es decir, es necesario representar a los otros -a los indígenas-, desde su complejidad y sus circunstancias más actuales.

Es representativo mostrar a continuación algunas de estas alusiones, nos sirven para poner de manifiesto cierto intento del periodista por ser la contra-imagen hegemónica:

El cometido de Gatcha, como hijo de chamán y figura paterna para su pueblo, es mantener vivas las tradiciones [...] Reunirá a sus seguidores, entre ellos los mejores intérpretes de danzas y cantos sagrados, para llevarlos a Nyawi. En esa isla los soldados están acosando a los moken, y el gobierno de Myanmar ha impuesto una celebración de un festival para turistas.

Consumen grandes cantidades de Maruchan, una sopa instantánea de fideos japoneses que se presenta en vasos de espuma plástica, patatas fritas de bolsa, Coca-Cola en botellas de litro, latas de cerveza Tecate [...] No viene mal poner freno a la idea romántica que el chabochi se haya formado de los tarahumaras.

Me imaginé un Guagüeyvo con suministro eléctrico, lleno de objetos metálicos con cables colgando: relojes digitales, secadores de pelo, el nuevo frigorífico negro, televisores con telenovelas y anuncios de maquillajes y detergentes... Pregunté a Fidencia cómo reaccionaría [...] “Sería una maravilla”, dijo.

Resultaba difícil no dejarse cautivar por una estampa tan pintoresca. Al fin y al cabo, aquella era una tribu perdida que seguía en movimiento. Si uno se abstraía de los Hondas made in India y de las torres de telecomunicaciones, los lohar eran casi indistinguibles de los orgullosos artesanos que huyeron hacia casi medio milenio ¿A qué tendrían que renunciar estos medievales viajeros del tiempo si abandonasen su nomadismo y se integrasen en la uniformidad social?

Sin embargo es necesario destacar que, a pesar de aludir a esta serie de elementos o circunstancias que completan el discurso, no hay una profundidad en la búsqueda de las posibles consecuencias y significaciones. Tampoco se contrasta con fuentes expertas ni cuenta siempre con una declaración de los protagonistas que corrobore las ideas defendidas por el periodista.

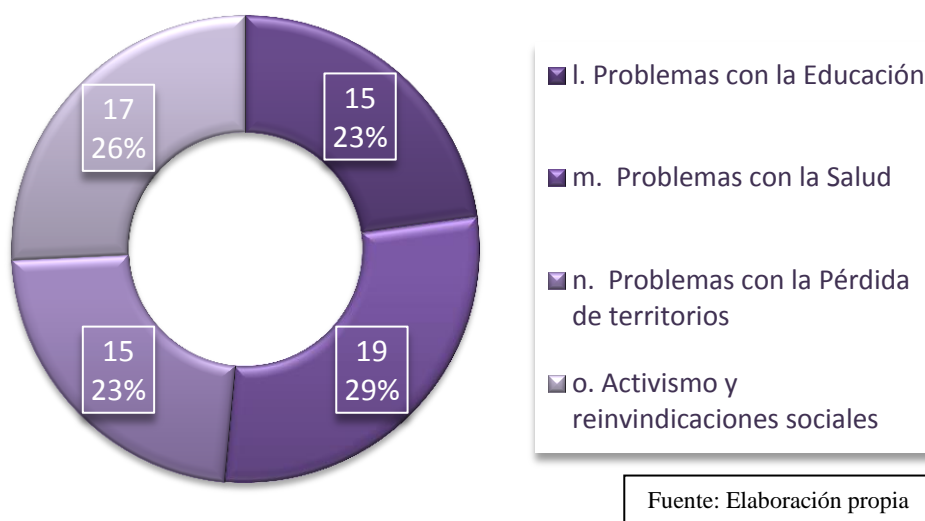
En la actualidad, las familias dedicadas al pastoreo viven en casas modernas con Internet y televisión. Sara, la benjamina de los cinco hermanos, pasa buena parte de la sesión de pastoreo enviando SMS a sus amigos

Hoy el poblado tiene 187 habitantes y, a pesar del aspecto arcaico, incorpora modernidades que dejarían boquiabiertos a los antepasados de Pukatire: un generador eléctrico en una enfermería, una instalación de paneles solares vallada con alambre de espino, antenas parabólicas en palmeras... Unas cuantas familias tienen en su casa televisores en los que disfrutan de los vídeos de sus propias ceremonias y de las telenovelas brasileñas

“El nuevo viaducto y la carretera actual nos abrieron una puerta al mundo exterior que revolucionó poco a poco nuestra vestimenta y nuestro medio de transporte”

Para seguir matizando la hipótesis planteada se recoge la última de las variables: la situación actual a los pueblos indígenas, que suma el 16% del contenido de los textos.

GRÁFICO 5: LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS (VARIABLE 4)



En el gráfico 5 podemos ver que los porcentajes son bastante similares, destacando con un 29% los problemas relacionados con la salud, esto es, aquellas alusiones relacionadas con la desnutrición y la pobreza generalizada. Así como problemas

cardiovasculares, diabetes y otras enfermedades como la tuberculosis, la malaria o el sida.

Le sigue, con un 26%, las alusiones a las reivindicaciones sociales realizadas por los pueblos indígenas y, empatados en un 23%, los problemas relacionados con la educación (analfabetismo, falta de acceso a recursos, etc.) y aquellos relacionados con la pérdida de territorios (concesiones a empresas extractivas, no reconocimiento de la propiedad por parte de los Estados, consiguiente pérdida de identidad cultural).

A continuación, recogemos algunos de los ejemplos más representativos. Apuntamos que, si bien se alude a estas problemáticas actuales tampoco se profundiza en sus posibles causas ni hay un intento estructural por parte de los autores de afrontar la información:

Pese a dar gracias a Dios por su destino, Hossein era tan pobre y tan flaco como la mayoría de los bereberes con los que íbamos a toparnos a lo largo de nuestro periplo, y sería un hombre afortunado si podía conseguir la comida justa para alimentar a su familia.

En Guagiüeyvo conocí a un joven médico chabochi que registra en un gráfico clínico casos de malnutrición en niños menores de cinco años: hasta la primavera pasada había detectado 60, resultado de la combinación de la pobreza, cosechas mermadas y padres alcohólicos.

Las mujeres dan a luz en el bush, de cuclillas. Uno de cada cinco bebés muere antes de cumplir un año, y casi la mitad de los niños no llega a los 15. Tienen que soportar un calor extremo, sed y nubes tse-tse y mosquitos portadores de malaria.

Los lohar han recibido aliento por parte de los activistas que defienden su derecho a ser dueños de la tierra y que los anima a solicitar suelo y viviendas en las administraciones locales.

“Nosotros, el pueblo meakambut, renunciaremos a la caza y a desplazarnos continuamente y vivir en las cuevas si el Gobierno nos da una clínica y una escuela, dos palas y dos hachas para construir casas”

“Nosotros, los kayapó mebenôkre, hemos decidido que no queremos ni un céntimo de vuestro sucio dinero. No aceptamos Belo Monte ni ninguna otra presa en el Xingu. Nuestro río no tiene precio, nuestro pescado no tiene precio y la felicidad de nuestros hijos no tiene precio. Jamás dejaremos de luchar. El Xingu es nuestro hogar y vosotros no sois bienvenidos”

Para concluir con los resultados obtenidos respecto al análisis de los textos, puede afirmarse que, a pesar de ofrecer matices significativos entre los diferentes pueblos indígenas, hay cierta semejanza en la forma de representarlos. Si bien, como veremos en el siguiente apartado, los textos consiguen mayor profundidad que las fotografías. Es decir, a pesar de su limitada extensión y de situarse en un nivel de lectura posterior a la imagen, hay un intento por ofrecer una visión amplia y completa por parte de los autores (sin llegar a profundizar en sus causas más estructurales, como se apuntaba).

Respuestas el segundo objetivo: Analizar las fotografías

Es realmente importante reparar en el uso de la imagen que realiza la revista National Geographic. Pues según varios autores (Tinajero, 2011. Álvarez et al, 2008) se trata de una revista gráfica donde el primer nivel de lectura suele ser el de las fotografías y donde la narración de los reportajes gira en torno a éstas. Se trata entonces de reportajes más cercanos al fotoperiodismo, donde los textos constituyen casi un complemento de información.

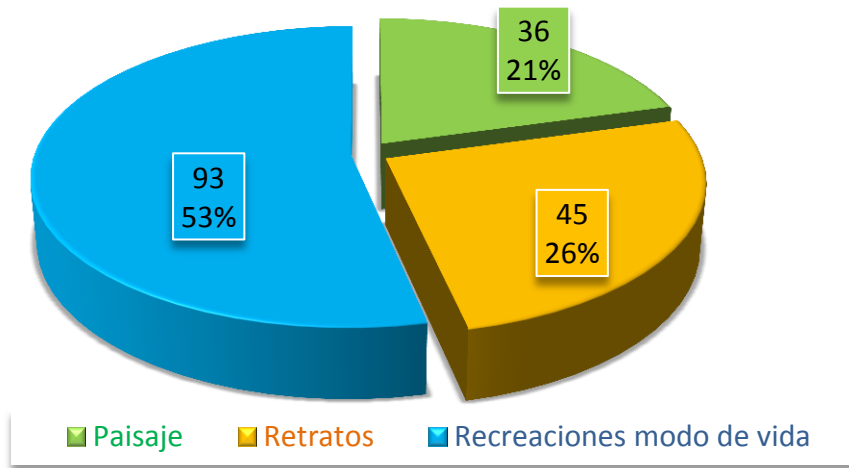
Esto se ha podido comprobar fácilmente pues, prácticamente, en el 95% de las páginas de reportajes aparece al menos una fotografía. Es característico también el uso de varias fotografías a doble página, con un pequeño texto complementario y/o pie de foto. En algunos reportajes, como el dedicado a los sami de Noruega y Suecia (R.11), y los moken de Myanmar (R.1), el cuerpo de texto principal sólo ocupa una página y el resto se dedica a las fotografías, con distintos textos de apoyo de carácter secundario.

En paralelo a lo obtenido en cuanto al análisis de los textos, el indígena es representado mayormente en relación con la idea dominante establecida sobre ellos. Son recurrentes las fotografías donde él es un elemento más de un paisaje virgen (R.10), se recurre a representar a los pueblos únicamente en rituales y celebraciones religiosas (R.2), en ritos de paso a la edad adulta (R.2) o en escenas de caza (R.7).

Las fotografías que marcan una excepción y que representa al indígena fuera del contexto idealizado no aparecen en todos los reportajes y en los que sí, son minoritarias. Son el caso del reportaje de los aborígenes donde puede verse a una fotografía que muestra a tres mujeres utilizando un teléfono móvil, el caso de los tuareg donde se les muestra con armas o en el reportaje sobre los kayapó que se hace hincapié en la irrupción de elementos externos (aunque se muestren desde una distancia subjetiva).

En términos generales, y en relación a las variables definidas en la ficha de análisis de las fotografías, se ha obtenido que la mayoría de ellas representan sus costumbres, hábitos y rutinas (recreación de su modo de vida), frente al uso de retratos o paisajes.

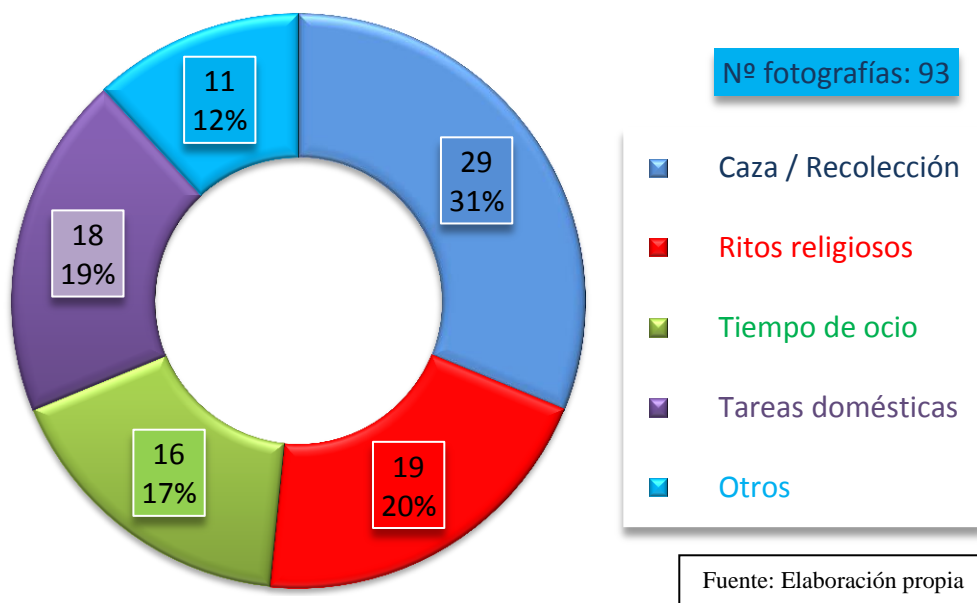
GRÁFICO 6: DISTRIBUCIÓN DE LAS VARIABLES DE LAS FOTOGRAFÍAS



Fuente: elaboración propia

Es decir, de un total de 184 fotografías, divididas en 15 reportajes, un 53% representa a la comunidad indígena en su supuesta cotidianidad, frente a un representativo 47% que sitúa al indígena dentro del paisaje o retratado en un primer plano o plano americano.

GRÁFICO 7: RECREACIÓN DE LOS MODOS DE VIDA DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS



Dentro del 53% de fotografías que retratan sus modos de vida, vemos claramente que el 31% representa a los indígenas cazando/recolectando. Este resultado va en la línea de lo obtenido en las variables del análisis del texto donde se obtenía que el 35% del contenido que alude al tratamiento del indígena, lo presenta como un ser en armonía o dependencia con la naturaleza.

FOTO 4: “Los últimos nómadas de Nueva Guinea”, reportaje 10



La segunda categoría con mayor porcentaje son las fotografías de ritos religiosos, con un 20%. Y se relaciona con la variable del texto que refleja que un 25% de las alusiones que definen al indígena, transmiten la idea de que es un ser místico, que realiza ritos ancestrales y rinde culto a los ancestros.

En muchas de las ocasiones, como en el reportaje sobre los sami, los bereberes, los tarahumara, los moken o los pigmeos mbuti, se aprovecha alguna festividad o ritual para representarlos. Convirtiéndose un evento particular en la imagen mayoritaria de los reportajes.

A este respecto, en la línea defendida por Ramírez (2001), cabe preguntarse por qué no se representa al indígena en situaciones relacionadas con sus últimos acontecimientos, con su toma de conciencia o con su emergencia política. Únicamente hay 11 fotografías (12%), de un total de 184, donde se representa al indígena fuera de la idea estereotipada o idealizada de estos pueblos.

FOTO 5: “Los Tarahumaras, un pueblo aparte”, reportaje 6



Ante esto, Haber (2008) afirmaba que uno de los aspectos más destacables de las fotografías de National Geographic es que la diversidad del otro es estetizada, estilizada y embellecida hasta transformarla para ser consumida como un objeto estético. Y Casas (2011) añadía que se les convierte en un objeto digno de ser admirado, como quien admira un cuadro que se compra y se vende.

FOTO 6: “Los hadza, cazadores-recolectores del siglo XXI”, reportaje 6



Si bien es cierto que los textos ofrecen una idea más amplia y completa de la realidad indígena, en las fotografías se tiende a ocultar aquellos elementos entendidos como ajenos a los modos de vida tribales, ajenos a la idea original y estereotipada.

Llegados a este punto es de relevancia establecer una similitud o comparación entre la variable del texto que refleja la irrupción del modo de vida occidental con las fotografías donde esto aparece reflejado.

Ejemplo de ellos es el reportaje sobre la tribu de los kayapó de Brasil (R.14), donde el texto evidencia que pocos miembros siguen siendo cazadores/recolectores y que, en los hogares, la convivencia con las nuevas tecnologías es algo habitual. Sin embargo, las fotografías se centran en retratar esos vestigios “puros” de las comunidades. Cuando se muestra al indígena en un entorno urbano se muestra como algo extraño a su identidad

FOTO 7: “Los últimos guardianes de una tierra virgen”, reportaje 14



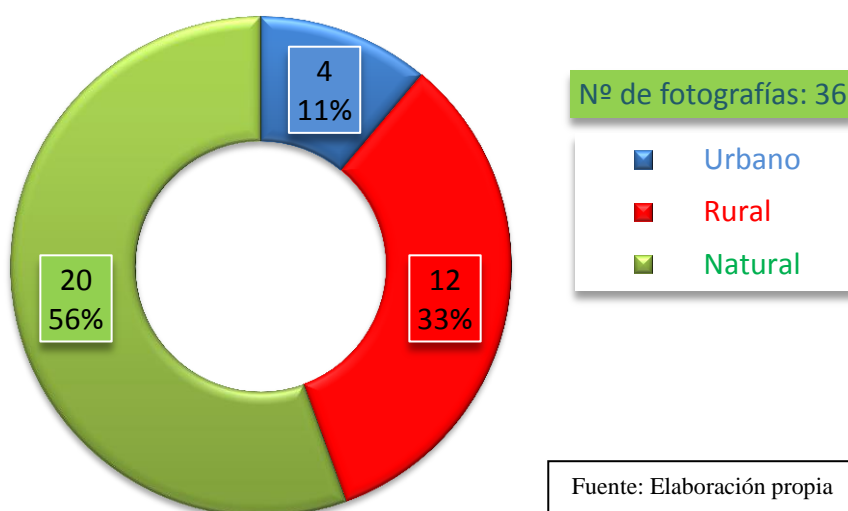
Es decir, vemos de nuevo como se opta por la idealización y el exotismo frente a la normalización y la reactualización de la imagen del indígena. Esto manifiesta una disociación entre lo expuesto en los textos (donde puede apreciarse cierta normalización y convivencia entre elementos occidentales y tribales) y la representación de la fotografía (donde se opta por una estética de lo exótico).

El resto de fotografías representa a los indígenas realizando tareas domésticas (comida, construcción, artesanía), que suman un 19%, y en otras tareas realizadas en el tiempo de ocio (17%). Es el caso de los meakambut de Papúa y Nueva Guinea o de los tuareg de Nigeria, realizando la comida en torno al fuego, o de los moken de Myanmar, los dong de la China rural y los bereberes, ocupando el tiempo de ocio en el ámbito familiar.

Por su parte, Casas (2011) afirma que los indígenas son personas retratadas a caballo entre la civilización y la naturaleza, y que en las imágenes es el hombre “primitivo” el único que no interfiere en la idea “paradisíaca” que ofrece National Geographic.

Para corroborar o refutar esta idea, se cuantifica el número de veces que el indígena es representado en los reportajes dentro de un entorno natural y virgen, o por el contrario; dentro de un ambiente urbano o rural.

GRÁFICO 8: NÚMERO Y DISTRIBUCIÓN DE LAS FOTOGRAFÍAS DE PAISAJE



Así, obtenemos que, tal y como aparece en el gráfico 8, el mayor número de fotografías que acompañan a los reportajes pertenecen a un paisaje natural (56%), frente a un 33% que presenta un paisaje rural y sólo un 11% (cuatro fotografías) que muestran al indígena en un entorno urbano.

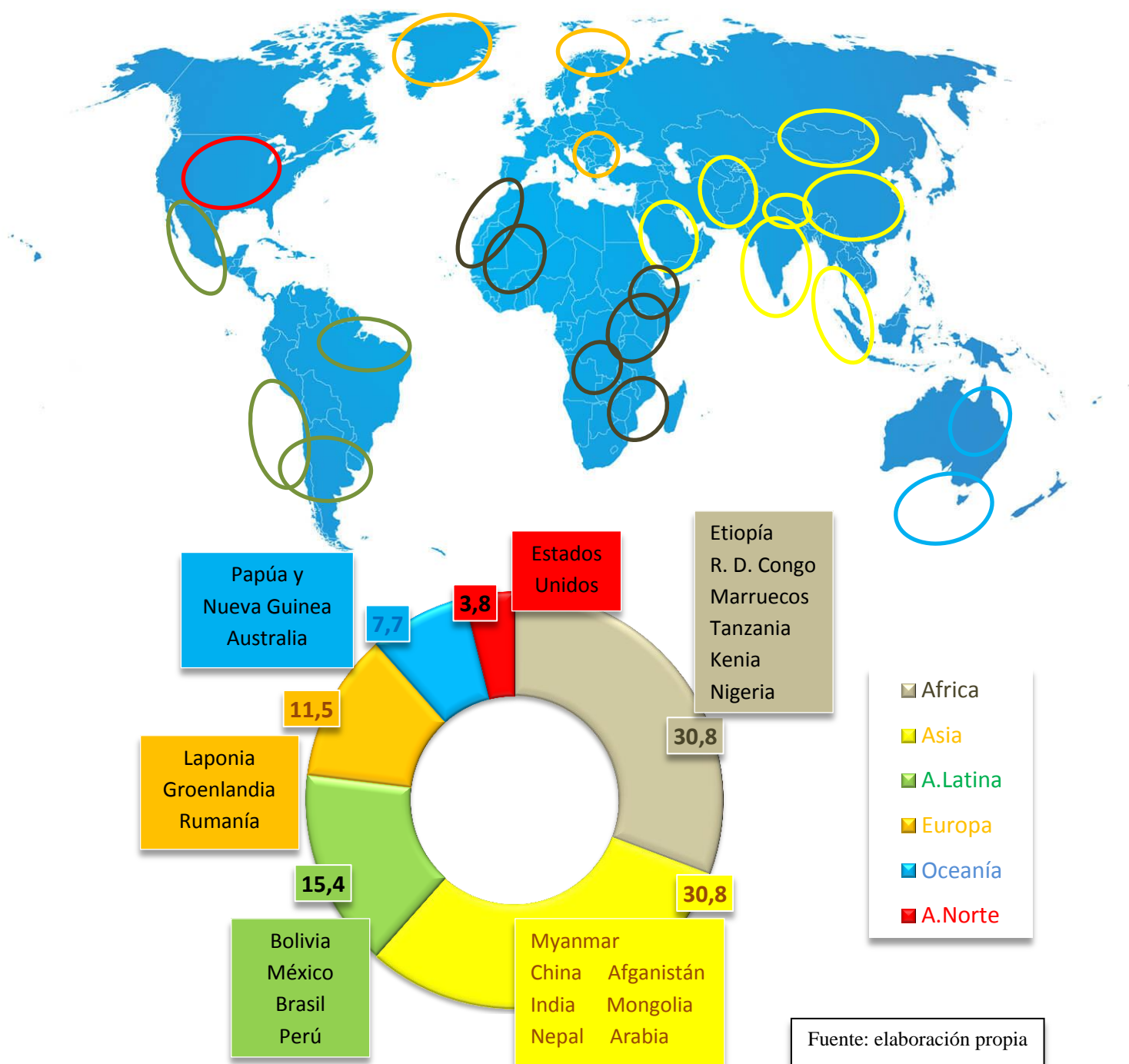
FOTO 8: “Tuareg: la lucha por la supervivencia”, reportaje 9



Respuestas al tercer objetivo: analizar sobre qué pueblos se ha informado

Se planteaba, de manera paralela al análisis de los reportajes, estudiar y recoger los pueblos sobre los que la *National Geographic* ha informado durante los diez años del estudio. Así, y tal como aparece recogido de manera visual en el mapa/gráfico 1, se puede observar el porcentaje de representación por continentes y su distribución.

MAPA/GRÁFICO 1: REPORTAJES ANTROPOLÓGICOS (POBLACIÓN DEL ESTUDIO)



El mapa/gráfico 1 muestra la población del estudio: 26 reportajes antropológicos. Se obtiene que el 62% de los reportajes se centran en los pueblos indígenas o minorías étnicas de África y Asia, le sigue América Latina con un 15,4%, Europa con un 11,5%, Oceanía, con dos reportajes (7,7%) y América del Norte, con un único reportaje.

Por su parte, y para completar estos resultados visuales, el mapa gráfico 2 sitúa a los 15 pueblos indígenas seleccionados como muestra para el estudio.

MAPA/GRÁFICO 2: PUEBLOS INDÍGENAS QUE COMPONEN LA MUESTRA DEL ESTUDIO



CONCLUSIONES

1. Los indígenas son tratados en la mayoría de los reportajes como agentes pasivos. Detrás de ello hay una herencia histórica que perpetúa una relación paternalista entre las culturas occidentales y las otras culturas.
2. De manera tentativa y preliminar, y a raíz de la muestra del estudio, puede decirse que la revista *National Geographic* presenta a los pueblos indígenas bajo el mito del Buen salvaje.
3. Hay una disociación entre el texto y las fotografías en los reportajes. Es decir, el texto aporta más matices sobre la actualidad de los pueblos indígenas. Sin embargo, las fotografías recurren a representar la imagen estereotípica del indígena, perpetuando una idea arcaica y superficial.
4. La actualidad, la problemática y la complejidad de la formación de la identidad étnica no aparecen tratadas con profundidad en los reportajes antropológicos de la revista. Hay una correlación entre esta circunstancia y lo expuesto por Grosvenor al definir los principios orientadores de la revista. Decía que era necesario “evitar informaciones desagradables o excesivamente críticas”.
5. Es necesario equilibrar y afirmar que, debido al carácter fotoperiodístico de la revista, hay tres niveles de lectura diferenciados. El tercer nivel de lectura (es decir, las fotografías, titular, destacados y texto principal) sí ofrece una visión general y con matices sobre la actualidad de los pueblos pero, como ya hemos afirmado, sin profundizar de manera estructural y compleja.
6. A la vista de los resultados obtenidos se puede concluir que la hipótesis planteada en el estudio se corrobora y, por lo tanto, hay un tratamiento en los reportajes antropológicos de *National Geographic* que refleja al indígena de una manera idealizada, primigenia y no contaminada.
7. Para complementar la hipótesis es necesario afirmar que toda irrupción proveniente de la cultura occidental (relacionada con la industrialización o las nuevas tecnologías) es tratada como una perversión de sus modos de vida

tradicionales. El periodista refleja, ante esta “contaminación”, cierta añoranza por perpetuar la imagen poética del indígena (recurre para ello a describir las escenas de caza o rituales, las historias de sabiduría ancestral junto al fuego o la relación de armonía con la naturaleza y con su entorno).

8. Para completar los resultados obtenidos, y con perspectiva de futuros proyectos, se hace necesario un análisis vertical y no tan horizontal. Es decir, el análisis de contenido con el que se ha llevado a cabo el estudio tiene sus limitaciones y, por ello, se propone realizar un análisis del discurso. Este permite una valoración más profunda y compleja de los reportajes.
9. El análisis del discurso es necesario para abordar un aspecto interesante apreciado a raíz de la muestra: la relación existente entre texto y fotografía con la influencia de lo ‘occidental’ en los modos de vida tradicionales de los pueblos indígenas. Se aprecian alusiones latentes e implícitos en el texto que sólo pueden analizarse bajo la lupa de dicha disciplina de estudio.
10. Se observa en la muestra del estudio cierta tendencia a describir relaciones diferenciadas entre mujeres y hombres en los reportajes, pero sin llegar a profundizar en ellos. Debido a su interés y relevancia se lanza como posible línea de investigación un análisis con perspectiva de género.

BIBLIOGRAFÍA

Alcantud, J. A. G. (1987). *El buen salvaje de Rousseau. Inflexión de la antropología y de la estética*. *Gazeta de Antropología*, 5.

Álvarez, J. G., Martínez, D. M., Lozano, P. P., Santamaría, J. M. T., & Schumann, D. V. (2008). *La visión de España en el National Geographic Magazine. Antecedentes, metodología y primeros resultados de una investigación en curso*. Universidad Carlos III, Madrid.

Barragán, L. (2007). *Pueblos Indígenas y Áreas Protegidas en América Latina*. Red Latinoamericana de Cooperación Técnica en Parques Nacionales, otras Áreas Protegidas, Flora y Fauna Silvestre. Programa FAO/OAPN.

Berraondo, M. (2008). *Pueblos indígenas y derechos humanos* (Vol. 14). Universidad de Deusto.

Centeno, M. (2014). *Los medios masivos de comunicación y las identidades indígenas*. *Revista UNIMAR*, 26(4).

Codinach, S. C. (2014). *África según National Geographic. Un análisis crítico del discurso (1989-2013)*. *Nova Africa*, (30), 4.

De Oliveira, F. P. (2006). *Teoría del periodismo*. Comunicación Social: Sevilla.

Departamento de Información Pública de las Naciones Unidas (2010). *La situación de los pueblos indígenas del mundo*.

FAO (2015). *Política de la FAO sobre pueblos indígenas y tribales*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

Feliu, P. M. (2014). *De lo lejano a lo próximo: un viaje por la Antropología y sus encrucijadas*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.

Haber, M. (2008). *Las imágenes del Tercer Mundo en la revista National Geographic*. *Revista electronica del Instituto de Altos Estudios Sociales de Universidad Nacional de General San Martín*, 2(4).

Hawkins, S. L. (2010). *American iconographic: National geographic, global culture, and the visual imagination*. University of Virginia Press.

Hopenhayn, M. (2002). *El reto de las identidades y la multiculturalidad*. Pensar Iberoamérica.

Jiménez, L. B. (2009). *Diversidad cultural y pueblos indígenas*. Universidad de Deusto.

Kapuscinski, R. (2007). *Encuentro con el otro*. Anagrama.

Marvin, H. (1998). *Antropología cultural*. Alianza Editorial. Madrid, p. 308-341.

Menchú, R. (1993). *Año internacional de los pueblos indígenas*. Publicación del Banco Interamericano de Derechos Humanos.

Mikkelsen, C. (2015). *El Mundo Indígena 2015*. Anuario del Grupo Internacional de Trabajo sobre Asuntos Indígenas. Copenhague: IWGIA.

Ramírez Castañeda, E. (2001). *Fotografía indígena e indigenista*. Ciencias (060).

Reguillo, R. (2002). *El otro antropológico: Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada*. Análisi: Quaderns de comunicació i cultura, (29), 63-79.

Romero, H. (2004). *Entrevista a Fredric Jameson. Modernidad y globalización*. Archipiélago: Cuadernos de crítica de la cultura, N° 63, págs. 105-118.

Susan, S. (2005). *Sobre la fotografía*. Edit. Alfaguara, México.

Tinajero Romero, S. (2011). *Visión sobre América Latina de la revista National Geographic en su edición en Español durante el año 2007*.

WEBGRAFÍA

<http://www.fao.org/indigenous-peoples/es/>

<http://www.iwgia.org/esp>

<http://www.ohchr.org/SP/Pages/Home.aspx>

<http://www.un.org/es/globalissues/indigenous/>

<http://www.survival.es/>

ANEXO I:

Índice de Reportajes

(Muestra del estudio)

ÍNDICE DE REPORTAJES

Reportaje 1 (R1): “Nómadas del mar”, por Jacques Ivanoff y fotografías de Nicolás Reynard. Abril, 2005.

Reportaje 2 (R2): “Bereberes de Marruecos”, por Jeffrey Tayler y fotografías de Alexandra Boulat. Enero, 2005.

Reportaje 3 (R3): “Los pigmeos del bosque del Ituri”, por Paul Salopek y fotografías de Randy Olson. Septiembre, 2005.

Reportaje 4 (R4): “Groenlandia, los últimos cazadores”, por Gretel Ehrlich y fotografías de David MacLain. Enero, 2006.

Reportaje 5 (R5): “Viaje a la China rural: una aldea al margen del tiempo”, por Amy Tan y fotografías de Lynn Johnson. Agosto, 2008.

Reportaje 6 (R6): “Los tarahumaras, un pueblo aparte”, por Cynthia Gorney y fotografías de Robb Kendrick. Febrero, 2009.

Reportaje 7 (R7): “Los hadza, cazadores-recolectores del siglo XXI”, por Michael Finkel y fotografías de Martin Schoeller. Enero, 2010.

Reportaje 8 (R8): “Los últimos nómadas de la India”, por John Lancaster y fotografías de Steve McCurry. Febrero, 2010.

Reportaje 9 (R9): “Tuareg: la lucha por la supervivencia”, por Peter Gwin y fotografías de Brent Stirton. Septiembre, 2011.

Reportaje 10 (R10): “Los últimos nómadas de Nueva Guinea”, por Mark Jenkins y fotografías de Amy Toensing. Febrero, 2012.

Reportaje 11 (R11): “Laponia, el pueblo de los sami”, por Jessica Beko y fotografías de Erika Larsen. Enero, 2012.

Reportaje 12 (R12): “Aborígenes australianos”, por Michael Finkel y fotografías de Amy Toensing. Junio, 2013.

Reportaje 13 (R13): “El caballo y el Nuevo Mundo”, por David Quammen y fotografías de Erika Larsen. Abril, 2014.

Reportaje 14 (R14): “Los últimos guardianes de una tierra virgen”, por Chip Brown y fotografías de Martin Schoeller. Febrero, 2014.

Reportaje 15 (R15): “Perú, el último puente inca”, por Lola Parra Craviotto y fotografías de Xavier Desmier. Septiembre, 2015.

ANEXO II:

Fichas de análisis

FICHA DE ANÁLISIS TIPO (TEXTO):

1.- CONTEXTUALIZACION HISTÓRICA	
a. Alusiones al pasado remoto	
b. " al colonialismo	
c. " al pasado más cercano	
2.- TRATAMIENTO DEL INDIGENA	
d. El indígena es un ser en armonía/dependencia con la Naturaleza	
e. " es un ser primigenio	
f. " es un ser místico	
g. " es un ser sabio de otro tiempo	
h. " vive al margen del tiempo	
3.- RELACIÓN OCCIDENTE/MODO DE VIDA TRIBAL	
i. Irrupción de modos de vida occidental	
j. Alusiones positivas a su modo de vida	
k. Alusiones peyorativas/negativas su modo de vida	
4. SITUACION PUEBLOS INDÍGENAS	
l. Problemas relacionados con la Educación	
m. " " la Salud	
n. " " la Pérdida de territorios	
o. Activismo y reivindicaciones sociales	

FICHA DE ANÁLISIS TIPO (FOTOGRAFÍA):

Nº FOTOS INCLUIDAS	
TIPO ENCUADRE O PLANO	
. General/Entero	
. Medio	
. Primer plano	
. Detalle	
CONTENIDO	
. Paisaje	
<i>Urbano</i>	
<i>Rural</i>	
<i>Natural</i>	
. Retratos	
. Recreaciones modo de vida	
<i>Caza / Recolección</i>	
<i>Ritos religiosos</i>	
<i>Tiempo de ocio</i>	
<i>Tareas domésticas</i>	
<i>Otros</i>	