

Estereotipos mediáticos o sociales. Consumo de televisión y prejuicio hacia los indígenas mexicanos entre jóvenes universitarios¹.

Carlos Muñiz*, Francisco Javier Serrano**, Rafael Aguilera* y Alejandra Rodríguez**

*Universidad Autónoma de Nuevo León; ** Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey

Introducción

Los estudios sobre la representación de las minorías sociales (étnicas, religiosas, sexuales, etc.) en los medios de comunicación se remontan a los años 60 y 70, cuando en Estados Unidos se comenzó a analizar la imagen principalmente de los individuos del colectivo afro-americano desde los postulados de la teoría del cultivo (Gerbner, 1993; Greenberg, Mastro y Brand, 2002). Estos estudios han demostrado que los grupos minoritarios habitualmente “han sido infra-representados y estereotipados en sus retratos y han desempeñado normalmente roles menores y con ocupaciones de bajo estatus” (Tamborini, Mastro, Chory-Assad y Huang, 2000, p. 641). Sin embargo, a partir de los años 90 la presencia televisiva de minorías comenzó a ser más acorde a la realidad y a estar basada en roles más aceptables socialmente, aunque todavía con dominio de los negativos (Greenberg *et al.*, 2002). En el caso mexicano, los indígenas constituyen uno de los principales grupos minoritarios que existen en la sociedad. En este sentido, los datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) señalan que cerca del 10% de la población mexicana es indígena. Aunque son escasos los estudios sobre representación mediática de este grupo (Lozano, 2006), los existentes marcan una clara presencia ínfima de personajes indígenas, en papeles normalmente estereotipados (Flores y García, 2007).

En 2005, la encuesta Diagnóstico de la Discriminación en México del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación permitió observar que los mexicanos perciben a los indígenas como uno de los grupos sociales más discriminados (15.6%), tan sólo superados por los ancianos, así visualizados por el 40.5% de la población. Y, aunque aparentemente el mexicano

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

pro medio dice no ser discriminatorio en su trato hacia la población indígena del país, la encuesta aporta resultados que reflejan índices preocupantes de intolerancia. Así, por ejemplo, el 20.1% de los encuestados no aceptaría a indígenas viviendo en su casa o se agruparían para impedir la constitución de comunidades indígenas cercanas (40%). Además, un porcentaje importante consideraba que los indígenas tienen una limitación social por el hecho de pertenecer a ese colectivo (43%) o que el ser indígenas comporta pobreza, de la que sólo saldrán al dejar de comportarse como tales (25%). Sin duda, en estas opiniones del colectivo indígena, como ocurre con los grupos minoritarios en cualquier sociedad, están pesando ciertas generalizaciones o estereotipos que han sido asociados al colectivo minoritario.

En el caso de los indígenas mexicanos, el estudio publicado por la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) en 2006 ofrece pistas sobre los principales estereotipos mantenidos por la sociedad mexicana, señalando que son tres las principales percepciones en la sociedad mexicana. En primer lugar, el *indígena histórico*, normalmente acompañado de estereotipos más positivos e idealizados al considerársele el verdadero nativo del país, mantenedor de la cultura y esencias mexicanas. También se encuentra la idea del *indígena en sus comunidades*, que conlleva el pensamiento en estereotipos como pobre, reacio al cambio y que imposibilita la civilización. Finalmente, se percibe un *indígena en la ciudad* que es aquel que no se adapta a la vida en las grandes ciudades, que contamina, malea y peca de inocencia al dejar que otros se aprovechen de ellos. Una de las principales conclusiones del estudio de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (2006) es la sorprendente lejanía y desconocimiento hacia el tema indígena que tienen los mexicanos, un hecho que en palabras del organismo “complica aún más la visión sobre este sector, cuya imagen está cargada de mitos, vaguedades y estereotipos” (p. 46).

Estos resultados llevan a plantear la duda sobre el origen de la información que están recibiendo los mexicanos acerca de los grupos indígenas, y que les lleva a mantener estos pensamientos marcados por determinados estereotipos. Se ha detectado que un aprendizaje de los grupos minoritarios basado en la experiencia personal conlleva normalmente la disminución de ideas estereotipadas y prejuiciosas hacia los miembros de esos colectivos (Schiappa, Gregg y Hewes, 2005; Tan, Fujioka y Lucht, 1997). Por el contrario, los estereotipos, emociones y prejuicios hacia otros grupos tienen más bien un fundamento en la información recibida de terceros, de otras personas o los medios de comunicación, actuando como generadores de un *contacto vicario* (Busselle y Crandall, 2002). Por ello, no debería ser

extraño que los medios mexicanos hayan contribuido a la transmisión de estereotipos sobre los indígenas, que pueden contribuir junto a otros factores de índole socio-demográfica o psico-social, a la generación de actitudes más o menos prejuiciosas. En este sentido, el presente trabajo busca determinar qué creencias mantienen los jóvenes ante los indígenas y detectar los factores que influyen en estas respuestas, en mayor o menor medida prejuiciosas. Además, y más en concreto, se pretende detectar si el consumo televisivo influye en sus percepciones, bien de forma directa o de una manera indirecta a través de la generación de estereotipos sobre indígenas.

Marco teórico

La estereotipación de los grupos sociales a través de los medios

Desde los postulados de la Teoría de los Indicadores Culturales se ha planteado que los retratos mediáticos de las minorías son unos de los más importantes indicadores de la cultura de las sociedades actuales, al modificarse en función de los cambios que también se producen en las actitudes sociales hacia esos grupos minoritarios (Sanahan, 2004). Sin embargo, muchas veces un aumento en la presencia de los grupos minoritarios no va acompañado de una mejora de sus representaciones, ya que se siguen produciendo asociaciones de los miembros de la minoría con aspectos negativos o caracterizados de forma muy estereotipada (Dixon y Linz, 2000; Greenberg *et al.*, 2002). El consumo de forma acumulativa por parte del público de este tipo de contenidos puede jugar un papel importante en la interiorización de estereotipos, como resultado de una exposición masiva a los mensajes de los medios. Los estereotipos son “creencias más o menos estructuradas en la mente de un sujeto sobre un grupo social” (Páez, 2004, p. 760). Es decir, generalizaciones que se hacen de un grupo de una forma apresurada y que normalmente están asentadas en una información incompleta o errónea (Schiappa *et al.*, 2005). Por ello, los estereotipos pueden conseguir que se ignore la variabilidad de los miembros del grupo. De esta manera, cuando una persona es categorizada dentro de un grupo étnico concreto, se le asignan determinados atributos, normalmente de carácter negativo, debido a su pertenencia a un grupo concreto que será complicado hacer cambiar (Tan *et al.*, 1997).

El papel de los medios puede ser clave para esta preactivación de los estereotipos raciales, mediante la presentación estereotipada de ciertos grupos sociales en sus contenidos

informativos o de ficción (Dixon, 2000; Dixon y Linz, 2000). En especial cuando estas imágenes estereotipadas se repiten de forma constante en el tiempo, lo que convierte a esa imaginaria en un verdadero recurso informativo tomado por las personas como conocimiento común (Brown-Givens y Monahan, 2005). En este sentido, los retratos de los grupos sociales tenderán a ser considerados como válidos y reales por las personas que consumen los medios frecuentemente (Fujioka, 1999). Se ha indicado que los medios ayudan a justificar el *status quo* existente en las sociedades, legitimando las diferencias sociales que pueden generar la discriminación de unos grupos frente a otros (Tamborini *et al.*, 2000). No en vano, como mencionan Busselle y Crandall (2002), los medios no sólo transmiten y generalizan estereotipos para ciertos grupos, como el de pobre o vago para ciertas minorías, sino que también justifican las consecuencias que ello va a tener en políticas públicas, discriminación o su realidad social. Y, si bien el consumo general de medios ayuda a explicar estos efectos nocivos, es la televisión el medio que en mayor medida influye en la generación de los estereotipos de las minorías de cada sociedad, en tanto que representa mejor que ningún otro medio la realidad social (Entman, 1992, Tamborini *et al.*, 2000).

El proceso de estereotipación que genera el consumo de medios de comunicación (*priming stereotypes*) se desarrolla en dos etapas según Brown-Givens y Monahan (2005). La primera conlleva la *activación* de un sistema de creencias personales que asocia a ciertos grupos con determinados estereotipos. El impacto mediático en esta fase es más fuerte cuanto menor es el conocimiento de la audiencia respecto del grupo minoritario es limitado (Fujioka, 1999). En la segunda etapa, los estereotipos activados son recuperados por las personas para interpretar la información que reciben y hacer juicios de valor acerca de los miembros de los grupos minoritarios. En concreto, los estudios sobre programas de entretenimiento y ficción de Estados Unidos demostraron que éstos podían hacer aumentar percepciones negativas, como *agresividad*, o positivas, como *sinceridad*, en función de los retratos con que se presentara a la minoría. También la información presente en las noticias puede impactar en las personas, generando ciertas estructuras cognitivas, denominadas esquemas (Casas y Dixon, 2003; Gorham, 2004). Mediante un proceso de accesibilidad, estos esquemas mentales son recuperados en un momento posterior para elaborar decisiones, juicios e incluso alterar emociones relacionadas con los temas o, en este caso, grupos minoritarios sobre los que se informó en las noticias. Ante esta evidencia, el presente estudio se pregunta en primer lugar:

PI1: ¿Qué estereotipos dominan en la muestra al pensar sobre indígenas?

El consumo mediático como predictor del prejuicio hacia los grupos minoritarios

Aparte de los efectos sobre estereotipos que pueden provocar el consumo de contenidos mediáticos sobre grupos minoritarios, la investigación ha observado que también puede fomentar la generación, mantenimiento y/o reforzamiento de prejuicios y/o racismo hacia las minorías (Buesselle y Crandall, 2002; Entman, 1992, 1994; Pedersen, Beven, Walker y Griffiths, 2004). Normalmente se produce a través de una estrategia que conlleva la vinculación de estos grupos minoritarios con aspectos negativos como el crimen o la delincuencia (Rada, 2000; Richardson, 2005). En el caso de los Estados Unidos, está sobradamente contrastado que los medios realizan una cobertura diferenciada de los grupos raciales, vinculando a latinos y afro-americanos (principales grupos étnicos minoritarios) con actuaciones delictivas. Una asociación que posteriormente es reproducida en el público, detectándose que esta utilización de la información recibida llega a generar prejuicios e incluso, en personas con posiciones extremas, la predisposición hacia la separación total entre los grupos (Buesselle y Crandall, 2002; Dixon y Linz, 2000; Tamborini *et al.*, 2000). En otros contextos geográficos, Bergin (2002 citado en Pedersen *et al.*, 2004) observó que el consumo de medios incrementa las actitudes negativas hacia los indígenas australianos. Para ello, la autora utilizó escalas que medían el prejuicio y el racismo moderno, obteniendo resultados similares en ambos casos.

Los prejuicios constituyen actitudes negativas o predisposiciones a adoptar comportamientos de tipo negativo hacia un grupo concreto o sus miembros, por el solo hecho de pertenecer a ese grupo (Cea D'Ancona, 2004; Pettigrew y Meertens, 1995). La formación de ideas prejuiciosas está fomentada por la tendencia que mantienen las personas hacia la categorización, la simplificación y el ordenamiento del mundo social para poder comprenderlo mucho más rápido y fácilmente (Cea D'Ancona, 2004). De esta manera, se instalan en las personas ciertas categorías de atributos que son asignadas a los miembros de un grupo por el simple hecho de pertenecer a él. Estos prejuicios hacia las minorías han ido evolucionando, y frente a un "prejuicio tradicional" que aprobaba la desigualdad entre las personas debido a la raza, una distinción biológica que incluso llevaba a presentar a ciertos grupos raciales como superiores frente a otros, en la actualidad se plantea un "prejuicio moderno" basado más en opiniones, actitudes sutiles de rechazo aunque camufladas (Buesselle y Crandall, 2002; Entman, 1992; Espelt, Javaloy y Cornejo, 2006; Rada, 2000; Richardson, 2005; Tamborini *et al.*, 2000).

Esta línea de estudio surge en los años 70 en los Estados Unidos, al plantear que la sociedad había abandonado el racismo tradicional, caracterizado por apoyar la existencia de una desigualdad racial de unos grupos superiores sobre otros. Frente a esta discriminación tradicional, se abonó la idea del surgimiento de un nuevo tipo de racismo más *sutil* (Sears y Kinder, 1971) o *moderno* (McConahay, 1986). Estudios posteriores también plantearon un racismo *aversivo* (Dovidio y Gartner, 2004), presente en las personas con teóricas “buenas intenciones” hacia las minorías. En Europa surgieron los trabajos de Pettigrew y Meertens (1995) que diferencian entre prejuicio manifiesto y sutil. La teoría del *prejuicio sutil* se sitúa a medio camino entre la explicación del *racismo moderno* sobre la base de los valores conservadores y la del *racismo aversivo*, al “señalar que el prejuicio se manifiesta, más que en los sentimientos negativos hacia el exogrupo, en la ausencia de sentimientos positivos hacia él” (Espelt *et al.*, 2006, p. 82). El prejuicio sutil se apoya en la defensa de los *valores tradicionales*, la exageración de las *diferencias culturales* y la *negación* de la discriminación y de las emociones positivas hacia el exogrupo (Hogan y Mallot, 2005). Sin embargo, autores recientes señalan la difícil y confusa diferenciación entre ambos tipos de prejuicio (Pedersen *et al.*, 2004).

Estas actitudes prejuiciosas se pueden deber a diversos factores de índole socio-demográfico o psico-social (Pedersen *et al.*, 2004), pero también a las experiencias negativas, a los estereotipos mediáticos recibidos o al proceso de socialización de la persona del grupo mayoritario (Schiappa *et al.*, 2005). El tamaño del grupo de pertenencia del sujeto puede ser un motivo de discriminación, pues normalmente los prejuicios son dirigidos hacia los miembros de grupos más pequeños que cohabitan con los del mayoritario en el mismo espacio geográfico. Así, el hecho de tener una diferente religión, pertenecer a otra raza o etnia, mantener diferentes orientaciones sexuales o realizar determinadas profesiones puede ser motivo de discriminación (Cea D’Ancona, 2004). Dentro de esta línea, Schiappa *et al.* (2005) plantean que cuando los componentes del grupo mayoritario se sienten diferentes a los pertenecientes a uno minoritario y, además, utilizan una categoría de atributos negativos para pensar sobre ellos, es probable que las actitudes que van a mantener hacia ese grupo se constituyan como prejuiciosas.

Además, se ha observado que hay otros factores sociológicos que pueden explicar las actitudes prejuiciosas (Espelt *et al.*, 2006). La literatura sobre discriminación enseña que los jóvenes tienden a ser menos prejuiciosos hacia miembros de colectivos sociales minoritarios de otros grupos de edad. En su trabajo sobre prejuicio hacia indígenas, Pedersen *et al.* (2004)

detectaron que los participantes en su estudio con mayor edad tendían a presentar actitudes más prejuiciosas hacia los indígenas, así como los que demostraban menores niveles educativos. Se ha observado que el prejuicio se puede reducir con la educación, en especial cuando las personas reciben cursos orientados a enseñar la diversidad étnica y racial de las sociedades contemporáneas (Hogan y Mallot, 2005). Un impacto que ha sido explicado mediante el efecto de la *necesidad de cognición*, que conlleva una mayor curiosidad de las personas en conocer y pensar sobre soluciones a los problemas, factor que reduce el racismo (Hogan y Mallot, 2005). Además, la ideología política, en especial para aquellas personas que mantienen posiciones extremadamente conservadoras, explica un incremento del prejuicio (Melican y Dixon, 2008). También se ha detectado el impacto de otros factores, en este caso de tipo psico-social, que han sido considerados por algunos autores como más influyentes en el mantenimiento del prejuicio (Pedersen *et al.*, 2004). Así, la vergüenza o el sentimiento de culpa de los grupos mayoritarios (normalmente blancos), la empatía con la minoría o la creencia en el privilegio hacia la mayoría pueden hacer disminuir el prejuicio (Pedersen *et al.*, 2004; Richardson, 2005). Así lo han detectado Brown, González, Zagefka, Manzi y Čehajić (2008) con los mapuches en Chile.

Uno de los factores que tradicionalmente se ha considerado como de mayor importancia para explicar la formación de actitudes hacia las minorías es el papel jugado por el *contacto* personal o directo (Berg, 2009; Tan *et al.*, 1997). Desde la *teoría del contacto* se entiende que una relación cara a cara entre miembros de diferentes grupos étnicos tendrá como resultado la aparición de una mayor variedad de estereotipos positivos –diferentes de las ideas preconcebidas sobre el exogrupo– que serán utilizados por los miembros del grupo mayoritario para definir y/o juzgar a los miembros del grupo minoritario (Cea D’Ancona, 2004; Dixon, 2000; Fujioka, 1999). En este sentido, Schiappa *et al.*, (2005) han planteado que el “contacto interpersonal es una de las maneras más efectivas para reducir los prejuicios entre los miembros de los grupos mayoritario y minoritario” (p. 92). La investigación a través del meta-análisis ha demostrado la hipótesis del contacto (Schiappa *et al.*, 2005), observándose que a un mayor contacto directo con grupos minoritarios en general disminuyen los prejuicios hacia sus miembros ($r = -.21$, $p < .001$). Sin embargo, para que el efecto del contacto directo sea efectivo, el contacto se ha de producir a un nivel íntimo en el que los miembros de los dos grupos ocupen el mismo estatus social (Berg, 2009; Cea D’Ancona, 2004), con interacción cooperativa y no competitiva (Tan *et al.*, 1997) y donde muchos miembros de la minoría

desarrollen comportamientos estereotípicos opuestos a los tradicionales (*counter-stereotypic*) (Fujioka, 1999).

Pero, no todos los miembros del grupo mayoritario tienen un acceso directo al grupo minoritario para mantener una relación interpersonal con sus miembros. En muchas ocasiones la única relación que estas personas tendrán con grupos étnicos diferentes al suyo se producirá a través de los medios de comunicación (Dixon, 2000). Así, junto al contacto directo intergrupal, puede existir un *contacto vicario*), constituido por una relación no directa –cara a cara–, sino mediada simbólicamente (Tan *et al.*, 1997). A partir de este contacto indirecto el público puede obtener información de otros grupos sociales y, por tanto, aprender acerca de ellos en un tipo de aprendizaje que se considera vicario (*vicarious learning*). De esta manera, los ejemplos ofrecidos por los medios –positivos o negativos– sobre las minorías pueden jugar un papel fundamental en el aprendizaje sobre esos grupos, así como en el desarrollo de actitudes prejuiciosas (Entman, 1992; Richardson, 2005; Schiappa *et al.*, 2005). Un impacto que se refuerza en aquellas personas que carecen de información de primera mano y tienen un fuerte consumo mediático (Busselle y Crandall, 2002). Esta hipótesis ha sido contrastada en estudios como el realizado por Dong y Murrillo (2005), quienes detectaron que aquellas personas que más aprendían sobre los hispanos de Estados Unidos en la televisión y menos consideraban el contacto directo como algo positivo, tenían más probabilidad de presentar estereotipos negativos prejuiciosos hacia los hispanos, frente a quienes desarrollaban mayor contacto con la minoría. Ante ello, el presente estudio plantea la siguiente pregunta:

PI2: ¿Qué grado de prejuicio existe entre los estudiantes analizados al pensar en grupos indígenas del país?

Modelo de mediación comunicativa sobre el prejuicio

Sobre la base del marco teórico descrito, se plantea la posibilidad de existencia de una mediación comunicativa entre el consumo de televisión y el prejuicio mantenido hacia el colectivo indígena. Como indica en su trabajo Rojas (2006) al explicar el modelo de mediación comunicativa, “las prácticas comunicativas no sólo tienen efecto directo sobre los comportamientos participativos” (p.116), o como en este caso sobre las actitudes prejuiciosas. También es probable que se generen ciertos efectos indirectos por la incorporación en el modelo de orientaciones subsiguientes al estímulo, como pueden ser los estereotipos

aprendidos, que cuando se incrementan impactan sobre la relación original entre variable independiente y dependiente, haciendo que ésta desaparezca o, como mínimo, se vea reducida. En este sentido, se espera que el consumo de televisión se relacione positiva y significativamente con el prejuicio hacia indígenas. De la misma manera, es de esperar que este consumo se asocie con el aumento de estereotipos positivos o negativos a la hora de pensar en el colectivo indígena, cumpliéndose así la hipótesis de estereotipación anteriormente explicada. Finalmente, el modelo de mediación comunicativa contempla que al incorporar estos estereotipos en la ecuación, el consumo televisivo dejará de afectar sobre el prejuicio. Por ello, se plantean las siguientes hipótesis que se tratarán de contrastar:

HI1: Un elevado consumo de televisión se relacionará con el prejuicio sentido y los estereotipos mantenidos sobre los indígenas, haciendo reducir los positivos y aumentando los negativos.

HI2: El consumo de televisión explicará de forma significativa y positiva el aumento del prejuicio hacia los colectivos indígenas.

HI3: El consumo de televisión dejará de explicar el prejuicio al incorporar en la ecuación el impacto de los estereotipos hacia indígenas.

Método

Participantes

En el estudio participaron un total de 447 estudiantes de las diferentes titulaciones de del Tecnológico de Monterrey en su campus de Monterrey, la Universidad Autónoma de Nuevo León y la Universidad Anáhuac de Vera Cruz. El 55.3% de la muestra eran mujeres y el 43.2% eran hombre, no contestando a la pregunta el 1.5%. Las edades estaban comprendidas entre 16 y 37 años ($M = 20.08$, $DE = 2.19$).

Instrumento y procedimiento

a) Variable dependiente:

Escala de Prejuicio hacia los indígenas: Para medir la actitud mantenida por los participantes hacia los indígenas mexicanos se tomó la escala desarrollada por Pettigrew y

Meertens (1995) y adaptada al español por Rueda y Navas (1996). El instrumento se compone de 20 ítems que miden diferentes opiniones, actitudes y comportamientos hacia los indígenas, con una escala tipo Likert de 1 *nada* hasta 5 *bastante* (Véase la escala completa en la Tabla 1). En el trabajo original de los creadores, así como en muchos otros estudios, se ha planteado la existencia de dos dimensiones en la escala, una que mide el *prejuicio manifiesto* y otra referida al *sutil*. Se calculó la consistencia interna de cada una de estas dimensiones, atendiendo a la composición planteada por Pettigrew y Meertens (1995), obteniéndose una buena consistencia para la dimensión de prejuicio manifiesto ($\alpha = .72$). Sin embargo, en la dimensión de prejuicio sutil no se obtuvo una consistencia alta, aunque sí aceptable ($\alpha = .66$). Aunque la correlación entre ambas dimensiones no fue demasiado alta, $r(393) = .53$, $p < .001$, como lo expresan Rueda y Navas (1996), se tuvo en cuenta la propuesta de Espelt *et al.* (2006), y se trabajó con una única escala de prejuicio, conformada por la suma de los 20 ítems. La consistencia del constructo fue alta ($\alpha = .79$), lo que explica una alta unidimensionalidad de los reactivos utilizados.

b) Variables independientes:

Consumo de televisión: Se preguntó a los sujetos por el número de horas, luego transformado en minutos, que en términos generales y en un día normal de la semana, veían televisión.

Estereotipos percibidos de los indígenas: También se pidió a los sujetos del estudio que indicaran en qué medida, y atendiendo a su opinión, ciertas características o rasgos definían a los indígenas. Se utilizó el mismo listado de estereotipos utilizado en su estudio por Navas y Cuadrado (2003), compuesta por 13 adjetivos que reflejaban rasgos de un grupo social. Los participantes debían señalar en qué grado aplicaban estos rasgos a los indígenas mediante una escala tipo Likert de cinco puntos, donde 1 significaba *nada* y 5 se refería a *bastante*. En cuanto a los *estereotipos positivos*, se creó una nueva variable que quedó conformada por la suma de los calificativos de *religiosos*, *inteligentes*, *trabajadores*, *limpios*, *abiertos*, *agradecidos*, *amistosos* y *buenos* ($\alpha = .76$). Por su parte, el segundo grupo y relativo a los *estereotipos negativos*, se compuso de los adjetivos *injustos*, *desleales*, *traicioneros* y *agresivos*, pues se decidió eliminar el rasgo de *desconfiados* al detectarse que su inclusión conllevaba una disminución en la consistencia interna del grupo ($\alpha = .75$).

c) *Variables de control*: se evaluó el sexo y la edad de los participantes, cuyos datos descriptivos han sido aportados anteriormente. Al objeto de los análisis posteriores, el ítem referido al sexo de los sujetos fue recodificado como una variable *dummy* donde 1 significaba ser hombre y 0 implicaba no serlo. Además de estos dos aspectos, se controlaron los siguientes:

Contacto directo con los indígenas: Se evaluó el grado en que los sujetos se relacionaban en diferentes aspectos de su vida con personas indígenas adaptando en parte la escala elaborada por Igartua, Muñiz, Otero, Cheng y Gómez (2008) para el estudio del contacto con inmigrantes. En esta escala se pregunta si el sujeto mantiene, o ha mantenido en el pasado, algún tipo de relación familiar, de amistad, de trabajo o de vecindad con indígenas en México, listado al que se sumó el posible contacto en los estudios. Cada uno de los ítems fue medido de forma dicotómica, donde 0 implica *ausencia* y 1 explica *existencia* de contacto, obteniéndose mediante su adicción un índice de contacto con un rango teórico de variación de 0 *nada de contacto* hasta 5 *bastante contacto*. Si bien la consistencia no fue alta ($\alpha = .65$) se utilizó la escala, a la espera de una posible mejora en futuros estudios.

Religiosidad del encuestado: Se adaptó al español el índice de religiosidad diseñado por Zuckerman, Kasl y Ostfeld (1984), compuesto por tres variables. En concreto, se preguntó a los sujetos ¿Podrías indicarnos qué tan a menudo asistes a servicios religiosos o a la Iglesia?, cuestión a la que podían responder con una escala de cinco puntos, donde 1 significaba *nunca*, 2 se refería a *unas pocas veces al año*, 3 para indicar *una a dos veces por mes*, 4 significaba *casi todas las semanas* y 5 para responder *todas las semanas*. También se les preguntó ¿en qué grado te consideras religioso? y ¿qué tanto es la religión para ti una fuente de fortaleza y bienestar?, ambas cuestiones medidas mediante una escala tipo Likert de 1 *nada* a 5 *bastante*. La consistencia interna de la escala fue alta ($\alpha = .81$), por lo que se procedió a elaborar una nueva variable mediante la suma de los tres reactivos señalados.

Resultados

Una primera aproximación: análisis descriptivos de los datos

Un análisis descriptivo de las variables y escalas sometidas a estudio permitieron detectar las características generales que definían a los sujetos participantes en la

investigación. Así, se observó que la *religiosidad* de la muestra fue más bien moderada, al situarse la media ligeramente por encima de la media teórica ($M = 2.98$, $DE = 1.05$). En general, su contacto directo con personas pertenecientes a este colectivo nacional era más bien bajo. De hecho, la media de contacto directo con indígenas fue de 1.10 ($DE = 1.28$), es decir, una gran parte de los participantes reportaron tener un único contacto con indígenas en un ámbito de su vida, ya fuera con familiares, amigos, vecinos y compañeros de trabajo o estudio. En lo relativo al consumo de la televisión, se detectó que los sujetos dedicaban una media de 2 horas y 24 minutos aproximadamente al día en ver televisión ($DE = 121.96$).

En general, la muestra estudiada demostró un *prejuicio* moderado hacia los indígenas mexicanos, al puntuar en la escala con un promedio de 2.60 ($DE = 0.53$), ligeramente por debajo del punto medio teórico de la escala, situado en el 3. Este bajo prejuicio parece confirmarse con el análisis de otras variables. Por ejemplo, en lo relativo a los rasgos con que asociaban a los indígenas, los que constituían los dos grandes grupos de estereotipos. Se observó que los positivos dominaron entre la muestra ($M = 3.47$, $DE = 0.61$) frente a los negativos ($M = 2.05$, $DE = 0.69$). Al analizar las relaciones entre las diferentes variables del estudio, se constató que el *prejuicio* tendía a disminuir entre los sujetos con mayor carga de estereotipos positivos, $r(390) = -.395$, $p < .001$, y a aumentar entre los que los que puntuaban más alto en los estereotipos negativos, $r(389) = .317$, $p < .001$. También se detectó que había una asociación positiva entre el consumo de televisión y el aumento del prejuicio, $r(393) = .146$, $p < .01$, pero curiosamente no se encontraron asociaciones estadísticamente significativas con el mantenimiento de estereotipos, ni positivos ni negativos (Véanse datos en la Tabla 1).

Tabla 1

Correlaciones (de Pearson) entre las variables independientes y dependiente, y estadísticos descriptivos de los reactivos

	1	2	3	4	<i>M</i>	<i>DE</i>
Escala de prejuicio total	-	.146**	.317***	-.395***	2.60	0.53
Consumo de televisión		-	-.007	.005	144.13	121.96
Estereotipos negativos			-	-.263***	2.05	0.69
Estereotipos positivos				-	3.47	0.61

** $p < .01$; *** $p < .001$

Factores explicativos del prejuicio hacia los indígenas mexicanos

Como última fase del estudio se procedió a tratar de detectar las variables que explicaban el prejuicio hacia los indígenas de la muestra sometida a estudio. Para ello, se realizó una regresión lineal múltiple, mediante pasos sucesivos, utilizando la *escala de prejuicio* como variable dependiente o criterio (Véanse datos en la Tabla 2). Con el objetivo de explicar el interés demostrado hacia la política por parte de los encuestados, se realizó una regresión lineal jerárquica, introduciendo los diferentes bloques de variables independientes las relativas a los aspectos socio-políticos (bloque 1), la exposición a la televisión (bloque 2), los estereotipos positivos y negativos sobre indígenas mantenidos por los participantes (bloque 3) y la interacción entre consumo de televisión y cada uno de los estereotipos (bloque 4). Para realizar esta última parte del análisis, se calcularon los valores tipificados de cada variable (valores Z) a fin de poder calcular dos nuevas variables mediante la multiplicación de la variable independiente (consumo) y cada una de las mediacionales (estereotipos). Todas estas variables cumplieron el supuesto de independencia respecto de la variable dependiente, atendiendo al valor del test de Durbin-Watson que fue de 1.63, y por tanto superior al 1.5 e inferior al 2.5, límites máximos permitidos. A pesar de que el primer bloque tan sólo explicara el 7.2% de la varianza, el impacto de dos de las variables incorporadas fue estadísticamente significativo (Ver datos en Tabla 4). Así, ser hombre ($\beta = -.146$, $p < .01$) y, sobre todo, la ausencia de relaciones o contacto directo con personas indígenas ($\beta = -.221$, $p < .001$) fueron los mayores predictores del prejuicio.

Tabla 2

Regresión lineal múltiple por pasos sucesivos con la escala de prejuicio hacia indígenas como variable dependiente

	Bloque 1	Bloque 2	Bloque 3	Bloque 4
Sexo del encuestado	-.146**	-.146**	-.118*	-.118*
Edad del encuestado	-.043	-.041	-.130**	-.121*
Nivel de religiosidad	.036	.042	.062	.061
Contacto con indígenas	-.221***	-.218***	-.144**	-.143**
Consumo de televisión		.119*	.136**	.128**
Estereotipos negativos			.241***	.239***
Estereotipos positivos			-.312***	-.315***
Consumo TV X Est. Nega.				-.020

Consumo TV X Est. Posi.				.030
R^2	.072	.086	.265	.267

Nota: $N = 371$. La variable sexo del encuestado se recodificó como *dummy*, donde 1 significa ser mujer. * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Al introducir en el modelo la variable de exposición mediática, en este caso a la televisión, generó un leve aumento en la varianza explicada ($R^2 = .086$). Así, se pudo detectar que el consumo de este medio explicaba, si bien de forma leve, el aumento de prejuicio ($\beta = .119$, $p < .05$). El tercer bloque, en el que se incorporaron las variables relativas a los estereotipos utilizados por los participantes para definir a los indígenas, consiguió aumentar significativamente el prejuicio explicado, pasando a una varianza del 26.5%. Ello fue debido al importante impacto que tuvieron los estereotipos, en este caso los positivos para explicar una disminución en las actitudes prejuiciosas ($\beta = -.312$, $p < .001$) y los negativos para contribuir a su aumento ($\beta = .241$, $p < .001$). Cabe indicar que la incorporación de los estereotipos en la regresión conllevó la aparición de un grado explicativo por parte de la edad, situándose entre los más jóvenes el mayor prejuicio ($\beta = -.130$, $p < .01$). Finalmente, no se detectó un impacto multiplicativo del consumo de televisión junto a la presencia de estereotipos negativos ($\beta = -.020$, $p > .05$) o positivos ($\beta = .030$, $p > .05$), teniendo en cuenta los datos arrojados en el bloque 4 de la regresión jerárquica realizada (Véase la Tabla 3).

Discusión y conclusiones

Los resultados obtenidos en el estudio reflejan unas ideas poco estereotipadas hacia el colectivo indígena mexicano entre los estudiantes de la muestra estudiada. En la línea de la primera pregunta de investigación, que planteaba ¿qué estereotipos dominan en la muestra al pensar sobre indígenas?, se observa que los estereotipos positivos son los que dominaron entre los participantes en el estudio al pensar sobre los indígenas mexicanos. El hecho de que la carga negativa, expresada a través de la descripción del indígena mediante rasgos como injustos, desleales, traicioneros y agresivos, tuviera una presencia menor entre los estudiantes de la muestra constituye un resultado importante, a la vez que esperanzador. Unos resultados similares a los encontrados en otros estudios similares que han evaluado la carga cognitiva y emocional de los sujetos al pensar en grupos minoritarios como los gitanos o los inmigrantes en España (por ejemplo: García, Navas, Cuadrado y Molero, 2003; Rueda y Navas, 1996).

Con respecto a la segunda pregunta de investigación, que cuestionaba ¿qué grado de prejuicio existe entre los estudiantes analizados al pensar en grupos indígenas del país?, de nuevo se confirma que las actitudes prejuiciosas demostradas por la muestra del estudio es baja, al situarse en una media de 2.51, por debajo del punto medio teórico de la escala ($M = 3$). Nuevamente se observa que estos resultados son similares a los de estudios anteriores, confirmándose por tanto la tendencia de los estudiantes en diferentes países a mantener menor nivel de prejuicio hacia los diferentes grupos minoritarios de sus sociedades, como es el caso de los indígenas en México (por ejemplo: Akrami *et al.*, 2000; Espelt *et al.*, 2006; García *et al.*, 2003; Hogan y Mallot, 2005; Rueda y Navas, 1996). Sin embargo, hay que recordar que otros estudios, en los que se ha trabajado con muestras con medias de edad superiores y con menores niveles de educación, han encontrado mayores niveles de prejuicio hacia los grupos minoritarios entre sus participantes (Pedersen *et al.*, 2004).

Todo ello refuerza la idea de que son necesarios esfuerzos en la educación sobre la diversidad en sectores juveniles de la población, a fin de reforzar actitudes más tolerantes y menos prejuiciosas hacia las minorías (Hogan y Mallot, 2005). Se ha propuesto que el impacto de la edad sobre el prejuicio es más un efecto de cohorte (sobre grupos de edad concretos de la población) que de maduración (sobre la población en su conjunto) (Pedersen *et al.*, 2004). Ello no debe llevar a pensar que hay sectores de la población que no pueden llegar a desarrollar actitudes más tolerantes hacia el exogrupo, como los de edad más avanzada, por lo que es necesario que se fomenten programas de educación e información dirigidos hacia ellos a fin de conseguir un desarrollo de tolerancia mediante la información. Pero, se considera muy importante realizar un trabajo profundo con la cohorte de la población que ahora se encuentran en la juventud, ofreciéndole información en temas indígenas así como de otras minorías y fomentando la educación en la diversidad y la tolerancia, lo que puede hacer que en el futuro se cuenten con generaciones más comprensivas con los grupos minoritarios de la sociedad.

Por otra parte, la hipótesis primera del estudio planteaba que “un elevado consumo de medios de comunicación se relacionará con el prejuicio sentido y los estereotipos mantenidos sobre los indígenas, haciendo reducir los positivos y aumentando los negativos”. Los resultados permitieron comprobar parcialmente la hipótesis pues, en primer lugar, el consumo de mediático sí se relacionó con el prejuicio, aunque fuera de una forma modesta. Sin embargo, no se detectaron asociaciones con la presencia de estereotipos negativos o positivos entre los sujetos estudiados. No dejan de sorprender los resultados, especialmente en el caso de los

estereotipos negativos, pues contradicen abiertamente las hipótesis de la estereotipación, que postulan el impacto de un fuerte consumo de medios en la generación y/o mantenimiento de ideas y opiniones estereotipadas, especialmente negativas, hacia las minorías (Brown-Givens y Monahan, 2005; Busselle y Crandall, 2002; Tan *et al.*, 1997).

Por su parte, la segunda hipótesis planteaba que “el consumo de medios explicará de forma significativa y positiva el aumento del prejuicio hacia los colectivos indígenas”. Los resultados han permitido comprobarla, pudiéndose por tanto descartar la hipótesis nula. Se observa que el consumo de medios tiene una capacidad predictiva del prejuicio hacia los indígenas, aunque en cualquier caso inferior al sexo del encuestado y, sobre todo, al nivel de contacto directo con indígenas. Sin embargo, la tercera hipótesis, que correspondía con el planteamiento de modelo de mediación comunicativo propuesto, no pudo ser corroborada, debiendo aceptar la hipótesis nula. Así, la inclusión de los estereotipos, tanto negativos como positivos, no hizo desaparecer o disminuir el impacto del consumo de televisión sobre el prejuicio mantenido hacia los indígenas, sino que hizo que éste aumentara. Por tanto, no se puede concluir que exista un modelo mediacional de los estereotipos, pero tampoco moderador, pues las variables multiplicativas incorporadas en el último bloque de la regresión calculada tampoco impactaron en el prejuicio. Por tanto, parece constatarse más bien un efecto sumativo, donde el consumo televisivo y el mantenimiento de estereotipos explican de forma separada el prejuicio, contribuyendo a que esta actitud hacia los indígenas se vea modificada al presentarse de forma conjunta con otros factores, como el contacto directo, el sexo o la edad.

Una posible respuesta a estos resultados diferentes al modelo de mediación comunicativo propuesto y que contradicen la hipótesis de la estereotipación, puede venir dada por el importante papel de la sociedad en la generación de ideas y creencias con respecto a los indígenas mexicanos (Schiappa *et al.*, 2005). La socialización puede haber conducido a la generación y mantenimiento de ciertos rasgos descriptivos de los indígenas, cultivados socialmente por el grupo mayoritario (Schiappa *et al.*, 2005) y que son utilizados por sus miembros para describir a este colectivo, sin necesidad de tenerlos que aprender a través de los medios de comunicación. En el caso de este estudio, los participantes reconocen no mantener un contacto directo fuerte con indígenas, pero sí un importante interés en los temas indígenas. Ello puede hacer que el papel de los medios no sea tan fuerte entre los participantes, pues como Fujioka (1999) destaca, el impacto mediático en la generación de estereotipos es más fuerte cuando el conocimiento de la audiencia respecto del grupo

minoritario es limitado, cosa que quizá no se produzca entre los sujetos participantes en el estudio.

Sin embargo, el resultado puede deberse a otras explicaciones. Quizá la nula influencia mediática sea originada por la falta de existencia de ejemplos sobre indígenas en los medios de comunicación, lo que imposibilitaría un aprendizaje vicario tanto positivo como negativo de los rasgos de este colectivo. Trabajos como el de Lozano (2006) ponen de manifiesto la escasa diversidad étnica de la televisión mexicana, principal mecanismo de adquisición de ejemplos a través de los medios. Por su parte, es posible que este resultado se deba a un simple soterramiento de los estereotipos negativos (Dixon, 2000). No es raro que las ideas negativas que el grupo mayoritario tiene sobre el minoritario se mantengan a pesar del consumo de contenidos con una presentación positiva de la minoría, sino que se mantengan de forma encubierta. Ello se puede producir cuando la mayoría ve en los personajes de la minoría, en este caso indígenas, presentados en los medios un retrato poco o nada representativo de su grupo. Con todo, serán necesarios más estudios mediante análisis de los contenidos de los diversos medios de comunicación mexicanos para poder dar respuesta a estas dos posibilidades.

Estas conclusiones abren nuevas y prometedoras líneas de trabajo en un área poco estudiada en el contexto mexicano. En futuros estudios se deberían ampliar las cohortes de edad estudiadas, para poder tener una visión mucho más global sobre las actitudes prejuiciosas de los diferentes grupos de edad que conforman la sociedad mexicana. Será necesario analizar los efectos de los medios tanto en muestras con edad adulta, como las situadas en el grupo infantil o preuniversitario, en ambos casos para poder predecir su impacto en el prejuicio, estereotipos y emociones hacia los indígenas. Además, el estudio desarrollado presenta una limitación clara en la constitución de la variable predictora constituida por el consumo de medios. Sería necesario que en otras investigaciones se analice el posible efecto de los diferentes contenidos mediáticos de cada uno de los principales medios de comunicación. Trabajos como los de Busselle y Crandall (2002), sobre los diferentes contenidos de la televisión, o el de Melican y Dixon (2008), centrados en diversos medios de información digitales, ponen de manifiesto los efectos que ciertos contenidos específicos de los medios de comunicación tienen sobre el racismo mantenido por los grupos mayoritarios, así como en el desarrollo de las opiniones hacia las minorías.

Referencias

- Berg, J. A. (2009). Core Networks and Whites' Attitudes toward Immigrants and Immigration Policy. *Public Opinion Quarterly*, 73(1), 7-31.
- Brown, R., González, R., Zagefka, H., Manzi, J. y Čehajić, S. (2008). Nuestra Culpa: Collective Guilt and Shame as Predictors of Reparation for Historical Wrongdoing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 94(1), 75-90.
- Brown-Givens, S. M. y Monahan, J. L. (2005). Priming mammies, jezebels, and other controlling images: An examination of the influence of mediated stereotypes on perceptions of an African American woman. *Media Psychology*, 7, 87-106.
- Busselle, R. y Crandall, H. (2002). Television viewing and perceptions about race differences in socioeconomic success. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 46, 265-282.
- Casas, M. y Dixon, T. L. (2003). The impact of stereotypical and counter-stereotypical news on viewer perceptions of Blacks and Latinos: An exploratory study. En A. Valdivia (Ed.), *A Companion to Media Studies* (pp. 480-494). Londres: Blackwell Publishing.
- Cea D'Ancona, M. A. (2004). *La activación de la xenofobia en España*. Madrid: CIS.
- Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. (2006). *Percepción de la imagen del indígena en México: diagnóstico cualitativo y cuantitativo*. Ciudad de México: Autor.
- Dixon, T. L. y Linz, D. (2000). Race and the misrepresentation of victimization on local television news. *Communication Research*, 27, 547-573.
- Dong, Q. y Murrillo, A. P. (2005). The Impact of Television Viewing on Young Adults' Stereotypes Towards Hispanic Americans. *Human Communication*, 10(1), 33-44.
- Dovidio, J. F. y Gaertner, S. L. (2004). Aversive racism. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (pp. 1-52). San Diego, CA: Academic Press.
- Entman, R. (1992). Blacks in the News: Television, modern racism and cultural change. *Journalism Quarterly*, 69, 341-361.
- Entman, R. (1994). Representation and reality in the portrayal of blacks on network television news. *Journalism Quarterly*, 71, 509-520.
- Espelt, E., Javaloy, F. y Cornejo, J. M. (2006). Las escalas de prejuicio manifiesto y sutil: ¿una o dos dimensiones? *Anales de Psicología*, 22(1), 81-88.
- Flores, M. L. y García, A. (2007). Estereotipos demográficos, ocupacionales y étnicos en la televisión mexicana. En L. Martell, G. Valdés, T. Karam y J. Valero (Eds.) *Anuario de Investigación de la Comunicación* (pp. 41-59). México: CONEIC.

- Fujioka, Y. (1999). Television portrayals and African-American stereotypes: Examination of television effects when direct contact is lacking. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 76, 52-75.
- García, M. C., Navas, M. S., Cuadrado, I. y Molero, F. (2003). Inmigración y prejuicio: actitudes de una muestra de adolescentes almerienses. *Acción Psicológica*, 2(2), 137-147.
- Gerbner, G. (1993). *Women and minorities on television*. Philadelphia: University of Pennsylvania.
- Gorham, B. W. (2004). The social psychology of stereotypes: Implications for media audiences. En R. A. Lind (Ed.), *Race/Gender/Media: Considering diversity across audience, content, and producers* (pp. 14-21). Boston: Pearson.
- Greenberg, B. S., Mastro, D. E. y Brand, J., (2002). Minorities and the mass media: Television Into the 21st Century. En J. Bryant y D. Zillmann (Eds.), *Media Effects. Advances in the Theory and Research* (pp. 333-351). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hogan, D. E. y Mallott, M. (2005). Changing Racial Prejudice Through Diversity Education. *Journal of College Student Development*, 46(2), 115-125.
- Igartua, J. J., Muñiz, C., Otero, J. A., Cheng, L. y Gómez, J. (2008). Recepción e impacto socio-cognitivo de las noticias sobre inmigración. *Revista de Psicología Social*, 23(1), 3-16.
- Lozano, J. C. (2006). Diversidad cultural y televisión en México. *Comunicación y Sociedad*, 5, 137-156.
- McConahay, J. B. (1986). Modern racism, ambivalence, and the modern racism scale. En J. Dovidio, S. Gaertner (Eds.) *Prejudice, discrimination and racism* (pp. 91-125). San Diego: Academic.
- Melican, D. B. y Dixon, T. L. (2008). News on the Net: Credibility, Selective Exposure, and Racial Prejudice. *Communication Research*, 35(2), 151-168.
- Navas, M. y Cuadrado, I. (2003). Actitudes hacia gitanos e inmigrantes africanos: un estudio comparativo. *Apuntes de Psicología*, 21(1), 29-49.
- Páez, D. (2004). Relaciones intergrupales. En D. Páez, I. Fernández, S. Ubillos, y E. Zubieta (coord.), *Psicología Social, Cultura y Educación* (pp. 752-768). Madrid: Pearson Educación.
- Pedersen, A., Beven, J., Walker, I. y Griffiths, B. (2004). Attitudes toward Indigenous Australians: The Role of Empathy and Guilt. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 14(4), 233-249.
- Pettigrew, T. y Meertens, R. (1995). Subtle and blatant prejudice in Western Europe. *European Journal of Social Psychology*, 25(1), 57-75.

- Rada, J. A. (2000). A new piece to the puzzle: Examining effects of televisión portrayals of African Americans. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 44, 704-715.
- Richardson, J. D. (2005). Switching social identities: The influence of editorial framing on reader attitudes toward affirmative action and African Americans. *Communication Research*, 32, 503-528.
- Rueda, J. F. y Navas, M. (1996). Hacia una evaluación de las nuevas formas del prejuicio racial: las actitudes sutiles del racismo. *Revista de Psicología Social*, 11(2), 131-149.
- Rojas, H. (2006). Comunicación, participación y democracia. *Universitas Humanística*, 62, 109-142.
- Sanahan, J. (2004). A return to cultural indicators. *Communications*, 29, 277-294.
- Schiappa, E., Gregg, P. B. y Hewes, D. E. (2005). The Parasocial Contact Hypothesis. *Communication Monographs*, 72(1), 92-115.
- Sears, D. y Kinder, D. (1971). Racial tensions and voting Los Angeles. En W. Hirsh (Ed.). *Los Angeles. Viability and prospects for metropolitan leadership* (pp. 53-84). NY: Praeger.
- Tamborini, R., Mastro, D. E., Chory-Assad, R. M. y Huang, R. H. (2000). The color of crime and the court: A content analysis of minority representation on television. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77, 639-653.
- Tan, A., Fujioka, y Lucht, N. (1997). Native American stereotypes, TV portrayals, and Personal Contact. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 74, 265-284.
- Zuckerman, D. M., Kasl, S. V. y Ostfeld, A. M. (1984). Psychosocial Predictors of Mortality among the Elderly Poor. The Role of Religion, Well-Being, and Social Contacts. *American Journal of Epidemiology*, 119(3), 410-423.