

Encabezado: ESTUDIOS DE LAS RELACIONES ENTRE EL CONSUMO DE MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN Y LOS PREJUICIOS

Estudio de las relaciones entre el consumo de medios de comunicación y los prejuicios,  
estereotipos y emociones hacia indígenas mexicanos

Carlos Muñiz, Jaqueline Casanova y Francisco Javier Serrano

Tecnológico de Monterrey, Mexico

## Resumen

Diversos estudios han observado, bien mediante estudios correlacionales o experimentales, el efecto que puede tener el consumo de medios de comunicación en la percepción, creencias, estereotipos y/o emociones que las personas tengan de los grupos minoritarios (Busselle y Crandall, 2002). En el caso mexicano, aunque el colectivo indígena de la población ha sido estudiado desde diversas disciplinas, sin embargo siguen siendo escasos los análisis sobre su representación mediática o sobre la percepción pública que se tiene de este colectivo. A tal efecto, se realizó una investigación mediante cuestionario, aplicado a 164 estudiantes del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, en el que, entre otras cuestiones, se les preguntaba por su consumo de medios de comunicación, contacto con indígenas y percepciones de este grupo. Tomando como base la escala de prejuicio desarrollada por Pettigrew y Meertens (1995), se observó que el contacto directo influía en una actitud más favorable hacia el grupo estudiado, frente a la influencia que tenía el contacto vicario, a través del consumo de medios de comunicación.

## Palabras clave

Prejuicio, estereotipos, indígenas, medios de comunicación, emociones

Estudio de las relaciones entre el consumo de medios de comunicación y los prejuicios,  
estereotipos y emociones hacia indígenas mexicanos

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 *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 unos pensamientos cargados de 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 actitudes, creencias y emociones 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 qué contacto influye más en sus percepciones, si el vicario realizado por los medios, o el directo realizado *cara a cara* con 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, 2000; 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). Cuando estas imágenes se presentan de forma sesgada, el grupo social dominante puede utilizar la información recibida para apoyar su superioridad y reforzar su idea de la posición subordinada de los grupos minoritarios (Gorham, 2004). Se ha indicado que los

medios ayudan a justificar el *estatus 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).

Con todo, en su parte positiva los medios de comunicación pueden también ayudar a dar a conocer a otros grupos con los que difícilmente se podría tener una relación directa. Un posible resultado de este consumo es la aceptación o tolerancia hacia los grupos minoritarios sobre los que han aumentado los retratos positivos, como se ha detectado en el caso del colectivo homosexual en los Estados Unidos (Sanahan, 2004). Un contacto interpersonal con los miembros de la minoría a través de los medios de comunicación puede generar un mayor nivel de aprendizaje en el público acerca de esos colectivos ajenos y de otra manera lejanos (Schiappa *et al.*, 2005; Tan *et al.*, 1997). Evidentemente, este aprendizaje variará en función de la valencia afectiva del contenido mediático. Así, es de esperar que una representación claramente opuesta a la que tradicionalmente se mantiene para un grupo ayude a reducir las ideas negativas del grupo mayoritario respecto del minoritario (Casas y Dixon, 2003, Schiappa *et al.*, 2005). Sin embargo, Dixon (2000) plantea que esta práctica puede llevar a un simple soterramiento de los estereotipos negativos. Es decir, que las ideas negativas que el grupo mayoritario tiene sobre el minoritario no

desaparezcan, sino que se mantengan de forma encubierta, pensando en esos personajes como poco o nada representativos de su grupo.

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.

Junto a la generación de estereotipos, es posible que el consumo de contenidos mediáticos genere un segundo tipo de efecto en la audiencia, en este caso de tipo emocional, haciendo sentir al público de determinada manera al pensar sobre el grupo minoritario. Varios estudios sobre efectos de los contenidos informativos de los medios han detectado el impacto de las noticias sobre las emociones, en función del encuadre noticioso (*news frame*) emplazado. En este sentido, Brader, Valentino y Suhay (2008) presentaron a los participantes de su estudio diferentes noticias

sobre inmigración enfocadas desde las consecuencias positivas de los inmigrantes para el país (como el refuerzo de la economía, riqueza cultural o el incremento de las ganancias para la hacienda pública) o sus efectos negativos (por ejemplo, el uso de los recursos públicos, disminución de los valores de la sociedad o reducción de los salarios), protagonizadas por inmigrantes europeos o mexicanos normalmente más desprestigiados en Estados Unidos. Los autores observaron un efecto de las noticias sobre las reacciones emocionales de los sujetos participantes, favoreciendo el desarrollo de emociones negativas como la “ansiedad”, la “preocupación” o el “enfado” cuando la información se presentaba con un tono más negativo, y otras emociones positivas como “entusiasmo” o “esperanza” cuando la noticia se enfocaba en las consecuencias beneficiosas. Además, detectaron que la referencia a la nacionalidad del inmigrante moderaba el efecto emocional de la noticia, estimulando la mención a los mexicanos emociones más negativas que si se destacaba el protagonismo de personas rusas en noticias del mismo signo, donde la carga emotiva positiva aumentaba.

Junto a este efecto emocional directo de los medios, se ha planteado que la generación o refuerzo de emociones negativas –como el miedo y/o el recelo– en los espectadores de los medios de comunicación pertenecientes al grupo mayoritario puede desembocar, de forma indirecta, en actitudes prejuiciosas hacia los miembros de los grupos minoritarios (Entman, 1992, 1994). En su estudio con una muestra española de estudiantes preuniversitarios, García, Navas, Cuadrado y Molero (2003) detectaron que las emociones negativas y la falta de emociones positivas en los participantes explicaban positivamente el prejuicio hacia grupos minoritarios. En concreto, los autores trabajaron con el prejuicio hacia varios colectivos de inmigrantes, una de las minorías étnicas principales en España actualmente. Si bien los autores no trabajaron con la variable del consumo de medios de comunicación, su análisis de resultados sí les permitió

observar que puntuar alto en emociones negativas tradicionales representadas por el “odio”, la “hostilidad”, la “rabia” y el “asco” eran los más fuertes predictores en su modelo del prejuicio tanto hacia los inmigrantes subsaharianos ( $\beta = .36, p < .001$ ) como hacia los marroquíes ( $\beta = .32, p < .001$ ). Sin embargo, el hecho de que los sujetos encuestados presentaran emociones positivas en su pensamiento sobre estos colectivos, representadas por la “admiración”, la “atracción”, la “simpatía”, el “respeto” y el “agradecimiento”, explicaban una disminución en el prejuicio, tanto hacia subsaharianos ( $\beta = -.31, p < .001$ ) como hacia marroquíes ( $\beta = -.25, p < .001$ ).

#### *El consumo mediático como predictor del prejuicio hacia los grupos minoritarios*

Aparte de los efectos sobre estereotipos y emociones 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 mediante 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 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), aunque 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 intergrupar, 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). Los autores detectaron que aquellas personas que más aprendían sobre los

hispanos de Estados Unidos en la televisión y menos consideraban el contacto directo como algo bueno, tenían más probabilidad de presentar estereotipos negativos prejuiciosos hacia los hispanos, frente a quienes desarrollaban mayor contacto.

### Preguntas e hipótesis de investigación

Sobre la base del marco teórico descrito, y a fin de dar respuesta a los objetivos del estudio, se plantearon ciertas preguntas e hipótesis de investigación que se pretendían comprobar a partir de los datos obtenidos en el estudio:

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

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

HI1: Un elevado consumo de medios de comunicación impactará en las emociones hacia indígenas, haciendo reducir las positivas y aumentando las negativas.

HI2: Un elevado consumo de medios de comunicación impactará en los estereotipos mantenidos sobre los indígenas, haciendo reducir los positivos y aumentando los negativos.

HI3: El consumo de medios explicará de forma significativa y positiva el aumento del prejuicio hacia los colectivos indígenas.

PI3: ¿En qué grado el contacto vicario explicará mejor que el directo las emociones, estereotipos y prejuicios hacia los indígenas?

Tabla 1  
Escala de prejuicio hacia los indígenas

Preguntas constitutivas de la escala de prejuicio	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>
En México viven otros grupos minoritarios que superan el prejuicio y salen adelante por sus propios esfuerzos. Los indígenas deberían hacer lo mismo sin que se les tenga que dar un trato especial	140	3.22	1.16
La mayoría de los políticos mexicanos se preocupan demasiado por los indígenas y no lo suficiente por los otros ciudadanos.	142	1.88	.88
Los indígenas que viven en México enseñan a sus hijos valores y destrezas diferentes de las que se requieren para triunfar en este país	142	2.95	1.08
No me importaría que una persona indígena fuera profesor o jefe mío*	142	1.94	1.16
El inconveniente de que los indígenas que viven en México entren en determinados lugares (locales públicos, viviendas, etc.) es que no saben respetar las normas de convivencia establecidas	142	2.06	1.03
Los indígenas son muy diferentes al resto de ciudadanos en los hábitos de higiene y en la necesidad de limpieza	142	2.77	1.17
Estaría dispuesto a tener relaciones sexuales con una persona indígena*	141	3.42	1.39
Pienso que los indígenas y el resto de los ciudadanos nunca pueden estar realmente tranquilos unos con otros, incluso aunque sean amigos	142	2.15	1.16
La mayoría de los indígenas que viven en México y que reciben algún tipo de ayuda social o económica, podrían defenderse sin ella si lo intentaran	141	3.00	1.10
Los indígenas ocupan puestos de trabajo que deberían ser ocupados por otros ciudadanos	142	1.77	1.02
Por lo que conozco, los indígenas que viven en México, son muy diferentes a los otros ciudadanos en los valores que enseñan a sus hijos	140	2.87	1.05
Pienso que los indígenas son muy diferentes al resto de ciudadanos en sus valores sexuales o en sus prácticas sexuales	139	2.83	1.19
No me importaría que un indígena se uniera mediante matrimonio a mi entorno familiar*	142	2.39	1.28
Si los indígenas se quisieran esforzar un poco más, podrían estar, al menos, en una situación económica similar a la mayoría de los ciudadanos	142	3.01	1.14
No se puede uno fiar de los indígenas porque ellos no conocen la seriedad, no son confiables	142	1.79	.89
Por lo que he podido ver, los indígenas son muy diferentes a nosotros en sus formas de hablar y de comunicarse con la gente	142	3.44	1.15
Los indígenas proceden de razas menos capaces y esto explica porqué viven en una situación peor que la mayoría de los mexicanos	140	1.62	1.08
¿Has sentido alguna vez admiración por los indígenas que viven aquí?*	141	2.53	1.31
Supón que uno de tus familiares más cercanos (p. e., hijos o hermanos) tuviera descendencia con una persona indígena. ¿Qué tanto te molestaría si el hijo de tu familiar tuviera todos los rasgos físicos de esa persona indígena?	140	1.95	1.08
¿Con qué frecuencia has sentido comprensión por la situación en la que se encuentran los indígenas?*	141	2.38	1.07

*Nota:* *N* = 142. Cada ítem tenía un rango teórico de variación de 1 (nada) a 5 (bastante). Las puntuaciones de los ítems marcados con un asterisco fueron invertidas.

## Método

### *Participantes*

En el estudio participaron un total de 164 estudiantes de las diferentes licenciaturas y maestrías del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey (Nuevo León, México). De la muestra fueron eliminados aquellos estudiantes que señalaron ser indígenas o considerarse como tal ( $n = 18$ ), así como los que indicaron ser extranjeros o tener doble nacionalidad ( $n = 4$ ). Estos cálculos redujeron la muestra final a 142 sujetos, de los que el 51.4% eran hombres y el 48.6% eran mujeres, con edades comprendidas entre 17 y 37 años ( $M = 20.74$ ,  $DE = 2.16$ ).

### *Instrumento y procedimiento*

A fin de desarrollar el estudio, se diseñó un cuestionario compuesto por una serie de preguntas que constituyeron las siguientes variables dependientes o criterio:

*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 tanto para la dimensión de prejuicio sutil ( $\alpha = .74$ ) como para la de prejuicio manifiesto ( $\alpha = .77$ ). Aunque la correlación entre ambas dimensiones no fue demasiado alta,  $r(127) = .68$ ,  $p <$

.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 ( $\alpha = .85$ ), lo que explica una alta unidimensionalidad de los reactivos utilizados.

*Emociones sentidas al pensar en personas indígenas:* Se utilizó una escala compuesta por 19 sentimientos o emociones (8 positivas y 11 negativas), planteada en su estudio por Rueda y Navas (1996) y ampliada por Navas y Cuadrado (2003). En concreto, se midieron las emociones de *admiración, odio, atracción, hostilidad, rabia, miedo, envidia, simpatía, incomodidad, asco, lástima, inseguridad, desconfianza, compasión, respeto, agradecimiento, solidaridad y rechazo*. Se pidió a los participantes que indicaran en qué medida pensar en personas indígenas les hacía sentir dichas emociones, utilizando para ello una escala tipo Likert de cinco puntos, desde 1 *nada* hasta 5 *bastante*. A fin de detectar su agrupación en emociones más globales, se realizó un análisis factorial de componentes principales, con rotación varimax, que extrajo cuatro factores que explicaban conjuntamente el 65.44% de la varianza. Además, se detectó que los datos utilizados para la realización del análisis fueron de calidad, al obtenerse un KMO de .83 y una prueba de esfericidad de Barlett significativa,  $\chi^2(171) = 1388.57, p < .001$ .

Se procedió a determinar la consistencia interna de cada factor, a fin de establecer los ítems que conformarían cada emoción global, pues en algunos casos éstos tenían una carga factorial mayor a .30 en más de un grupo, tomando como referencia las emociones detectadas por García *et al.* (2003). El primer factor quedó así compuesto por la suma de los sentimientos de *inseguridad, desconfianza, miedo e incomodidad* en una nueva variable denominada *emociones negativas sutiles* ( $\alpha = .84$ ). El segundo factor, denominado *emociones positivas*, quedó configurado por la adición de los sentimientos de *solidaridad, admiración, agradecimiento,*

*simpatía y respeto* ( $\alpha = .86$ ). También, se detectó otro factor correspondiente con las *emociones negativas tradicionales*, compuesto de los ítems *rechazo, asco, hostilidad, rabia, envidia y odio* ( $\alpha = .85$ ). Por último, los sentimientos de *compasión y lástima* constituyeron un último factor denominado *emociones positivas parterneristas* ( $\alpha = .81$ ).

*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 calificativos. 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*. Con el conjunto de ítems se realizó un análisis factorial de componentes principales, con rotación varimax, ( $KMO = .68, \chi^2(78) = 452.156, p < .001$ ), detectándose que los adjetivos se agrupaban en tres factores que explicaban el 53.63% de la varianza. El primero de ellos, referido a los *estereotipos positivos*, quedó conformado por los calificativos de *religiosos, inteligentes, trabajadores, limpios, amistosos y buenos* ( $\alpha = .76$ ). Por su parte, el segundo y relativo a los *estereotipos negativos*, se compuso de los adjetivos *injustos, desleales, traicioneros y agresivos* ( $\alpha = .77$ ). Los rasgos *abiertos, agradecidos y desconfiados* fueron eliminados, al no aportar consistencia a sus factores. Un nuevo análisis factorial ( $KMO = .70, \chi^2(45) = 386.923, p < .001$ ) confirmó los dos estereotipos detectados, que explicaban en conjunto el 52.61% de la varianza.

En lo referente a las variables independientes del estudio, 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 socio-demográficos, se midieron las siguientes variables predictoras:

*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 ( $\alpha = .64$ ) 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 ( $\alpha = .88$ ), por lo que se procedió a elaborar una nueva variable mediante la suma de los tres reactivos señalados.

*Interés por los temas indígenas:* A fin de medir el grado en que los participantes mostraban interés por adquirir más información acerca de los temas o asuntos referidos a los indígenas mexicanos, se construyó una escala compuesta por dos ítems. A este efecto, se preguntó a los sujetos ¿Qué tanto dirías que te interesa el tema de los pueblos indígenas en México? y ¿Qué tanto te gustaría a ti en particular saber más de este tema? Ambas cuestiones debían ser respondidas con una escala tipo Likert donde 1 representaba nada y 5 significaba bastante. Se observó una consistencia interna de la escala alta ( $\alpha = .89$ ), por lo que se procedió a elaborar una única variable a partir de la adicción de los dos reactivos.

*Consumo de medios de comunicación:* Tomando como referencia el estudio de Igartua *et al.* (2008), se elaboró una escala de consumo de medios de comunicación. Para ello, 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 ( $M = 105.31$ ,  $DE = 81.40$ ), escuchaban radio ( $M = 42.64$ ,  $DE = 47.89$ ), leían prensa de información general ( $M = 66.09$ ,  $DE = 71.44$ ) o consumían Internet ( $M = 233.15$ ,  $DE = 177.71$ ). A fin de crear una escala que midiera de forma unidimensional el consumo de medios de comunicación, se procedió a realizar un análisis factorial, con rotación varimax, con los cuatro ítems ( $KMO = .52$ ,  $\chi^2(6) = 87.892$ ,  $p < .001$ ) que extrajo dos factores que explicaban el 73.45% de la varianza. Se decidió excluir el consumo de radio, que quedaba en un factor solitario, y con los datos se volvió a hacer otro análisis factorial que mejoró sus resultados ( $KMO = .65$ ,  $\chi^2(3) = 50.636$ ,  $p < .001$ ). Se creó una variable unificadora del consumo de los diferentes medios, en este caso de televisión, prensa e internet, que explicaba en su conjunto el 57.71% de la varianza ( $\alpha = .50$ ).

*Posición ideológica del encuestado:* Finalmente, y también tomando como referencia el estudio de Igartua *et al.* (2008), se preguntó por la posición ideológica de los encuestados. Para

ello se utilizó una escala de intensidad que oscilaba desde -5 (extrema izquierda) hasta 5 (extrema derecha), siendo 0 el punto central. La escala fue recodificada a efectos de mejorar la interpretación de los resultados, midiéndose al final con una escala de intensidad de 1 a 11.

## 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 *ideología política* dominante entre los participantes tendía a situarse en el centro-derecha ( $M = 6.72$ ,  $DE = 2.59$ ), teniendo además estos sujetos una *religiosidad* moderada ( $M = 2.98$ ,  $DE = 1.19$ ). En general, mostraron tener un interés alto en conocer más acerca de temas o aspectos relativos a las comunidades indígenas de México ( $M = 3.26$ ,  $DE = 1.12$ ), si bien 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 0.99 ( $DE = 1.24$ ), 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 medios, se detectó que los sujetos dedicaban una media de 2 horas y 15 minutos aproximadamente al día en ver televisión, leer periódicos y navegar por internet ( $DE = 86.67$ ). La radio fue el medio de comunicación utilizado en menor medida, no formando aparentemente parte de la dieta mediática común de los participantes (Ver Tabla 2).

En general, la muestra estudiada demostró un *prejuicio* moderado hacia los indígenas mexicanos, al puntuar en la escala con un promedio de 2.51 ( $DE = 0.58$ ), por debajo por tanto del punto medio teórico de la escala, situado en el 3. Este bajo prejuicio parece confirmarse con el

análisis de otras variables. En cuanto a las emociones, las dominantes entre los sujetos fueron las *positivas* ( $M = 3.40$ ,  $DE = 0.85$ ) y las *paternalistas* ( $M = 2.65$ ,  $DE = 1.05$ ). Las emociones negativas, tanto las *sutiles* ( $M = 1.68$ ,  $DE = 0.71$ ) y en especial las más *tradicionales* ( $M = 1.28$ ,  $DE = 0.46$ ), fueron las que menos puntuaron entre los participantes. Se correlacionaron cada una de ellas con la escala de prejuicio hacia indígenas, a fin de detectar si existía algún patrón entre los participantes en función de sus emociones o sentimientos reportados. Así, se observó que el aumento de las *emociones positivas* se asociada con una disminución en el *prejuicio* hacia indígenas,  $r(126) = -.49$ ,  $p < .001$ , mismo que aumentaba cuando en los sujetos estaban presentes las *emociones negativas sutiles*,  $r(127) = -.39$ ,  $p < .001$ , pero sobre todo las *tradicionales*,  $r(126) = -.43$ ,  $p < .001$ . No se observó una asociación significativa con las *emociones paternalistas*,  $r(127) = .08$ ,  $p = .185$ . Por su parte, los estereotipos positivos dominaron ( $M = 3.68$ ,  $DE = 0.64$ ) frente a los negativos ( $M = 2.03$ ,  $DE = 0.67$ ). Se constató que el *prejuicio* era menor entre sujetos con estereotipos positivos,  $r(121) = -.35$ ,  $p < .001$ , y mayor entre los que los tenían negativos,  $r(122) = .35$ ,  $p < .001$ .

Tabla 2  
Estadísticos descriptivos de las variables utilizadas en el estudio

	<i>N</i>	Mínimo	Máximo	<i>M</i>	<i>DE</i>
Ideología política	141	1	11	6.72	2.59
Religiosidad de los encuestados	140	1.00	5.00	2.98	1.19
Interés en los temas indígenas	141	1.00	5.00	3.26	1.12
Contacto directo con indígenas	140	0	5	0.99	1.24
Consumo medios de comunicación	142	20.00	660.00	134.85	86.67
Escala de prejuicio	129	1.15	4.25	2.51	0.58
Emociones negativas sutiles	142	1.00	3.75	1.68	0.71
Emociones negativas tradicionales	141	1.00	3.33	1.28	0.46
Emociones positivas	141	1.00	5.00	3.40	0.85
Emociones paternalistas	142	1.00	5.00	2.65	1.05
Estereotipos negativos	136	1.00	4.25	2.03	0.67
Estereotipos positivos	135	1.17	5.00	3.68	0.64

*Análisis de las variables predictoras de los sentimientos y estereotipos*

A fin de determinar qué factores podrían explicar las emociones y estereotipos observados en los participantes del estudio, se realizaron regresiones lineales múltiples, con el método de pasos sucesivos, con cada una de las variables dependientes. De esta manera, se esperaba determinar las variables que en cada caso predecían en mayor medida las variables criterio, pudiendo eliminar la influencia de ítems que contaminaran la ecuación resultante. En cuanto a las *emociones negativas sutiles*, que puntuaban alto cuando los sujetos sentían *inseguridad, desconfianza, miedo o incomodidad* al pensar en personas indígenas, la ecuación resultante no fue estadísticamente significativa,  $F(7, 128) = 1.345, p = .235$ , lo que viene a señalar una nula influencia de las variables estudiadas en el mantenimiento de este tipo de emociones. En cuanto a las *emociones positivas*, la regresión realizada fue significativa,  $F(7, 133) = 71.663, p < .001$ , explicando en su conjunto el 34.5% de la varianza. Tan sólo un elevado *interés en los temas indígenas*,  $\beta = .592, p < .001$ , explica que los participantes aseguraran mantener sentimientos de *solidaridad, admiración, agradecimiento, simpatía o respeto*.

El mantenimiento de *emociones positivas paternalistas*, es decir, de *compasión o lástima*, fue explicado por la fuerte religiosidad de los sujetos,  $\beta = .263, p < .01$ . Así lo confirmó la regresión realizada, que fue estadísticamente significativa,  $F(1, 134) = 9.949, p < .01$ , con una  $R^2_{\text{corregida}}$  de .062. Finalmente, se realizó una nueva regresión lineal múltiple para tratar de determinar los factores explicativos de las *emociones negativas tradicionales* hacia los indígenas. Los resultados fueron significativos,  $F(4, 130) = 6.511, p < .001$ , explicando el 14.1% de la varianza de dichas emociones (Véase la Tabla 3). Se observó que una menor religiosidad generaba sentimientos negativos más tradicionales,  $\beta = -.253, p < .01$ . Además, la edad,  $\beta = .186, p < .05$ , y la ideología política tendente a la extrema derecha,  $\beta = .325, p < .001$ , explicaron de

forma positiva el sostenimiento de emociones como *rechazo*, *asco*, u *hostilidad*. Por último, también fue importante el efecto ejercido por la exposición a los medios, siendo los consumidores duros los que también puntuaban más alto en las emociones de desprecio hacia indígenas,  $\beta = .210$ ,  $p < .05$ . Para determinar si esta asociación era real o más bien espuria, se realizó una correlación parcial entre las variables controlando el resto de variables predictoras. Los resultados mostraron una asociación significativa y positiva entre ambos reactivos,  $r_{\text{parcial}}(127) = .22$ ,  $p < .01$ , lo que sugiere una asociación ligera entre el de *consumo de medios* y las *emociones negativas tradicionales*.

Tabla 3

Regresión lineal múltiple, mediante pasos sucesivos, con las emociones negativas tradicionales hacia indígenas como variables dependientes

	<i>B</i>	<i>ET</i>	$\beta$
Ideología política	.057	.015	.325***
Religiosidad	-.098	.033	-.253**
Consumo de medios	.001	.000	.210*
Edad del encuestado	.039	.017	.186*

Nota:  $N = 142$ . La ecuación convergió en cuatro pasos: Paso primero  $R^2_{\text{corregida}} = .038$ ; Paso segundo  $\Delta R^2_{\text{corregida}} = .040$ ; Paso tercero  $\Delta R^2_{\text{corregida}} = .035$ ; Paso cuarto  $\Delta R^2_{\text{corregida}} = .028$

\* $p < .05$ ; \*\* $p < .01$ ; \*\*\* $p < .001$

Para el estudio sobre los agentes explicativos de los estereotipos o rasgos que los participantes declararon que definían, en su opinión, a los indígenas, se realizaron sendos análisis de regresión lineal múltiple con cada uno de los grupos de estereotipos como dependientes. En cuanto a los rasgos o *estereotipos negativos*, la ecuación resultante no fue estadísticamente significativa,  $F(7, 122) = 1.829$ ,  $p = .088$ ,  $R^2_{\text{corregida}} = .043$ . En cuanto a los *estereotipos positivos*, es decir, aquellos que surgían cuando los participantes se referían a los indígenas como por

ejemplo *inteligentes, trabajadores o limpios*, la regresión lineal realizada fue estadísticamente significativa,  $F(1, 127) = 22.302, p < .001$ , explicando tras un único paso el 14.3 de la varianza de la variable dependiente. En concreto, se detectó que el *interés por los temas indígenas*,  $\beta = .386, p < .001$ , era el factor que explicaba de forma positiva el mantenimiento entre los sujetos de *estereotipos positivos* de las personas indígenas. En cuanto a los estereotipos negativos, la ecuación resultante del análisis de regresión lineal múltiple realizado no fue significativa,  $F(7, 122) = 1.829, p = .088$ . Así, no se observó un efecto del consumo de medios, a pesar de que la correlación entre ambas variables era positiva y estadísticamente significativa,  $r(134) = .15, p < .05$ , algo que puede ser explicado por el hecho de que la asociación era muy débil.

Tabla 4

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

	<i>B</i>	<i>ET</i>	$\beta$
Ideología política	.063	.017	.286***
Emociones positivas	-.205	.052	-.292***
Emociones negativas tradicionales	.435	.106	.300***
Consumo de medios	.001	.000	.191**
Contacto con indígenas	-.074	.032	-.161*

Nota:  $N = 142$ . La ecuación convergió en cuatro pasos: Paso primero  $R^2_{\text{corregida}} = .242$ ; Paso segundo  $\Delta R^2_{\text{corregida}} = .105$ ; Paso tercero  $\Delta R^2_{\text{corregida}} = .072$ ; Paso cuarto  $\Delta R^2_{\text{corregida}} = .035$ ; Paso quinto  $\Delta R^2_{\text{corregida}} = .020$ .

\* $p < .05$ ; \*\* $p < .01$ ; \*\*\* $p < .001$

#### *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 (Véase Tabla 4). En el caso de este análisis, se utilizaron como variables predictoras todas las utilizadas anteriormente como dependientes, si bien también se sumaron las referidas a las diferentes emociones y estereotipos. Ello se decidió a partir de los resultados de un análisis de correlaciones realizado previamente, en el que se observó que la mayoría de estos constructos se asociaban fuertemente con el prejuicio hacia los indígenas, lo que predecía una posible explicación de esta actitud a partir de las emociones y estereotipos mantenidos previamente al estudio por los participantes. La regresión final convergió en cinco pasos, siendo la ecuación obtenida estadísticamente significativa,  $F(5, 108) = 21.379, p < .001$ , que además explicaba el 47.4% de la varianza.

El menor puntaje en la escala de prejuicio hacia indígenas venía dado por las variables de *contacto directo* con indígenas,  $\beta = -.161, p < .05$ , y sobre todo por la posesión previa de *emociones positivas* hacia este colectivo,  $\beta = -.292, p < .001$ . Como se recordará, estas emociones eran a su vez explicadas por el *interés* demostrado en conocer más sobre temas relacionados con indígenas, lo que aventura un posible efecto mediador de las emociones. Ello debido a que en la ecuación realizada, el interés no apareció como una variable predictora del prejuicio, a pesar de la existencia de una alta correlación significativa entre ambas variables,  $r(126) = -.50, p < .001$ . Por su parte, se detectaron tres variables explicativas del aumento del prejuicio hacia los indígenas. Así, la existencia de emociones negativas tradicionales,  $\beta = .300, p < .001$ , una ideología política tendente al extremo derecha,  $\beta = .286, p < .001$ , y en menor medida, aunque también de forma estadísticamente significativa, un consumo elevado de medios de comunicación,  $\beta = .191, p < .01$ , explicaban en los sujetos altos grados de prejuicio. Este efecto de la *exposición mediática* encontrado motivó que se realizara una correlación parcial entre dicha variable y la *escala de prejuicio* a fin de detectar el grado real del impacto. Los datos,

controlando el resto de variables apuntan a una asociación moderada pero significativa,

$r_{\text{parcial}}(100) = .23, p < .01$ , que confirma el efecto mediático.

### Discusión y conclusiones

Los resultados obtenidos en el estudio reflejan unas ideas poco prejuiciosas hacia el colectivo indígena mexicano entre los estudiantes de la muestra estudiada. En la línea de la primera pregunta de investigación, que planteaba ¿qué emociones y estereotipos dominan en la muestra al pensar sobre indígenas?, se observa que los sentimientos positivos, así como los estereotipos también 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, así como del sentimiento de emociones como el rechazo o la hostilidad, 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 García *et al.*, 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 impactará en las emociones hacia indígenas, haciendo reducir las positivas y aumentando las negativas”. Los datos permiten comprobar parcialmente la hipótesis, pues sí se detectó un impacto del consumo de medios en el mantenimiento de emociones negativas tradicionales, pero no así en el resto de sentimientos mantenidos por los participantes

al pensar en indígenas. Parece que el interés en los temas indígenas y la religiosidad son los factores que explican las emociones de tipo más positivo, si bien la religión predice las de corte más paternalista, como la compasión y lástima. Frente a las puramente positivas, que tradicionalmente generan disminuciones del prejuicio (García *et al.*, 2003; Espelt *et al.*, 2006; Pettigrew y Meertens, 1995), es posible que las paternalistas actúen por una doble vía: generando empatía y, por tanto, contribuyendo a disminuir el prejuicio (Pedersen *et al.*, 2004), pero también pueden reflejar la superioridad del grupo mayoritario que se compadece del minoritario desde la distancia, lo que pueden desembocar en discriminación (Rizo, 2001). Ello sin duda marca la necesidad de un estudio más profundo en esta línea.

También fue interesante el hecho de que ningún factor consiguiera explicar la carga emotiva sutil de los participantes, mostrada a partir de sentimientos como el miedo o la incomodidad y cuya presencia se puede deber a procesos más profundos de socialización, no reflejados en los factores estudiados. En cuanto a las emociones negativas tradicionales, se observa un patrón entre los participantes explicativo del rechazo, asco, hostilidad, rabia, envidia y/u odio hacia los indígenas. En este sentido, parece que aquellos participantes con ideología más conservadora, con menor religiosidad, de mayor edad y con un consumo fuerte de medios de comunicación eran quienes en mayor medida sentían esas emociones al pensar en otras personas mexicanas pero en este caso de origen indígena. Se observa como curioso que la religiosidad no explique este conjunto de emociones, pues suele ser corriente que las cuatro variables se presenten de forma conjunta en un gran sector poblacional de cualquier sociedad. Es posible que el hecho de que la muestra perteneciera a un grupo de edad juvenil, en el que normalmente se suele dar una menor práctica religiosa, pueda haber influido en estos resultados.

En relación a los estereotipos, la hipótesis de investigación segunda planteaba que “un elevado consumo de medios de comunicación impactará en los estereotipos mantenidos sobre los indígenas, haciendo reducir los positivos y aumentando los negativos”. Los resultados no permitieron comprobar la hipótesis, pues el consumo de mediático no impactó ni en el mantenimiento de estereotipos negativos ni en el de los positivos. Nuevamente, el interés demostrado por los participantes en los temas indígenas se detectó como la única variable predictora, en este caso del pensamiento sobre los miembros del grupo indígena vinculándolos con rasgos más bien positivos. 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).

Una posible respuesta a estos resultados diferentes a la hipótesis general de la teoría 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.

Por último, la tercera 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 moderada del prejuicio hacia los indígenas, aunque en cualquier caso inferior a la presencia de emociones negativas tradicionales, a la falta de emociones positivas y a la ideología política tendente a la extrema derecha, los tres predictores principales localizados en el estudio. En relación a la carga emotiva, estos resultados confirman los postulados de la teoría del prejuicio sutil, desarrollada a partir de los trabajos de

Pettigrew y Meertens (1995) y que sostiene que el prejuicio hacia las minorías se manifiesta más en la ausencia de sentimientos positivos que en la presencia de los negativos (Espelt *et al.*, 2006). Los datos permiten detectar que la influencia de las emociones negativas tradicionales con un incremento del 3.5% de la varianza del prejuicio es inferior al 7.2% que explica la falta de emociones positivas al pensar en el colectivo indígena mexicano. Una conclusión que da pie para futuros estudios que permitan determinar en qué grado los efectos de los contenidos mediáticos se pueden ver moderados mediante la manipulación de su carga emocional.

Sin embargo, dando respuesta a la tercera pregunta de investigación que planteaba ¿en qué grado el contacto vicario explicará mejor que el directo las emociones, estereotipos y prejuicios hacia los indígenas?, se observa que el contacto mediático tiene una capacidad predictiva mayor que el contacto directo en la generación del prejuicio. No debe de ser sorprendente este resultado a la vista de los datos obtenidos en las regresiones realizadas con respecto a los estereotipos, y que llevan a pensar que el efecto del contacto vicario se produce más en un nivel emocional que en uno cognitivo. Es decir, es posible que el consumo de medios despierte emociones, más bien negativas y no tanto positivas, que a largo plazo pueden impactar en el desarrollo y mantenimiento de actitudes prejuiciosas hacia los indígenas. En cualquier caso, el impacto de ambos tipos de contacto en el prejuicio es bajo, pues el mediático explica el 3.5% de la varianza mientras que el directo sólo lo hace sobre el 2%. A pesar de todo, se confirman los resultados obtenidos en estudios previos sobre la importante labor que los medios pueden tener en la generación y mantenimiento de ideas prejuiciosas sobre las minorías.

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.

#### Notas

Este trabajo ha sido posible gracias a una beca postdoctoral concedida por el Ministerio de Ciencia y Tecnología del Gobierno de España, para la realización del proyecto de investigación titulado *“Análisis de los efectos socio-cognitivos del tratamiento de los grupos minoritarios en los contenidos informativos on-line. Estudio trans-cultural entre España y México”* en el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey.

## Referencias

- Berg, J. A. (2009). Core Networks and Whites' Attitudes Toward Immigrants and Immigration Policy. *Public Opinion Quarterly*, 73(1), 7-31.
- Brader, T., Valentino, N. A. y Suhay, E. (2008). What Triggers Public Opposition to Immigration? Anxiety, Group Cues, and Immigration Threat. *American Journal of Political Science*, 52(4), 959-978.
- 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.
- 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.
- Dixon, T. L. (2000). A social cognitive approach to studying racial stereotyping in the mass media. *African American Research Perspectives*, 6(1), 60-68.
- 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.
- Brown-Givens, S. M. y Monahan, J. L. (2005). Priming mummies, 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.
- 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 (coor.), *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 television 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.
- Rizo, M. (2001). Miedo y compasión: dos estrategias de movilización afectiva en el discurso informativo sobre el inmigrante. *Comunica*, 2 [on-line]. Revisado el 11 de junio de 2009 desde Internet: <http://www.aijic.com/comunica/comunica2/RIZO.HTM>
- 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.
- Shanahan, J. (2004). A return to cultural indicators. *Communications*, 29(3), 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.