

ESTEREOTIPOS MEDIÁTICOS O SOCIALES. INFLUENCIA DEL CONSUMO DE TELEVISIÓN EN EL PREJUICIO DETECTADO HACIA LOS INDÍGENAS MEXICANOS¹².

Carlos Muñiz

Universidad Autónoma de Nuevo León.

Francisco Javier Serrano

Tecnológico de Monterrey.

Rafael Enrique Aguilera

Universidad Autónoma de Nuevo León.

Alejandra Rodríguez

Tecnológico de Monterrey.

Resumen

Diversos estudios han observado el efecto que puede tener el consumo de televisión en los estereotipos o rasgos con que las personas identifican a 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 447 estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo León, el Tecnológico de Monterrey y la Universidad Anáhuac, a los que se les preguntó por su consumo de televisión, los rasgos que consideraban que definían a los indígenas mexicanos y sus percepciones

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).

² Una versión previa de este trabajo fue presentada en el Congreso Anual de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, celebrado en la Ciudad de México los días 2 a 4 de junio de 2010.

prejuiciosas respecto de este grupo social. Los resultados mostraron que el consumo de televisión no explicaba la generación de estereotipos negativos o positivos. Además, se detectó que el prejuicio aumentaba cuando era mayor el consumo televisivo y la presencia de estereotipos negativos, mientras que disminuía si los estereotipos positivos estaban presentes. En las conclusiones se debate acerca de si la formación del ideario sobre indígenas deriva del contacto y aprendizaje social más que del vicario generado por la televisión.

Palabras clave

Prejuicio, estereotipos, consumo televisivo, mediación comunicativa, indígenas

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 las minorías comenzó a ser más acorde al porcentaje poblacional ocupado en la realidad y a estar basada en un abanico de roles que permitían el acceso de algunos más aceptables socialmente, aunque todavía con dominio de los negativos (Greenberg *et al.*, 2002). En el caso mexicano, el colectivo indígena constituye 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 destacan una

clara presencia ínfima de personajes indígenas, en papeles normalmente estereotipados (Flores y García, 2007).

La encuesta Diagnóstico de la Discriminación en México del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación desarrollada en 2005 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, que eran 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 considera 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. Este trabajo señala que son tres las principales percepciones de la sociedad mexicana hacia este grupo étnico. En primer lugar, la del *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 qué 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, cuando el conocimiento se realiza a través de la información recibida de terceros, de otras personas o los medios de comunicación, que actúan como generadores de un *contacto vicario*, es posible que el aprendizaje se base en ciertos estereotipos, emociones y prejuicios hacia otros grupos que no han podido ser contrastados con la experiencia propia (Busselle y Crandall, 2002). Por ello, se considera posible que los medios de comunicación mexicanos hayan contribuido a la transmisión de un estereotipo del indígena, lo que puede contribuir junto a otros factores de índole socio-demográfica o psico-social a la generación de actitudes más o menos prejuiciosas hacia este colectivo. En este sentido, el presente trabajo busca determinar qué creencias mantienen los estudiantes universitarios encuestados 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 del Cultivo se ha planteado que los retratos y roles con que los medios representan a 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, no siempre un aumento en la presencia de

los grupos minoritarios va acompañado de una mejora de sus representaciones, ya que se siguen produciendo caracterizaciones muy estereotipadas de sus miembros (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, estas representaciones pueden hacer 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 y/o étnicos, mediante la presentación sesgada hacia ciertos patrones repetitivos de los diferentes grupos sociales en sus contenidos informativos o de ficción (Dixon, 2000; Dixon y Linz, 2000). En especial cuando estas imágenes 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 con un predominio en la sociedad 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 también pueden ofrecer información y esquemas que ayuden a conocer más de otros grupos sociales 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 por ejemplo se ha detectado en el caso del colectivo homosexual en los Estados Unidos (Sanahan, 2004). Un contacto impersonal 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

caracterización de la minoría en el contenido mediático. Así, es de esperar que una representación claramente opuesta a la que tradicionalmente se ha realizado en los medios de comunicación de los grupo minoritarios, donde predominan los retratos desfavorables, ayude a reducir las ideas negativas respecto de ese colectivo (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 (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 esos 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:

PII: ¿Qué estereotipos dominan entre los estudiantes de la muestra al pensar sobre personas de origen indígena?

El consumo mediático como predictor del prejuicio hacia los grupos minoritarios

Junto al impacto que los medios pueden tener en la generación de un ideario estereotipado respecto de los grupos minoritarios, la investigación ha observado que también puede fomentar la generación, mantenimiento y/o reforzamiento de actitudes prejuiciosas y racismo hacia las minorías (Buesselle y Crandall, 2002; Entman, 1992, 1994; Pedersen, Beven, Walker y Griffiths, 2004). Esto normalmente se produce a través de una estrategia que conlleva la vinculación de estos grupos minoritarios en los contenidos mediáticos 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 sociales, vinculando a latinos y afro-americanos (principales grupos étnicos minoritarios) con actuaciones desfavorables e incluso censurables como el delito. Una asociación que posteriormente es reproducida en el pensamiento del público, detectándose que esta utilización de la información recibida llega a generar prejuicios e incluso, en personas con

posiciones extremas, la predisposición hacia la segregación 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 incrementaba 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 único 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. Las actitudes prejuiciosas hacia las minorías ha ido evolucionando, y frente a un prejuicio de corte más 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 sobre otros lo que justificaba su discriminación—, en la actualidad se presentan en las personas más bien actitudes prejuiciosas modernas que están basadas en opiniones y acciones sutiles de rechazo, muchas veces camufladas debido a una búsqueda de aceptación social y de apoyo a lo “política y socialmente correcto” (Buesselle y Crandall, 2002; Entman, 1992; Espelt, Javaloy y Cornejo,

2006; Rada, 2000; Richardson, 2005; Tamborini *et al.*, 2000).

La línea de estudio de esta actitud prejuiciosa más “moderada” surge en los años 70 en los Estados Unidos, si bien orientada más hacia el análisis del racismo y no tanto del prejuicio. Desde estos postulados se planteó 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 propuso la idea del surgimiento de un nuevo tipo de *racismo sutil* (Sears y Kinder, 1971) o *moderno* (McConahay, 1986). Estudios posteriores también plantearon la aparición de un *racismo aversivo* (Dovidio y Gartner, 2004), presente en las personas con teorías “buenas intenciones” hacia las minorías pero que aceptaban cierto grado de discriminación hacia esos grupos. Por su parte, en Europa se encuentran los trabajos de Pettigrew y Meertens (1995) que diferencian entre *prejuicio manifiesto* y *sutil*. Esta línea teórica considera que el *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). Así, las personas que manifiestan *prejuicio sutil* en sus ideas y opiniones hacia otros grupos minoritarios, es habitual que también se detecte una defensa de los valores tradicionales, la exageración de las diferencias culturales con los miembros de la minoría 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), apoyándose para la fuerte correlación detectada en sus estudios entre ambos tipos de prejuicio.

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). También la ideología política explica un incremento del prejuicio, en especial para aquellas personas que mantienen posiciones extremadamente conservadoras (Melican y Dixon, 2008). Por otra parte, se ha detectado el impacto de otros factores de tipo psico-social 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 Čehajčić (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.*,

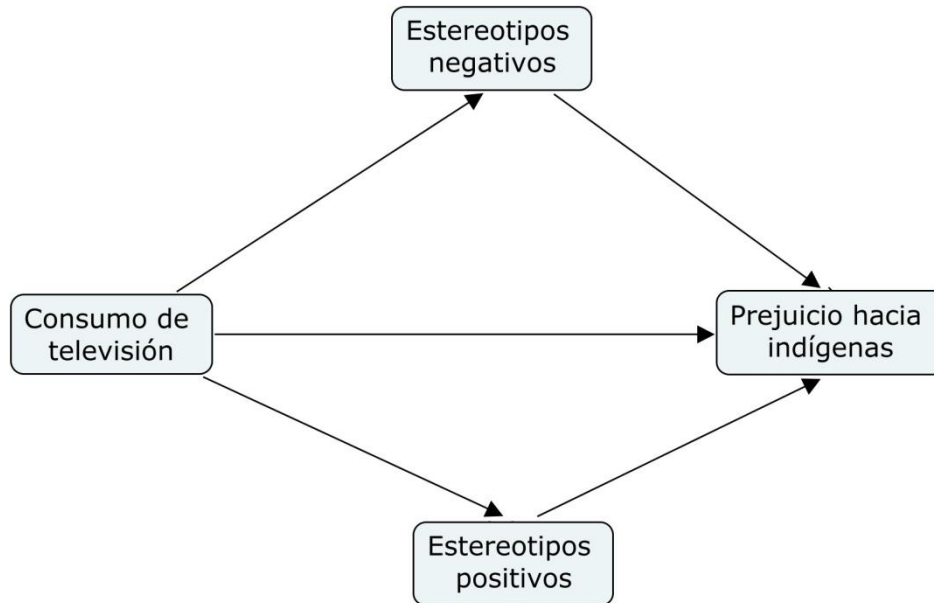
(2005) han planteado que el “contacto interpersonal es una de las maneras más efectivas para reducir los prejuicios entre los miembros de los grupos mayoritario y minoritario” (p. 92). La investigación a través del meta-análisis ha demostrado la *hipótesis del contacto* (Schiappa *et al.*, 2005), observándose 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, éste 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, instruirse 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 más o menos 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 a través de la televisión y menos consideraban el contacto directo como algo positivo, tenían una mayor probabilidad de presentar estereotipos negativos prejuiciosos en sus ideas sobre 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?

Figura 1: Modelo de mediación comunicativa sobre prejuicio hacia indígenas



Modelo de mediación comunicativa sobre el prejuicio

Sobre la base del marco teórico descrito, se plantea la posibilidad de la 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, y como se puede observar en la Figura 1, 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 o disminución 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:

H11: 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.

H12: 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 sobre los indígenas.

Método de investigación

Participantes y procedimiento

En el estudio, de corte correlacional mediante cuestionario, participaron un total de 447 estudiantes de las diferentes titulaciones del Tecnológico de Monterrey en su campus de Monterrey, la Universidad Autónoma de Nuevo León y la Universidad Anáhuac de Vera Cruz. El estudio originalmente contaba con la aplicación del cuestionario en siete universidades, situadas en el norte o centro del país. Sin embargo, finalmente sólo se pudieron obtener datos de las tres universidades reportadas en este artículo, que se consideran suficientes para poder determinar las correlaciones existentes entre las variables contempladas en el estudio. Se realizó un muestreo de conveniencia en dichas instituciones, intentando que en cada una de ellas participaran en torno a 200 sujetos. Con ello se quería obtener una muestra lo suficientemente amplia a nivel estadístico como para poder desarrollar las pruebas previstas, así como capaz de asumir la pérdida de los cuestionarios cumplimentados por los participantes de forma incorrecta como incompleta. A partir de las diferentes aplicaciones se obtuvo la muestra del estudio compuesta por un 55.3% de mujeres, un 43.2% de hombres y un 1.5% que no contestó a la pregunta sobre su género. La media de edad se situó en 20.08 años ($DE = 2.19$), con un rango de variación comprendido entre los 16 y 37 años.

El trabajo de campo se realizó en todas las universidades participantes en el

estudio entre los meses de septiembre y noviembre de 2009. En una primera fase se llevó a cabo una prueba piloto mediante la aplicación del cuestionario a 28 estudiantes del Tecnológico de Monterrey. Este ejercicio permitió detectar ligeros problemas en la redacción del cuestionario que fueron corregidos en su versión final. Posteriormente, se pidió a los profesores participantes en el estudio que aplicaron los cuestionarios en diferentes clases de las universidades participantes, invitando a sus alumnos para participar en el estudio de forma voluntaria y anónima. Los datos obtenidos fueron capturados y agregados en una base común con el programa SPSS 18.0³. También este paquete estadístico fue utilizado para realizar los posteriores análisis de los datos, consistentes en el cálculo de correlaciones bivariadas de Pearson, para detectar el nivel de asociación entre las variables, así como regresiones lineales a fin de determinar el grado de explicación de cada variable independiente en el prejuicio mantenido hacia los indígenas.

Instrumento utilizado

Variable dependiente: Se utilizó la *Escala de Prejuicio* 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

³ Se expresa un agradecimiento particular a Jaqueline Casanova, estudiante de la Maestría de Comunicación del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, por su ayuda en la grabación y revisión de los datos del trabajo de campo.

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, teniendo en cuenta la organización de ambas planteada en su trabajo por Pettigrew y Meertens (1995). La consistencia fue buena consistencia para la dimensión de *prejuicio manifiesto* ($\alpha = .72$), pero no así para la

dimensión de *prejuicio sutil* ($\alpha = .66$). Aunque la correlación entre ambas dimensiones no fue demasiado fuerte, $r(393) = .53, p < .001$, se siguió la propuesta de Espelt *et al.* (2006) que plantea la existencia una importante asociación entre ambas dimensiones, 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.

Tabla 1
 Estadísticos descriptivos de los componentes de la escala de prejuicio hacia los indígenas

Preguntas constitutivas de la escala de prejuicio	N	M	DE
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	450	3.49	1.17
La mayoría de los políticos mexicanos se preocupan demasiado por los indígenas y no lo suficiente por los otros ciudadanos.	451	2.05	1.04
Los indígenas que viven en México enseñan a sus hijos valores y destrezas diferentes de las que se requieren para triunfar en este país	448	2.96	1.10
No me importaría que una persona indígena fuera profesor o jefe mío*	448	1.95	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	449	2.18	1.18
Los indígenas son muy diferentes al resto de ciudadanos en los hábitos de higiene y en la necesidad de limpieza	451	2.81	1.18
Estaría dispuesto a tener relaciones sexuales con una persona indígena*	445	3.47	1.43
Pienso que los indígenas y el resto de los ciudadanos nunca pueden estar realmente tranquilos unos con otros, incluso aunque sean amigos	448	2.23	1.19
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	447	3.20	1.19
Los indígenas ocupan puestos de trabajo que deberían ser ocupados por otros ciudadanos	449	1.83	1.06
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	449	3.02	1.16
Pienso que los indígenas son muy diferentes al resto de ciudadanos en sus valores sexuales o en sus prácticas sexuales	449	3.05	1.26
No me importaría que un indígena se uniera mediante matrimonio a mi entorno familiar*	449	2.36	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	451	3.35	1.22
No se puede uno fiar de los indígenas porque ellos no conocen la seriedad, no son confiables	450	1.92	1.03

Por lo que he podido ver, los indígenas son muy diferentes a nosotros en sus formas de hablar y de comunicarse con la gente	449	3.53	1.22
Los indígenas proceden de razas menos capaces y esto explica porqué viven en una situación peor que la mayoría de los mexicanos	445	1.88	1.20
¿Has sentido alguna vez admiración por los indígenas que viven aquí?*	448	2.56	1.29
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?	451	1.88	1.10
¿Con qué frecuencia has sentido comprensión por la situación en la que se encuentran los indígenas?*	451	2.29	1.04

Nota: 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 para evitar sesgos espaciales de respuesta a la hora de contestar el cuestionario.

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), compuesto por 13 adjetivos que permiten medir los rasgos con los que es asociado el grupo social estudiado. 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 ($\alpha = .75$).

Variables de control: Se preguntó por el género 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:

A fin de evaluar qué tanto los sujetos se relacionaban en diferentes ámbitos de su vida con personas de origen indígenas, se utilizó en parte la escala elaborada por Igartua, Muñiz, Otero, Cheng y Gómez (2008) para el estudio del contacto con inmigrantes. En este instrumento 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 los miembros del grupo estudiando, en este caso los indígenas. A fines del presente estudio, se sumó al listado el posible contacto en el ámbito del estudio. Cada uno de los ítems fue medido de forma dicotómica, donde 0 implica *ausencia* y 1 explica *existencia* de contacto. Mediante la adición de los ítems se generó un índice de contacto con un rango teórico de variación de 0 *nada de contacto* hasta 5 *bastante contacto*. Si bien

la consistencia interna calculada no fue alta ($\alpha = .65$), se utilizó la escala a fines del estudio aunque se observa la necesidad de su revisión de cara a 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

Tabla 2

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

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

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 obtenerse una media ($M = 2.98$, $DE = 1.05$) ligeramente por debajo de la media teórica, situada en 3 de 5 puntos posibles. 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 únicamente contacto con una persona de origen indígena en los diferentes ámbito de su vida estudiados, 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 o estereotipos que los participantes en el estudio tendían a asociar a los indígenas. Se observó que los positivos dominaron entre la muestra ($M = 3.47$, $DE = 0.61$), frente a la presencia de los negativos en las respuestas de los sujetos ($M = 2.05$, $DE = 0.69$). 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, $r(393) = .146$, $p < .01$. Sin embargo, no se encontraron asociaciones estadísticamente significativas con el mantenimiento de estereotipos, ni positivos ni negativos (Véanse datos en la Tabla 2).

Factores explicativos del prejuicio hacia los indígenas mexicanos

En la última fase del estudio se trató 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 jerárquica, utilizando la *escala de prejuicio* como variable dependiente o criterio (Véanse datos en la Tabla 3). Se introdujeron en los diferentes bloques de la regresión las variables consideradas como independientes en el estudio, relativas a los aspectos socio-demográficos (bloque 1), el consumo de 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 que son los límites permitidos en cada extremo. A pesar de que el primer bloque tan sólo explicaba el 7.2% de la varianza, el impacto de dos de las variables incorporadas fue estadísticamente significativo (Ver datos en Tabla 3). 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.

Al introducir en el modelo la variable de exposición mediática, en este caso a la televisión, se generó un leve aumento en la varianza explicada ($R^2 = .086$). Así, los resultados permitieron 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: 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 de la muestra el mayor prejuicio ($\beta = -.130, p < .01$). Es decir, pareciera que la posesión de un ideario con más estereotipos negativos que positivos puede hacer que la edad de las personas se convierta en un factor explicativo del prejuicio, lo que en cualquier caso debe ser tomado con prudencia habida cuenta de la

muestra relativamente heterogénea con la que se trabajó. Finalmente, no se observó un impacto multiplicativo del consumo de televisión junto a la presencia de estereotipos negativos o positivos, teniendo en cuenta los datos arrojados en el bloque 4 de la regresión jerárquica realizada (Véase la Tabla 3).

Tabla 3

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

	Bloque 1	Bloque 2	Bloque 3	Bloque 4
Variables de control				
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**
Variable independiente				
Consumo de televisión		.119*	.136**	.128**
Variables mediacionales				
Estereotipos negativos			.241***	.239***
Estereotipos positivos			-.312***	-.315***
Efecto multiplicativo				
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.

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

Discusión y conclusiones

Los resultados obtenidos en el estudio reflejan unas ideas poco cargadas de estereotipos negativos 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 que son además similares a los encontrados en otros estudios previos que, en otros contextos nacionales, han evaluado la carga cognitiva y emocional de los sujetos al pensar en grupos minoritarios, como por ejemplo 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 la actitud prejuiciosa mostrada por la muestra del estudio es más bien baja, al situarse en una media de 2.60, 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 detectado mayores niveles de prejuicio hacia los grupos minoritarios entre sus participantes (Pedersen *et al.*, 2004). Por ello, se considera que podría ser muy recomendable ampliar las cohortes de edad estudiadas en futuras investigaciones, para con ello poder tener una visión mucho más global sobre las actitudes prejuiciosas hacia el colectivo indígena 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.

Los resultados del estudio, unidos a los encontrados previamente por otros investigadores, refuerzan 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 sociales 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 televisión 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 televisivo 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 (Busselle y Crandall, 2002; Tan *et al.*, 1997).

Por su parte, la segunda hipótesis planteaba que “el consumo de televisión 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 televisión tiene una capacidad predictiva del prejuicio hacia los indígenas, aunque en cualquier caso inferior a otras variables como el género del encuestado y, sobre todo, el 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 en este caso 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 en caso contrario contribuyó a que éste aumentara. Por tanto, no se puede concluir que exista un modelo mediacional de los estereotipos, pero tampoco es posible plantear su papel 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 el colectivo indígena se vea modificada al presentarse de forma conjunta con otros factores, como el contacto directo, el género o la edad.

Una posible respuesta a estos resultados discordantes con el 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 respecto de los grupos sociales, como en este caso es el colectivo indígena mexicano (Schiappa *et al.*, 2005). La socialización puede haber conducido a la generación y mantenimiento de ciertos rasgos descriptivos del indígena, 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. Así, es posible que 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 otra parte, también 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 activas a pesar de que se consuman contenidos mediáticos que realicen una representación positiva de la minoría. Es decir, que se mantengan entre los miembros del grupo mayoritario de forma encubierta. Ello se puede producir cuando la audiencia percibe en los personajes televisivos de la minoría, en este caso indígenas, una representación poco o nada representativa 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 de explicación alternativa a los resultados obtenidos en el presente estudio.

A partir de los datos obtenidos, se observa una clara limitación para el presente estudio que debe ser solventada en futuras investigaciones. El hecho de que el cuestionario preguntará por el consumo en general de la televisión en un día normal de la semana, sin diferenciar entre programas, géneros, televisoras o momentos del día, pudo constituir un gran limitante a los resultados del estudio. Retomando el estudio de Brown-Givens y Monahan, (2005), se observa que es muy importante diferenciar entre la oferta televisiva a la hora de realizar estos estudios, pues la dieta mediática no tiene porque ser igual para todos los telespectadores. Además de que los efectos del consumo mediático sobre el racismo y las opiniones hacia las minorías varían en función de los contenidos específicos de esos medios a que se expongan las personas. Por ello, sería recomendable que en futuras investigaciones se pregunte a los participantes por el consumo o exposición a los diferentes medios de comunicación (Melican y Dixon, 2008), pero también por la atención prestada a programas concretos, como la producción de ficción (películas, telenovelas o series) o de entretenimiento (programas de humor, magazines, programas de espectáculo, etc.) a fin de detectar su impacto sobre la generación de un ideario del indígena. Además, se ve como muy recomendable que estos estudios distingan entre la producción nacional de la extranjera, pues es de esperar que las representaciones de este grupo social sean diferentes en unos y otros programas.

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 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.
- 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. (2000). A social cognitive approach to studying racial stereotyping in the mass media. *African American Research Perspectives*, 6(1), 60-68.
- 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 (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 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.

Carlos Muñiz (carmuniz@hotmail.com) es Doctor en Comunicación por la Universidad de Salamanca y Profesor Titular de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma de Nuevo León (México). Es miembro del Sistema Nacional de Investigación en el nivel I. Sus líneas docentes se centran en la metodología de investigación científica, con una especial atención a las técnicas cuantitativas, así como la comunicación de masas y la comunicación política.

Francisco Javier Serrano (fjavierserrano@itesm.mx), es doctor en Filosofía por la Universidad Complutense de Madrid y profesor del Departamento de Filosofía y Ética del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey. Es miembro del Sistema Nacional de Investigación en el nivel candidato.

Rafael Enrique Aguilera (aguilera_uanl@hotmail.com) es doctor en Filosofía por la Universidad de Málaga y profesor Titular de la Facultad de Derecho y Criminología de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Es miembro del Sistema Nacional de Investigación en el nivel I.

Alejandra Rodríguez (ale0323@gmail.com) es maestra en Comunicación por el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey y actualmente es estudiante del doctorado en Ciencias Sociales en la misma institución.

Artículo recibido: 17 de mayo de 2010

Dictaminado: 14 de octubre de 2010

Aceptado: 3 de noviembre de 2010