

Impacto del consumo mediático sobre el apoyo a las medidas políticas dirigidas hacia indígenas. Evaluación del posicionamiento de la población mexicana

Alma Rosa Saldierna & Carlos Muñiz
Universidad Autónoma de Nuevo León, México

E-mail: saldierna_alma@yahoo.com.mx, carmunizmuriel@gmail.com

Resumen

En México se siguen detectando actitudes discriminatorias hacia las minorías sociales por parte de la población. En el caso de los indígenas, esta discriminación les lleva a ser segregados y olvidados, quedando carentes en muchas ocasiones de apoyo político. En este sentido, es posible que los medios de comunicación contribuyan en la formación de estereotipos que impactan en la forma de percibir a ese grupo minoritario. Por ello es necesario conocer la influencia que tiene el consumo de los medios de comunicación de México en la formación de

estereotipos sobre indígenas mexicanos y cómo esto repercute en el apoyo a medidas políticas dirigidas a este segmento de la población, partiendo para ello del paradigma de la teoría del Cultivo. Se utilizó una encuesta telefónica aplicada por estados de la república a mayores de edad. Los resultados muestran que el consumo de medios de comunicación reforzaba el apoyo a medidas segregacionistas, pero en menor medida que los estereotipos negativos y el racismo mantenidos por la población.

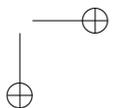
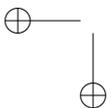
Palabras clave: Consumo mediático, indígenas, estereotipos, apoyo a medidas políticas, prejuicio

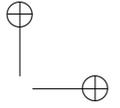
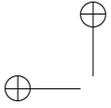
Media consumption impact on policies about indigenous people support. Evaluation of Mexican population positioning

Abstract

In Mexico discriminatory attitudes of the population towards social minorities can still be detected. For Indians, this dis-

crimination causes them to be segregated and forgotten, often lacking political support. In this sense, the media contribute





to the formation of stereotypes that affect how we perceive that minority group. It is therefore necessary to know the influence of the media in Mexico in the construction of stereotypes about Mexican Indians, and how it affects support policies aimed at this segment of the population. The study is based on the pa-

radigm of the Cultivation Theory. We used a telephone survey administered to adult citizens by the states of the republic. Findings showed that media consumption reinforced support for segregationist policies, but in lesser degree than negative stereotypes and racism held by the people.

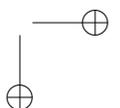
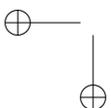
Keywords: Media consumption, indigenous people, stereotypes, policies support, prejudice

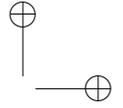
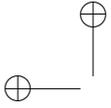
Marco Teórico

Los indígenas mexicanos y su discriminación

LA población indígena mexicana está constituida por los descendientes de pueblos conquistados y que participaron en el proceso de mestizaje cultural y biológico iniciado desde el siglo XVI (CDI, 2009). De acuerdo al Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI, 2005), la población de indígenas en el país era de un poco más de 10 millones de habitantes, es decir, un 10% de la población nacional. Sin embargo, en los últimos resultados del Censo Poblacional 2010 se dio a conocer que existen 6 millones, 695 mil 228 personas menores de 5 años que hablan lengua indígena.

En México la visión al respecto de los indígenas presenta tintes prejuiciosos, se les percibe como ignorantes y reciben discriminación por su forma de hablar, vestir o simplemente por sus rasgos físicos (Navarrete, 2008). Este sentimiento de discriminación que sufre esta minoría étnica en su vida diaria se ve reflejado en la Encuesta Nacional Sobre Discriminación (ENADIS), presentadas por primera vez en 2005 por la Secretaría de Desarrollo Social y el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación, teniendo como objetivo investigar la percepción que tienen los ciudadanos de México con respecto a la discriminación hacia algunos grupos poblacionales expuestos (minorías religiosas, étnicas, personas con preferencias sexuales diferentes, etc.). En su versión de 2010 encuentra resultados consistentes con la primera aplicación:





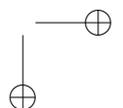
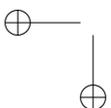
las minorías étnicas tienen como uno de sus mayores problemas la discriminación, seguido de la pobreza. Además, el 39.1% de los encuestados afirma que por ser de una minoría indígena no tiene las mismas oportunidades para conseguir empleo, lo cual los imposibilita para mejorar sus condiciones de vida y los limita socialmente.

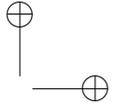
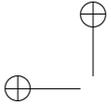
El tamaño de la discriminación en México es difícil de precisar, los grupos étnicos viven bajo una pesada carga discriminatoria. Inclusive, esta cultura se ha desarrollado como normal, generándose entre la restante población una cultura del menosprecio (Rincón, 2002). Un estudio del Banco Mundial sobre Oportunidades económicas para América Latina (2007) reflejó datos en los que el simple hecho de ser indígena suponía una fuerte determinante para ser pobre: una persona indígena tiene un 57% de probabilidad de vivir en la extrema pobreza comparada con una probabilidad del 16% para el resto de la población.

La cultura discriminatoria se forma a través de varios factores y uno de ellos son los medios de comunicación (Muñiz, Serrano, Aguilera y Estrada, 2010). Ello es debido a que los medios contribuyen a la formación de una educación informal de la vida cotidiana, son omnipresentes y tienen una fuerte influencia de poder en las sociedades contemporáneas (Trejo, 1998). Tienen la capacidad de influir de manera directa en la población generando corrientes de opinión y jerarquizando problemas que considera importantes.

El discurso mediático y la formación de los estereotipos

Los estudios desarrollados reafirman la idea de que los medios de comunicación ocupan una posición estratégica en el proceso de construcción de identidades colectivas, construyen la realidad social en la misma medida que informan sobre ella y hacen partícipes a la población de su percepción (Bergalli, 2006). Los medios de comunicación han desarrollado históricamente un papel primordial para la formación de las cogniciones sociales del público y tienen la capacidad de transmitir información que influye de manera directa en la población formando corrientes de opinión (Abundis, 2007). Para ello recurren a la presentación y repetición de representaciones coexistentes, en forma de estereotipos, convirtiéndose así en un poderoso instrumento de información (Aparici, 1996). Es Lippman (1922) quien introduce el término





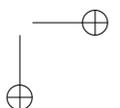
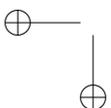
de estereotipo en el estudio de la comunicación para referirse al conjunto de ideas y actitudes que forman una imagen mental sobre algo o alguien.

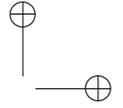
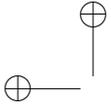
El uso de estereotipos en los medios de comunicación es algo tan común en nuestros días que la población no se percató de la información errónea que está recibiendo. Cuando las imágenes estereotipadas son constantes y repetitivas en el tiempo, éstas pueden llegar a formar un conocimiento común en las personas (Brown-Givens y Monahan, 2005). Además, cuando se desarrollan pocas situaciones de interacción social entre individuos de grupos diferentes, los medios de comunicación juegan un papel muy importante en los procesos de identificación social. Así, si los grupos minoritarios son presentados de manera estereotipada, es muy posible que se genere una imagen no real de los individuos que los conforman a través de un proceso de contacto vicario (Busselle y Crandall, 2002). El contacto vicario se puede presentar a través de dos vías: manteniendo un contacto entre dos grupos que usan los medios de comunicación y consumen sus contenidos (por ejemplo películas) o mediante la producción o grabación de los grupos en contacto para una situación específica (Gómez y Huici, 2008). En cualquier caso, este tipo de contacto vicario tiene un papel sumamente importante, puesto que la información aprendida permite crear o modificar actitudes y creencias de la audiencia sobre miembros de grupos minoritarios, etiquetas que son difíciles de revertir (Tan, Fujioka y Lucht, 1997).

En este sentido, el contacto puede ayudar a la formación de actitudes positivas que acerquen a grupos que jamás estarían en contacto directo, pero también puede generar otras negativas sobre las personas tomando como referencia la información proporcionada por los medios de comunicación (Shiappa, Gregg y Hewes, 2005).

Efectos del consumo mediático: el cultivo de imágenes

La aceptación por parte de la opinión pública de la diversidad étnica viene determinada, en gran parte, por el papel que desempeñan los medios de comunicación de masas, a través de la trasmisión y conformación de imágenes o representaciones de determinados colectivos sociales y en particular de las minorías (Brown-Givens y Monahan, 2005; Busselle y Crandall, 2002; Muñiz e Igartua, 2004; Pedersen, Beven, Walker y Griffiths, 2004; Tan *et al.*, 1997). En el caso particular de México, se han realizado algunos estudios para ver el



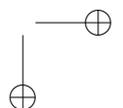
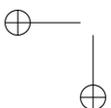


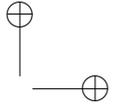
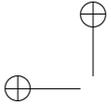
grado de impacto que tienen los medios en la conformación de estereotipos, en el que se encuentra evidencia de que ciertamente la televisión contribuye a reforzar los prejuicios que se tienen sobre esta minoría étnica (Muñiz *et al.*, 2010).

Esas representaciones en los medios pueden ser constantes en los medios y, además, pueden contribuir a fomentar patrones de pensamiento en los espectadores. Esta tendencia del efecto mediático se analiza desde la *Teoría del Cultivo*, la cual plantea que la televisión cultiva percepciones y concepciones de los grupos sociales (Gerbner, 2002), es decir, impone maneras de pensar sobre ciertos asuntos y colectivos. Esto puede contribuir a reforzar estereotipos mostrados en los programas de televisión, lo cual, por ejemplo, puede llevar a que si se presenta a un indígena mostrando comportamiento no adecuado, se refuerce en la audiencia el rechazo y sean minusvalorados al ser "malas personas". Por ello, se plantea como hipótesis que cuando la información que se presenta en los medios está distorsionada, ello repercutirá reforzando estereotipos o imágenes desvirtuadas de los indígenas en la audiencia y, de forma indirecta, en la sociedad.

La *Teoría del Cultivo*, fue planteada por George Gerbner hace más de 30 años, y atribuye a los contenidos de ficción un papel fundamental en la construcción de representaciones de la realidad (Gerbner, 1969). En su planteamiento el autor habla de las tres B's: *Blurring*: hacer borrosas o indefinidas las diferencias entre personas (tomando en cuenta aspectos culturales, políticos, etc.); *Blending*: mezclar o combinar actitudes y *Bendind*: guía los juicios sociales hacia la corriente principal ya sea política o económica de la televisión y sus clientes (p. 177-196). Es decir, los contenidos mostrados en televisión presentan de manera distorsionada la realidad, la oculta y promueve tendencias en la ciudadanía. Sumado a esto, afirma que la televisión aumenta la desaprobación hacia minorías presentadas en la televisión (Gerbner y Signorielli, 1982).

Gerbner (2002) también planteó que la televisión presenta contenidos de manera homogénea en todos sus programas independientemente de la televisora a la que pertenezcan, por lo que no importa que los consumidores sean selectivos en su consumo, pues el mensaje siempre encontrará la forma de llegar a ellos. El proceso del cultivo implica que el pensamiento del individuo se base en patrones aprendidos en la televisión al ser repetitivos, los cuales además proveen ideologías. Es a través de esas imágenes que se puede ayudar



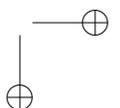
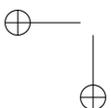


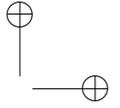
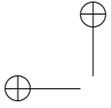
a la formación en las actitudes y pensamientos políticos de los consumidores mediáticos. Gerbner (2002) asevera, que la mayoría de lo que sabemos no lo hemos experimentado por nosotros mismos, sino que lo conocemos por los medios. Es decir, en muchas ocasiones la información sobre ciertos temas o conocimiento sobre algunos grupos minoritarios se conocen a través de los medios de comunicación ya que no se tiene acceso a un contacto directo. Esto es de vital importancia, ya que lo que se presenta en los medios en muchas ocasiones es tomado por los consumidores como verdadero, lo que puede generar que se formen ideas erróneas además de fomentar prejuicios sobre ciertos grupos o temas si es presentado de manera sesgada.

Por su parte, Wolf (1994) desarrolla en su trabajo el modelo teórico del cultivo y llega a la conclusión de que éste tiene varias etapas. Primero los consumidores de medios reciben por medio de la televisión un mundo irreal, cultivando el crecimiento de estereotipos, el cual es más fuerte en los individuos que más consumen televisión (pp. 97-98). Ello genera que éstos consumidores presenten un “desplazamiento de la realidad”, lo que indica que cuanto más consuman la televisión los individuos, más expuestos están a lo que se presenta. Por último al recibir repetidamente esos contenidos los toman como verdaderos, aunque este contenido sea irreal, teniendo una visión alejada de la realidad existente en la sociedad.

Consumo mediático y actitudes políticas

Los medios de comunicación son diseminadores de información clave en toda democracia, movilizan a la opinión pública y generan formas de actividad política (Abundis, 2007). De esta manera, contribuyen a la formación de un criterio, actitud y cultura política de los individuos. En este sentido, para Avery (2009) los medios de comunicación contribuyen en la formación de criterios para la toma de decisiones. El autor afirma que existe una relación directa entre exposición a medios y la confianza en política, la cual se da tomando en cuenta la fuente de información (prensa, televisión, radio, internet, etc.) además del conocimiento previamente mantenido por el receptor, y encuentra que a mayor confianza en la política se utiliza más la prensa escrita y a menos confianza se utiliza la televisión. Cappela y Jamieson (1997), por su parte, estudiaron la cobertura de las campañas y el puente que se generaba entre estos y los votantes que forma un espiral en el cual los medios contri-



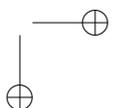
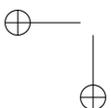


buyen a la generación del participación y no-participación, en este sentido, contribuyen en el interés en querer apoyar, rechazar o simplemente mantenerse indiferentes en el apoyo a medidas políticas.

Con respecto a la participación, Rojas (2006), encuentra que si bien los medios tienen un alto impacto en generar altos niveles de participación, esta va de la mano con un elevado nivel de conversación política, es decir, se da una relación entre estos dos factores los cuales favorecen que se generen actitudes sobre el desarrollo político de un país en lo referente a la toma de decisiones, ya sea para elecciones o para apoyos a medidas políticas. Los medios si bien, representan estereotipos, muchas veces siembran en las masas conocimiento y actitudes hacia grupos minoritarios. Muchas veces estas imágenes y sus resultados son de corte negativo, pero también pueden ser utilizados como un medio de integración de esas minorías (Muñiz *et al*, 2010).

Con respecto al apoyo a medidas políticas, existen estudios donde se trata de vislumbrar la relación impacto del consumo mediático y el apoyo a medidas políticas, como por ejemplo el de Nelson (2004). El autor hace un análisis sobre las actitudes de las personas con respecto a los apoyos a estudiantes afroamericanos, y programas políticos. En el estudio se presentan medidas tales como lograr la excelencia en las universidades si no se aceptan a estudiantes afroamericanos (discriminatoria) y la opción de aceptar a todos. El experimento demostró que la forma en que se presenta esta minoría generaba la variación en el apoyo a las medidas. Por otro lado Cho *et al* (2006) analizaron también el apoyo a medidas destinadas a otra minoría, en este caso a inmigrantes árabes-americanos, detectando igualmente que la manera en que eran presentados en medios, por ejemplo como extremistas, impactaba en un fuerte apoyo a medidas que limitaran su entrada al país.

En el caso de México, Muñiz y Peña (2010) analizaron el impacto del consumo de noticias sobre extranjería en el apoyo de estudiantes a ciertas medidas políticas planteadas. El estudio reflejó cómo el tipo de enfoque incidía en el apoyo a medidas más negativas, como la necesidad de establecer leyes de migración más restrictivas, en la medida en que se presentaba a los extranjeros cometiendo delitos en lugar de contribuyendo al desarrollo económico del país. Asimismo, el consumo de las mismas noticias protagonizadas por centroamericanos y europeos derivaba en mayores niveles de apoyo a la expulsión del país en el caso de las noticias protagonizadas por centroameri-



canos, lo que indirectamente podría reflejar una presencia de un racismo sutil entre la población estudiada.

Sin embargo, no sólo es necesario que se presente consumo de medios para la generación de un impacto en el apoyo a ciertas medidas políticas, previamente debe existir una actitud política o comportamiento político, el cual forma parte de la cultura política de la población. De acuerdo al Instituto Federal Electoral (IFE), la cultura política alude a las pautas consolidadas, arraigadas y marca la diferencia entre *actitud política* (componente de la cultura política) y la define como una inclinación o disposición en función de asuntos políticos particulares y la *ideología política* que la define como una formulación esencialmente doctrinaria e internamente consistente en grupos pequeños. La globalización cultural y comunicativa ha generado que el papel central de los medios de comunicación como es el promover formas de organización y participación que fomenten el interés por las actitudes políticas (Roche, 2000).

En México, no existen suficientes datos que ayuden a determinar cómo el consumo de medios influye en las actitudes políticas de la población y cómo esto puede contribuir a que apoyen alguna medida política, en este caso de estudio en específico, medidas políticas destinadas a indígenas. Existe la Encuesta de Cultura Política (ENCUP, 2008), que reporta datos sobre poblaciones mayores de 18 años, en la que se muestra el panorama de participación y de confianza en las instituciones. Esta encuesta mostró que el 35.6% de los encuestados tenía poca confianza en los partidos políticos, que el 78.1% percibía a las autoridades como las que fomentaban la corrupción, así como también que uno de cada dos mexicanos cree que vive una democracia y uno de cada tres de declaró insatisfecho, pero el dato que realmente llama totalmente la atención es que el 60% de los encuestados afirmó tener poco o nada de interés en la política, lo cual es alarmante porque indica que la apatía ha ido aumentando, se evidencia la falta de interés por ser parte del círculo de tomadores de decisiones para el bienestar colectivo.

Objetivos, hipótesis y preguntas de investigación

El objetivo principal de este trabajo es identificar, mediante la realización de una encuesta probabilística, el consumo mediático mantenido por la población mexicana y saber qué tanto éste se relaciona con el apoyo ciudadano a

ciertas medidas políticas enfocadas a indígenas. Debido a ello, es importante determinar si el consumo de los medios contribuye a la formación de conocimiento sobre indígenas y cómo estas ideas encauzadas a través de estereotipos influyen o no en la formación de una actitud política entre la población que se vea reflejada en el apoyo a las políticas relativas a las condiciones de las comunidades indígenas. Además en México existe casi no existen estudios de este corte, por ello es necesario plantear la hipótesis principal de la investigación y una serie de preguntas de investigación que permitirá conocer en profundidad la relación de variables contempladas:

Hi: *El nivel o grado de consumo de medios de comunicación guarda relación con el apoyo a medidas políticas enfocadas a indígenas.*

Así como también es importante conocer la relación que existe entre el tipo de contenidos mediáticos consumidos y la influencia que se tiene para que se genere el apoyo a medidas políticas, de ahí surgen las siguientes preguntas:

PI1: *Una mayor exposición a series y películas televisivas genera un incremento del apoyo a medidas políticas de asimilación.*

PI2: *Una mayor exposición a telenovelas promueve un mayor apoyo a medidas políticas segregacionistas.*

PI3: *El consumo de prensa escrita influye en el apoyo a Medidas Políticas enfocadas a indígenas.*

La presentación de estereotipos a través de los programas de ficción pueden ser clave para la formación de imágenes estereotipadas en la sociedad acerca de grupos minoritarios concretos (Busselle y Crandall, 2002). Es posible que este imaginario contribuya al apoyo a medidas políticas, por lo que es importante conocer la influencia que tienen los estereotipos presentes en los ciudadanos en su apoyo a medidas políticas concretas hacia indígenas. Por ello, esta investigación también pretende dar respuesta a las siguientes preguntas:

PI4: *¿El mantenimiento de estereotipos negativos y/o positivos influye en el apoyo a las medidas políticas hacia indígenas?*

Por otro lado, ya se había hablado anteriormente sobre el contacto vicario, y cómo los estereotipos que se presentan en los medios de comunicación pueden actuar como generadores de ese contacto vicario (Busselle y Crandall, 2002). Este tipo de contacto vicario es importante ya que la información aprendida permite crear o modificar actitudes y creencias sobre miembros de grupos minoritarios (Tan *et al*, 1997). Es importante considerar el contacto

directo que pueden tener los consumidores con los indígenas, siendo México un país con una gran diversidad étnica es posible que se pueda tener una relación cercana o algún tipo de contacto directo con ellos, que conlleve a la formación de actitudes positivas que acerquen y modifiquen la imagen que se haya creado de los indígenas a través de los medios. En este sentido Shippa *et al.*, (2005), señalan a través de la *teoría del contacto* que un contacto interpersonal contribuye a reducir los prejuicios entre grupos mayoritarios y minoritarios. Por ello también es importante contestar la siguiente pregunta:

PI5: *¿El contacto directo con los indígenas contribuye de alguna manera a aumentar el apoyo a las medidas políticas hacia indígenas?*

Si bien los estereotipos presentados en la televisión y el contacto directo, pueden influir en la generación de apoyos a medidas políticas destinadas a indígenas, también es importante considerar el impacto del racismo hacia los indígenas. Se puede afirmar que ciertas actitudes prejuiciosas son asociadas a factores socio-demográficos o pisco-sociales (Pedersen *et al.*, 2004), es decir, si el individuo pertenece a otra religión, raza o etnia, puede sufrir de discriminación debido al fuerte racismo existente (Cea D'Ancona, 2004). De ahí que surja la siguiente interrogante.

PI6: *¿Un nivel alto de racismo impacta de manera negativa en el apoyo a medidas políticas hacia indígenas?*

Método seguido

Muestra y procedimiento

Los datos se obtuvieron de una muestra analizada de la población total de México, se recurrió a las Proyecciones de Población que hace la Comisión Nacional de Población (CONAPO) del año 2007, además se verificó por medio de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), la densidad de líneas telefónicas, para identificar hogares con línea y con ciudadanos mayores de 18 años. Se dividió la población entre la zona norte (43, 003,154 personas), la zona centro (41,678,893 personas) y la zona sur (21,108,678 personas), de un total de 105,790,725 mexicanos). De esta manera, la muestra se integró con 474 casos por cada zona del país estudiada, con un total de 1422 participantes seleccionados de entre la población con un nivel de confianza final del 95% y un margen de error del 4.5%. Sin embargo, de cara al estudio

se trabajó con una muestra ponderada por estados de la República, contándose de esta manera con una muestra final de 1423 sujetos. De esta manera, la muestra final fue obtenida con un margen de error de +/- 2.6 y un nivel de confianza del 95%.

La aplicación del cuestionario se realizó del 20 al 22 de octubre de 2010, para lo cual se contó con la ayuda del Gabinete de Comunicación Estratégica (Gabinetece) desde Ciudad de México. Los datos se capturaron en el paquete estadístico SPSS v. 19.0, mismo que fue utilizado para realizar el análisis de los datos.

Escalas utilizadas en el cuestionario

Variable dependiente:

Apoyo a medidas políticas: Se utilizó una escala que buscaba capturar el grado de apoyo hacia ciertas medidas políticas relacionadas con indígenas. La batería de preguntas estaba compuesta por tres ítems que miden tres diferentes tipos de apoyo a estos grupos minoritarios. En concreto se preguntó el grado de acuerdo con la idea de “fomentar su desarrollo social”, “expulsarlos del país y ayudar sólo a los que se parecen a nosotros” y “obligar a los demás a integrarse a la sociedad”. Para su medición se utilizó una escala tipo Likert que oscilaba entre 1 *nada de acuerdo* hasta 5 *bastante de acuerdo*.

Variables independientes:

Consumo o uso general de medios: Cantidad de minutos al día que dedicaban específicamente a consumir diferentes medios de comunicación: televisión, prensa, radio de información y radio comercial. Se hizo una recodificación a fin de asignar diferentes rangos, cada uno con duración de 30 minutos, comenzando de 0 a 30 minutos (categoría 0) y así sucesivamente hasta la categoría 10.

Exposición de contenidos y programas mediáticos. Grado de exposición a determinados programas de la televisión, tales como consumo de telediarios, telenovelas, series o películas, programas de entretenimiento y/o diversión y programación infantil. Se utilizó una escala de Likert, tomando del 1 al 5 en cada programa dónde 1 correspondía a *nada de consumo del programa* hasta 5 que significaba *bastante del consumo del programa*.

VARIABLES DE CONTROL:

Aspectos socio-demográficos: sexo al que pertenece el participante (1 = hombre y 2 = mujer) y su edad con una escala ordinal de rangos de nueve puntos.

Nivel de educación: Grado escolar que cursan los entrevistados. Para ello se le asignó un número a cada nivel de preescolar (1) al posgrado (6), y cero en caso de que no contara con estudios.

Esteretipos percibidos de los indígenas: Se pidió a los jóvenes que indicaran en qué medida consideraban que ciertos rasgos y características definían mejor al indígena, respondiendo a cada una de ellas con sí (1) o no (0). Se usó como herramienta la misma escala utilizada por Cuadrado y Navas (2003) compuesta por 13 reactivos, empleando una escala tipo Likert para su medición que oscilaba entre nada (1) y bastante (5). En cuanto a los *esteretipos positivos*, se creó una nueva variable que quedó conformada por la suma de los calificativos de *religiosos, inteligentes, trabajadores, agradecidos, amistosos y buenos* ($\alpha = .60$) y el relativo a los *esteretipos negativos*, se compuso de los adjetivos *injustos, desleales, traicioneros y agresivos* ($\alpha = .65$).

Escala de Racismo: Se utilizó una escala compuesta por 15 ítems para medir el grado de racismo hacia los indígenas en México. Se tomaron en cuenta la escala de racismo moderno desarrollada por McConahay (1986) y algunas preguntas de la escala de prejuicio desarrollada por Pettigrew y Meertens (1995), también empleadas en México por Muñiz *et al.* (2010). En sus preguntas se engloban aspectos como si el Gobierno ha promovido el respeto por los indígenas, si la discriminación a este grupo es un problema en México, o si son pertenecen a una raza menos capaz. Cada una de estas afirmaciones fue contestada con una escala Likert que oscilaba entre *nada* (1) y *bastante* (5).

Contacto directo con indígenas: Con esta escala se pretendía conocer si los participantes habían tenido alguna relación directa con personas indígenas, que les permitiera conocerlos mejor. Se utilizó en parte la escala elaborada por Igartua, Muñiz, Otero, Cheng y Gómez (2008) para el estudio del contacto, se pregunta si el sujeto ha tenido o tiene relaciones de tipo familiar, de amistad, trabajo, estudio, vecindad o plática con indígenas. Cada una de ellas se contesta de manera dicotómica donde 1 implica que sí ha tenido o tiene contacto y 0 que no ha tenido ni tiene contacto con indígenas.

Análisis de Resultados

Validación de Escalas

Se realizó un análisis de fiabilidad de escalas construidas, a fin de determinar su posible uso. En primer lugar, se evaluó la *escala de contacto*, constituida por aquellos ítems que servían para medir si han tenido o tienen una relación directa con algún indígena. Para ello se procedió a calcular el valor de la prueba Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), la prueba arrojó un valor de .81 ($p < .001$), lo cual indica que los reactivos utilizados son adecuados y se asociaban en un único factor que explicaba el 23% de varianza del contacto. Para evaluar qué tanto la escala obtenida contaba con consistencia interna, se procedió a calcular el estadístico Alfa de Cronbach. El valor obtenido ($\alpha = .74$) indica la unidimensionalidad del indicador, lo que implica que los ítems se unían efectivamente para medir el contacto directo con indígenas.

Con respecto a la *escala del racismo*, se calculó su consistencia interna pero el valor de alfa fue muy pequeño ($\alpha = .595$), por lo cual se procedió a eliminar los 4 reactivos que afectan la fiabilidad de la escala de entre los 15 inicialmente contemplados. Con las variables resultantes se calculó un análisis factorial que arrojó un valor KMO de .84 ($p < .001$) y que consiguió explicar el 55% de la varianza. La consistencia interna del factor obtenido fue aceptable ($\alpha = .74$), lo que confirma que los datos eran fiables y medían bien el racismo, lo cual indica que los factores pueden ser realizados en un análisis factorial.

Por otra parte, la escala utilizada para medir los *estereotipos percibidos* de los indígenas tuvo un valor de KMO = .79 ($p < .001$) consiguiendo explicar un 43% de la varianza, lo cual indica que los ítems de la escala podrían ser los adecuados. Para verificar este aspecto, se realizó un análisis de fiabilidad eliminando los rasgos que no contribuían a explicar los estereotipos. De esta manera, se eliminaron los rasgos 1 y 10, que corresponden con ser “abierto” y “limpio” respectivamente. Un nuevo análisis ofreció un resultado KMO de .80 ($p < .001$), lo que indica que la idoneidad los ítems de la escala. El análisis factorial arrojó dos grupos o factores que en conjunto explicaban el 58% de la varianza. Uno conformaba el estereotipo positivo: (constituido por los rasgos del indígena que los definen como buenos, agradecidos, amistosos, trabajadores, religiosos, inteligentes), mientras que el estereotipo negativo quedó

conformado por cuatro rasgos (en concreto los de agresivo, desleal, injusto y traicionero). Se evaluó su consistencia interna obteniéndose para el estereotipo positivo un valor de $\alpha = .60$ y para el estereotipo negativo un $\alpha = .65$. Ello indica la asociación de las variables, así de esta manera, queda afirmado que cada uno de los rasgos contribuye a la formación de estereotipos positivo y negativo respectivamente.

Apoyo al fomento del desarrollo social sin pérdida de cultura e identidad

A fin de determinar las variables explicativas del apoyo al fomento del desarrollo social de los indígenas, pero sin obligarles a perder su cultura e identidad, se procedió a realizar un análisis de regresión lineal múltiple en la opción de pasos sucesivos. La ecuación resultante quedó conformada por 5 predictores que explican el 5.2% de la varianza de la variable dependiente. La regresión es estadísticamente significativa, $F(5,985) = 17.82$, $p < .001$ (Ver tabla 1).

Tabla 1. Apoyo al fomento del desarrollo social sin pérdida de su cultura e identidad

| Variables Predictoras | <i>B</i> | <i>E.T.</i> | β |
|----------------------------------|----------|-------------|---------|
| VARIABLES DE CONTROL | | | |
| Escolaridad | .091 | .019 | .160*** |
| Edad | .051 | .015 | .108*** |
| Plática sobre indígenas | .102 | .039 | .081*** |
| VARIABLES INDEPENDIENTES | | | |
| Telenovelas | -.113 | .042 | -.086** |
| Series o Películas en Televisión | .088 | .037 | .076* |

Nota: $N = 1474$ casos. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Se observa que la escolaridad ($\beta = .160$, $p < .001$) y la edad ($\beta = .108$, $p < .001$), influyen significativamente en el fomento al apoyo al fomento del desarrollo social de los indígenas que implica su integración en la sociedad. El consumo de series o películas en televisión también influye positivamente aunque en un nivel menor ($\beta = .076$, $p < .05$), mientras que el visionado de

telenovelas influye de manera negativa ($\beta = -.086$, $p < .01$). En este caso, podría decirse que el consumo de telenovelas más que derivar en apoyo a la integración, deriva más al apoyo en asimilación. Se puede ver que ciertamente el consumo de series o películas en televisión influyen a la hora de que los individuos busquen el fomento del desarrollo social de los indígenas sin obligarlos a perder su identidad, pero su influencia no es tan fuerte como la escolaridad y la edad.

Explicación del apoyo a la expulsión de los indígenas del país.

Por otro lado, al estudiar la ecuación explicativa de la variable relativa al apoyo a la expulsión del país, se detectó que son 4 los factores que contribuyen a determinar su apoyo, explicando el 7.3% de la variable dependiente. Además, la ecuación resultante fue estadísticamente significativa, $F(4, 985) = 10.313$ $p < .001$ (Ver datos en la tabla 2).

Tabla 2. Apoyo a la expulsión de los indígenas fuera del país.

| Variabes Predictoras | <i>B</i> | <i>E.T.</i> | β |
|----------------------------------|----------|-------------|----------|
| Variabes de control | | | |
| Escolaridad | -.023 | .011 | -.070* |
| Estereotipos negativo | .076 | .021 | .117*** |
| Relación (Contacto) | .159 | .036 | .144*** |
| Variabes Independientes | | | |
| Series o Películas en Televisión | -.089 | .021 | -.131*** |

Nota: $N = 1474$ casos. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de $*p < .05$; $***p < .001$.

Se puede identificar que la escolaridad influye de manera negativa ($\beta = -.070$, $p < .05$), mientras que la relación o contacto directo con indígenas es el factor que más influye en apoyar expulsarlos del país ($\beta = .144$, $p < .001$). Este resultado es sorprendente porque podría pensarse que al tener más contacto con los grupos indígenas, conocerlos más y ser conscientes de cómo viven y de sus necesidades, podría influir de manera positiva para que se le brinde apoyo. Asimismo, se observa cómo influye el mantener estereotipos negativos hacia ellos ($\beta = .117$, $p < .001$), es decir, aquellos que los perciben como agresivos y traicioneros son quienes apoyan la idea de que lo mejor se-

ría expulsarlos del país. Con respecto al consumo de las series, la influencia es negativa ($\beta = -.131, p < .001$), lo cual pone en evidencia la influencia que puede tener el consumo de ese tipo de programación y la manera en que están presentando sus contenidos.

Apoyo para los que quieran asimilarse.

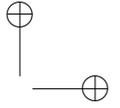
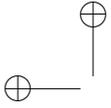
El tercer reactivo que conforma el conjunto de variables dependientes era la que buscaba conocer el apoyo a la idea de ayudar a quienes quieran parecerse al grupo mayoritario de la población y a los demás obligarlos a integrarse a la sociedad. Atendiendo a los resultados de la ecuación realizada, el apoyo a esta medida política puede explicarse por medios de seis predictores que explicaban el 1.43% de la varianza de esta variable, $F(6,976) = 39.449, p < .001$ (Ver datos en tabla 3).

Tabla 3. Apoyo a la asimilación forzosa de indígenas.

| Variabes predictoras | <i>B</i> | <i>E.T.</i> | β |
|--------------------------------|----------|-------------|----------|
| Variabes de control | | | |
| Escolaridad | -.070 | .018 | -.118*** |
| Estereotipos negativos | .081 | .035 | .071** |
| Sexo | -.173 | .079 | -.067** |
| Relación (Contacto) | .502 | .063 | .255*** |
| Religiosidad | .124 | .040 | .097** |
| Variabes Independientes | | | |
| Consumo de Series o Películas | -.092 | .036 | -.077** |

Nota: $N = 1474$ casos. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$.

Se puede observar que la escolaridad influye de manera negativa ($\beta = -.118, p < .001$), mientras que la relación o contacto directo con las personas indígenas es el factor que más influye a querer ayudar a los que quieren parecerse al resto de la población o al grupo mayoritario de la población y obligar a los demás a integrarse a la sociedad ($\beta = .225, p < .001$). Este resultado indica cómo a pesar de tener contacto directo con este sector de la población y conocer su realidad se tiene ese sentimiento de desprecio hacia ellos. Este apoyo a la medida que busca la asimilación es reforzado por la presencia en los



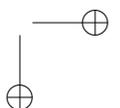
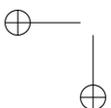
individuos de estereotipos negativos sobre los indígenas ($\beta = .071, p < .01$), que no hace sino que se les desprecie aún más por ser percibidos como agresivos, desleales, injustos y traicioneros. Por otro lado, el consumo de series o películas en televisión influye de manera negativa ($\beta = -.077, p < .01$), esto es, entre mayor sea el consumo de estos contenidos, menor es el apoyo que existe a las propuestas que les obliga a asimilarse.

Discusión y conclusiones

Los resultados obtenidos en el estudio permiten vislumbrar el panorama existente en México con respecto al posible impacto que el consumo de los medios de comunicación tiene en el apoyo a las medidas políticas relacionadas a indígenas por la opinión pública. La hipótesis del estudio planteaba que “*el nivel o grado de consumo de medios guarda relación con el apoyo a medidas políticas enfocadas a indígenas*”. Los resultados comprueban en parte la hipótesis, pues se obtuvo como resultado que el consumo de medios sí se relacionó con el apoyo a medidas políticas, en particular con respecto a la política tendiente a *fomentar el apoyo a su desarrollo social*, es decir, una política que busca integrarlos al contexto moderno en el que viven.

Con respecto a las preguntas de investigación planteadas, la primera preguntaba si *¿una mayor exposición a series y películas televisivas genera un incremento del apoyo a medidas políticas de asimilación?* Al respecto se observa, que existe una relación positiva con respecto al fomento al desarrollo sin obligarlos a perder su identidad. Ello pareciera mostrar que en este tipo de programas se está presentando la información adecuada con respecto a este grupo minoritario. Pero, en realidad, se abren muchas dudas al respecto pues no se está promoviendo el beneficio de este segmento de la población, por el contrario, se busca más bien que se mimeticen y dejen de lado sus tradiciones y cultura. Por otro lado, no se encontró evidencia significativa que permitiera contestar afirmativamente la segunda pregunta de investigación que planteaba si *¿una mayor exposición a telenovelas promueve un mayor apoyo a medidas políticas segregacionista?*

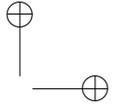
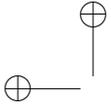
Es importante hacer mención que, con respecto a la relación prensa escrita y apoyo a medidas políticas, no se encontró evidencia de la existencia de una relación, al hacer el análisis de las relaciones entre variables, fue consistente



el resultado del impacto que tienen los programas en la televisión, muy al contrario de la prensa que era eliminada del modelo de regresión lineal múltiple. Por lo tanto la pregunta número 3: *¿El consumo de prensa escrita influye en el apoyo a Medidas Políticas enfocadas a indígenas?*, no puede ser respondida, puesto que en el estudio no se encontró evidencia estadística para afirmar esa relación. Este resultado también puede dar la pauta a realizar una futura investigación al respecto, que aún es carente respecto a este tema, y que podría ser realizada a través del análisis de los contenidos presentados en la prensa escrita para determinar el motivo de dicha situación. Aunque, tal vez, el fenómeno que se está presentando es que los indígenas no tienen presencia en la prensa escrita.

Sin embargo, se descubrió que lo que más impacta en el mantenimiento de un sentimiento de apoyo a esas medidas segregacionistas es el mantenimiento de estereotipos negativos al pensar en este grupo minoritario, así como una actitud fuerte de racismo. Todo ello sirve para dar respuesta a las preguntas de investigación que planteaban si *¿la formación y mantenimiento de estereotipos negativos y/o positivos, influyen en el apoyo a medidas políticas hacia indígenas?* y si *¿un nivel alto de racismo impacta de manera negativa en el apoyo a medidas políticas hacia indígenas?* Se observa que los estereotipos negativos son los que prevalecen en el apoyo de la población con respecto a la política negativa (expulsarlos del país) y en la política ambivalente (apoyar a los que se parecen a nosotros y obligar a los demás a integrarse). Es decir, son percibidos como injustos, desleales y agresivos por aquellos que a la vez apoyan medidas políticas segregacionistas, lo que genera una cultura de la discriminación como afirma Gutiérrez (2005). Además, este resultado concuerda con la teoría del cultivo de Gerbner (2002) que afirma que la televisión contribuye a concebir estereotipos de los grupos minoritarios, es decir, los medios representan de cierta manera a las minorías y esa representación contribuye a la formación de ciertas actitudes sociales hacia esos grupos (Sanahan, 2004).

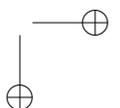
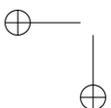
Con respecto a la quinta pregunta de investigación, que planteaba si *¿el contacto directo con indígenas contribuye de alguna manera a aumentar el apoyo a las medidas políticas hacia indígenas?*, se ha obtenido un resultado contradictorio. Y es que el contacto directo contribuye a apoyar la expulsión del país a los indígenas (política segregacionista) y a pedir que se ayude sólo a quienes quieran abandonar su cultura y obligar a los que no lo quieran hacer a integrarse a la sociedad (política asimilacionista). En este sentido, el resultado



es opuesto a lo que se pudiera pensar, pues de acuerdo a Schiappa *et al* (2005) cuando se produce un mayor contacto y sin ninguna barrera o imagen que distorsione la realidad de las minorías, se debería producir un proceso que lleve a reducir los prejuicios entre grupos mayoritarios y minoritarios, es decir y al respecto al estudio, un mejor conocimiento de los indígenas, de su situación y de ahí el interés en querer apoyarlos y ayudarlos.

Este resultado, que refleja que entre mayor contacto más apoyo a las medidas políticas que buscan segregarlos o hacerlo que se asimilen y perder su identidad étnica, parece contradecir la *teoría del contacto*. Es un resultado sorprendente que podría estar motivado por un sentimiento heredado por generaciones desde la época de la conquista, y reforzado en la independencia, en el que se busca eliminar a los grupos indígenas y verlos sólo como parte del pasado que hay que cargar. Al llegar los conquistadores y traer su modernidad queriendo fusionar las dos culturas, provocaron el surgimiento dos fuerzas una dominante y otra dominada que queda subordinada a ese poder (Restrepo, 2005). Para ello era necesario extinguir esa minoría o cuando menos reducirla, trayendo como consecuencia que se hicieran distinciones hasta dentro de las mismas familias en preferir a los miembros con rasgos cada vez menos indígenas como resultado del mestizaje que se dio en el país (Muñoz, 2009).

Como conclusión final, cabe señalar, que los medios muchas veces presentan a los indígenas de manera ridiculizada o en forma negativa, son los tontos e ignorantes de la televisión así como los que cometen los actos delictivos lo cual genera que sean estigmatizados. Ello sin importar a quienes elaboran esos contenido que México es una nación que tiene una gran diversidad cultural en gran medida gracias a estos pueblos indígenas, y que son las raíces de esta nación y que han sido olvidados en el proceso de la nueva dinámica y fortalecimiento de la sociedades modernas. Por lo cual también deberían de proponerse iniciativas que busquen la reglamentación en la manera en que se presentan los contenidos sobre indígenas en los medios mexicanos, para proteger a ese colectivo.

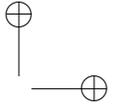
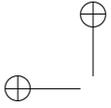


Referencias

- ABUNDIS, Francisco. Los Medios de Comunicación en México. AMMAI, México 13, 43-45, .2007
- APARICI, Roberto. La Revolución de los medios audiovisuales: educación y nuevas tecnologías (Segunda Edición ed.). Madrid: Ediciones de la Torre, 1996
- AVERY, James. Videomalaise or virtuous circle? The influence of the news media en political trust. *International Journal of press/politics*, 14(4), 410-433, 2009.
- Banco Mundial, Oportunidades económicas para América Latina (2007) .
- BERGALLI, Roberto. Flujos Migratorios y su (Des) control. Barcelona: Anthropos Editorial, 2006.
- BROWN-GIVENS, Sonja y MONAHAN, Jenifer. Priming mummies, jezebels, and other controlling images: An examination of the influence of mediated stereotypes on perceptions of African American woman. *Media Psychology*, 7, 87-106, 2005.
- BUSSELLE, Rick y CRANDALL, Heather. Television viewing and perceptions about race differences in socioeconomic success. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 46, 265-282, 2002.
- CAPELLA, Joseph y JAMIESON, Kathleen. *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. Nueva York: Oxford University Press, 1997.
- CDI, La vigencia de los derechos indígenas en México, Comisión para los Derechos de los Pueblos Indígenas, México, 2007.
- CEA D'ANCONA, María de los Ángeles . La activación de la xenofobia en España. Madrid: CIS, 2004.
- CHO, Jaeho, GIL DE ZÚÑIGA, Homero, SHAH, Dhavan y MCLEOD, Douglas. Cue convergence. Associative effects on social intolerance. *En Communication Research*, 33(3), 136-154, 2006.
- CUADRADO, Isabel y NAVAS, Marisol. Actitudes hacia gitanos e inmigrantes africanos: un estudio comparativo. *Apuntes de Psicología*, 1(21), 1-18, 2003.

- ENCUP, Encuesta Nacional sobre cultura política y prácticas ciudadanas, 2008, disponible <http://www.encup.gob.mx/>, consultada el 22 de noviembre de 2011.
- GERBNER, George, Toward 'Cultural Indicators': The Analysis of Mass Mediated Message Systems, *Audio Visual Communication Review*, Washington, D.C., 1969.
- GERBNER, George y SIGNORIELLI, Nancy, *The World According to television*, American Demographics, 1982.
- GERBNER, George. *Against the mainstream: Selected writings of George Gerbner*. New York: Peter Lang, 2002.
- GÓMEZ, Ángel y HUICI, Carmen. Vicarious Intergroup Contact and the role of Authorities in Prejudice Reduction. *The Spanish Journal of Psychology*, 2(1), 103-11, 2008.
- GUTIÉRREZ, Roberto, *Cultura Política y Discriminación*, CONAPRED, México, 2005.
- IGARTUA, Juan José, MUÑIZ, Carlos, OTERO Antonio, CHENG, Lifan. y GÓMEZ, José. Recepción e impacto sociocognitivo de las noticias sobre inmigración. *Revista de Psicología Social*, 23(1), 3-16, 2008.
- INEGI, *Censo Nacional de Población y vivienda*, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI, México 2005.
- LIPPMAN, Walter. *Public Opinion*. Nueva York: Mc Millan, 1922.
- MCCONAHAY, J. B. Modern racism, ambivalence, and the modern racism scale. En J. Dovidio y S. Gaertner (Eds.), *Prejudice, discrimination and racism* (pp.91-125). San Diego: Academic Press, 1986.
- MUÑIZ, Carlos e IGARTUA, Juan José. Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y la televisión española. *ZER*. 16, 87-104, 2004.
- MUÑIZ, Carlos y PEÑA, Melisa. El impacto del consumo de noticias sobre el apoyo a las políticas públicas. En M. Estrada y K. Sáenz (Eds.), *Elecciones, Gobierno y Gobernabilidad* (pp. 127-148). Ciudad de México: IFE, 2010.
- MUÑIZ, Carlos, SERRANO, Francisco, AGUILERA, Rafael y RODRÍGUEZ, Alejandra. Estereotipos mediáticos o sociales. Influencia del

- consumo de televisión en el prejuicio detectado hacia los indígenas mexicanos. *Global Media Journal*, 7(14), 93-113, 2010.
- MUÑOZ, Edgardo. The legal construction of racial discrimination in Mexico: celebrating 200 years of Independence. *Mexican Law Review*, 2, 109-124, 2009.
- NAVARRETE, Federico. *Los Pueblos Indígenas de México*. México: Comisión de Desarrollo de los Pueblos Indígenas, 2008.
- NELSON, Thomas. Policy goals, public rhetoric, and political attitudes. *The Journal of Politics*, 66(2), 581-605, 2004.
- PEDERSEN, Aimie, BEVEN, Jaimie, WALKER, Iain y GRIFFITHS, Brian. Attitudes toward indigenous Australians. The role of empathy and guilt. *Journal of community and applied social psychology*, 2004
- PETIGREW, Thomas y MEERTENS, Roel. Subtle and blatant prejudice in Western Europe. *European Journal of Social Psychology*, 25(1), 57-75, 1995.
- RESTREPO, Eduardo. Políticas de la teoría y dilema en los estudios de las Colombias negras, Colección Política de la alteridad, Universidad del Cauca, 2005.
- RINCÓN, Gilberto. La Cultura de la discriminación. En F. B. Figueroa (Ed.), *Desarrollo con Rostro Humano* (pp. 149-160). Colima: Universidad de Colima, 2002.
- ROCHE, Fabio. (2000). Aproximación al concepto de cultura política. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 22(7), 93-123, 2000.
- ROJAS, Hernando. Comunicación, participación y democracia. *Universitas Humanística*, 62, 109-142, 2006.
- SCHIAPPA, Edward, GREGG, Peter y HEWES, Dean. The Parasocial Contact Hypothesis. *Communication Monographs*, 72(1), 92 -115, 2005.
- TAN Alexis, FUJIOKA Yuki y LUNCHT, Nancy. Native American stereotypes, TV Portrayals, and Personal Contac. *Journalism and Mass Communication Quaterly*, 74(2), 265-284, 1997.
- TREJO, Raúl. La televisión: ¿espejo o detonador de la violencia en la sociedad? En A. Sánchez Vázquez (Ed.), *El Mundo de la Violencia*. Ciudad de México: UNAM y Fondo de Cultura Económica, 1998.



WOLF, Mauro. Los efectos sociales de los media. Barcelona: Paidós, 1994.

