



Universidad Autónoma de Nuevo León  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y  
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



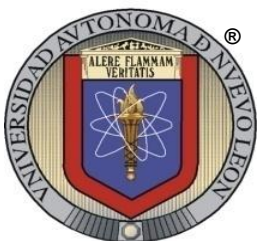
## **TESIS DE MAESTRÍA**

Impacto Mediático sobre el apoyo a las medidas políticas dirigidas hacia indígenas. Evaluación del posicionamiento de la Población mexicana.

**ALMA ROSA SALDIERNA SALAS**

**Director: Dr. Carlos Muñoz Muriel**

**Monterrey, N. L., 2011**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y  
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



MAESTRÍA EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Los integrantes del H. Jurado examinador de la sustentante:

ALMA ROSA SALDIERNA SALAS

Hacemos constar que hemos revisado y aprobado la tesis titulada:

“Impacto Mediático sobre el apoyo a las medidas políticas dirigidas hacia indígenas.  
Evaluación del posicionamiento de la Población mexicana”

FIRMAS DEL HONORABLE JURADO

\_\_\_\_\_

Asesor  
Dr. Carlos Muñoz Muriel

\_\_\_\_\_

Revisor  
Dr. Francisco Ramiro Sánchez García

\_\_\_\_\_

Revisor  
Dra. Karla Eugenia Rodríguez Burgos

Unidad Mederos, Monterrey, Nuevo León, Octubre de 2010

## **AGRADECIMIENTOS**

Este trabajo de tesis no hubiera sido posible, sin el apoyo directo o indirecto de todas las personas que estuvieron conmigo en el camino de su elaboración.

Agradezco al Dr. Carlos Muñiz Muriel, por su apoyo y confianza, por su paciencia y motivación para seguir fomentando mi inquietud con respecto a la investigación y por su dirección en este trabajo. A mis sinodales, el Dr. Francisco Ramiro Sánchez García, a quién ha sido parte de mi vida estudiantil desde la licenciatura, y quién me ha compartido sus conocimientos y experiencias, a la Dra. Karla Eugenia Rodríguez Burgos por la atenta lectura y comentarios a este trabajo.

Gracias a la Dirección de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública, así como también a la Subdirección de Posgrado por todo el apoyo brindado para que finalizara mis estudios de Maestría, sin él, esto no hubiera sido posible.

También, quiero agradecer a mis padres y hermanos, por enseñarme a ser persistente y a trabajar por alcanzar mis objetivos, a mis suegros y cuñadas, por estar siempre conmigo dispuestos a ayudarme.

Y por último, quiero agradecerle a los dos hombres de mi vida: Marco Tulio, mi esposo, por todo su apoyo, comprensión, paciencia, tiempo y palabras de aliento para seguir superándome y desarrollándome como ser humano, por ser mi compañero de batalla y por enseñarme a caminar a su lado, a mi hijo Marco Tulio, por vivir conmigo todo este proceso, desde su gestación y nacimiento, por ser el proyecto más importante de mi vida.

Muchas gracias a todos.

## INDICE GENERAL

<b>Capítulo 1: Marco Teórico</b> _____	10
Los indígenas mexicanos y su discriminación_____	10
El discurso mediático y la formación de estereotipos_____	16
El efecto del consumo de medios: Agenda Setting y la Teoría del Cultivo__	20
Consumo mediático, exposición a programas y actitudes políticas_____	26
<b>Capítulo 2: Hipótesis y Preguntas de Investigación</b> _____	29
<b>Capítulo 3: Metodología</b> _____	31
<b>Capítulo 4: Análisis de resultados</b> _____	35
<b>Capítulo 5: Discusión y conclusiones</b> _____	42
<b>Referencias bibliográficas</b> _____	48
<b>Anexos</b> _____	53

## INTRODUCCIÓN

En México se siguen detectando actitudes más bien discriminatorias hacia las minorías sociales por parte de 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. La discriminación muy a menudo se fundamenta en características adscriptivas, tales como el sexo, la edad, la raza o la etnia. Ésta debe ser entendida como cualquier segregación o minusvaloración que un grupo ejerce sobre otro (Paraella, 2004). Por ello, puede generar desigualdad de posibilidades de acceso al empleo, a servicios de salud, a la educación y, por ende, suele derivar en un alto nivel de pobreza. En lo referente al ámbito laboral, se ha detectado que existe una elevada correlación entre la discriminación racial o étnica y el aumento de las desigualdades socioeconómicas entre grupos dominantes y grupos raciales o étnicos minoritarios (Sauma, 2004,). Una relación que es posible que se produzca también en otros ámbitos de la vida.

Los pueblos indígenas han tenido avances en el reconocimiento de sus derechos a través de la instrumentación de algunas medidas políticas enfocadas hacia estas sociedades originarias. Pero aún no cuentan con las adecuadas medidas políticas que contribuyan a mejorar su calidad de vida. Esta insuficiencia se puede deber a la gran cantidad de comunidades existentes y la posibilidad de atender todas sus necesidades. Sumado a ello, la falta de empatía existente entre la población mexicana con respecto a la comunidad indígena del país, hace muy difícil que se demanden o incluso brinde apoyo a las medidas políticas destinadas a estas minorías. Es por ello que se hace muy necesaria detectar y conocer la mentalidad discriminatoria, a fin de poder trabajar en su transformación mediante la educación y la cultura, a la vez de apoyar a todos los pueblos indígenas en el fortalecimiento de su identidad.

Es importante establecer la relación que se establece entre mayorías y minorías en la sociedad, es decir, la relación que en muchas ocasiones se establece entre dominantes y dominados. Existe un proceso de clasificación de las personas en grupos de acuerdo a sus características étnico-raciales (reales o ficticias, auto-percibidas, siempre construidas socio-culturalmente) y la jerarquización de tales categorías y su enjuiciamiento valorativo en términos positivos y negativos (Miles, 1989). Una clasificación que conlleva la generación de ciertos estereotipos que son asignados a los miembros de un grupo por el simple hecho de pertenecer al mismo. Autores como Seiter (1986) mencionan el importante papel que tienen los medios de comunicación en la generación de estereotipos sobre los grupos minoritarios de los diferentes países. Pero quizá el principal medio en la generación de estas imágenes es la televisión, lo que unido a su alto grado de influencia por las altas audiencias que logra concitar, refleja su rol fundamental en la conformación de los imaginarios sociales en la actualidad.

De acuerdo a Entman (1992), la televisión es el medio que en mayor medida influye en la generación de los estereotipos de las minorías, esto es porque es el que mejor representa la realidad social. Los medios de comunicación pueden ser la clave en la formación de estereotipos raciales, ya que representan a los diversos grupos sociales de forma estereotipada (Dixon 2000) y su consumo frecuente puede ayudar a conformar una interiorización de estereotipos, es decir, conformar creencias estructuradas en la mente de los individuos de manera errónea (J. Shiappa, P. Gregg y Hewes, D.E., 2005). Existen estudios sobre la representación de las minorías sociales no sólo étnicas, sino también religiosas, sexuales, etc. desde los años 70's. Éstos han detectado el alto impacto que puede llegar a tener el consumo de televisión en la formación de estereotipos o rasgos que identifican a esos grupos minoritarios (Busselle y Crandall, 2002). Pero su labor no queda ahí, sino que también puede influir en el apoyo a las políticas públicas.

Por ese motivo, es necesario efectuar un análisis que ayude a esclarecer, en la medida de lo posible, la influencia que tienen los medios de comunicación para la formación de estereotipos indígenas mexicanos y hasta qué punto éstos se presentan en el imaginario social de la población del país. En general, en México no existe una vinculación entre los pueblos indígenas y los formuladores de acciones gubernamentales o medidas políticas. Si a esto se le suma la formación

de un estereotipo negativo transmitido a través de los medios, es posible que aún sean menores los niveles de apoyo hacia estos grupos minoritarios.

México se constituye en una sociedad que aspira a la mayor democratización posible, logrando el bienestar común de la población, así como la igualdad para todos sus miembros, ya pertenezcan a grupos mayoritarios o minoritarios. Es por eso que el apoyo que se ofrezca por los ciudadanos a las medidas políticas enfocadas a indígenas es clave, pues de esta manera se podrá generar que esta minoría mejore su calidad de vida y tenga mayores oportunidades de desarrollo. Pero para ello es necesario que el imaginario social hacia este grupo pueda alejarse de las tradicionales imágenes más o menos estereotipadas y ridiculizantes con que los medios de comunicación, en especial la televisión, tienden a presentar a los indígenas mexicanos. Su influencia en la opinión pública puede generar un sentimiento público hacia las minorías, que a su vez deriva en una influencia en las políticas del gobierno (David, 2008). Si las imágenes son positivas, es de esperar que la población, no sólo apoye, sino que también demande medidas políticas favorables para este colectivo. Pero las imágenes negativas pueden generar, como mínimo, un desinterés ciudadano hacia qué se legisle con respecto a este colectivo.

El presente estudio, pretende conocer la influencia que tienen los medios de comunicación sobre la percepción de la población mexicana mayor de edad con respecto a la población indígena existente en el país. Además, se espera conocer si esta imagen, mediática y social, tiene consecuencias en el aumento o disminución de apoyo a ciertas medidas políticas dirigidas hacia estos grupos. En este sentido, se trabajará con tres posibles políticas, una claramente negativa —expulsión de indígenas del país—, otra positiva —fomentar su desarrollo social y cultural— y otra ambivalente —apoyo a quienes quieran adaptarse y obligar al resto a integrarse—. En este sentido el presente estudio pretende determinar si entre la población mexicana se han formado prejuicios y estereotipos hacia los indígenas, y si estos estereotipos unidos a su grado de consumo de los diferentes medios y exposición a los diversos programas de televisión puede influir en sus decisiones y opiniones de cara a brindar apoyo a las medidas políticas hacia este grupo minoritario constituido por los indígenas mexicanos.

La tesis está conformada por cinco capítulos, donde se abordan los antecedentes teóricos, la metodología y los resultados del análisis empírico. El primer capítulo se dedica a desarrollar el Marco Teórico del estudio, y está dividido en diferentes apartados o epígrafes donde se analizan los antecedentes teóricos necesarios para desarrollar el trabajo. Así, se abordan los datos de la población indígena en el país y el Estado de Nuevo León, donde su presencia ha sufrido un incremento del 197% desde los datos del censo de 2000 hasta el de 2005. En el segundo apartado se explica cómo los medios de comunicación contribuyen a la formación de estereotipos, ya sean positivos o negativos, y cómo éstos generan corrientes de opinión entre sus consumidores. En el caso de la tesis, cómo afectan entre la población mexicana y cómo su efecto puede generar que se brinde apoyo o rechazo a ciertas medidas políticas. El tercer epígrafe se dedica a describir cómo los medios de comunicación tienden a jerarquizar los diferentes problemas sociales y los trasladan a la agenda pública, contribuyendo a que esos temas influyan en los consumidores de medios en mayor medida que los que no han sido tan impactados mediáticamente. El último apartado del marco teórico muestra cómo los medios son diseminadores de democracia, a través de su influencia en las actitudes políticas.

El capítulo segundo de la tesis se centra en presentar la hipótesis sobre la que se trabajó en el estudio, así como las diferentes preguntas de investigación que se pretenden responder con el trabajo empírico. En el capítulo tercero se explica la metodología llevada a cabo para desarrollar la investigación, consistente en una encuesta representativa de la población mexicana. En este capítulo se describe la muestra utilizada, el procedimiento seguido y el instrumento usado como herramienta para la obtención de datos, describiendo cada una de las preguntas del mismo que se encuentra en el Anexo 1. En el capítulo cuarto se aportan los principales resultados obtenidos a partir del trabajo de campo realizado, para exponer en el último capítulo las principales conclusiones generadas a partir de la revisión de los resultados en conjunto con los antecedentes presentados en el capítulo dedicado al marco teórico.



# CAPÍTULO 1

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 Los indígenas mexicanos y su discriminación.

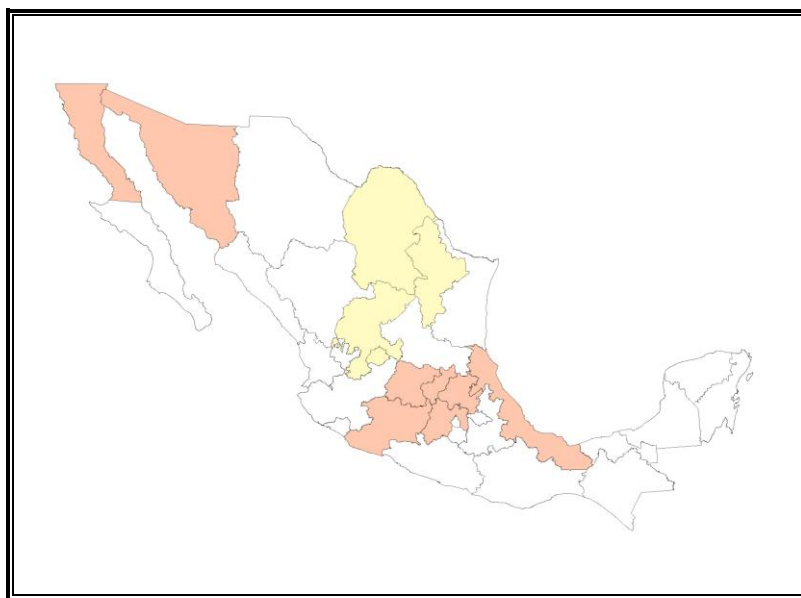
A pesar de que México es un país con gran cantidad de raíces étnicas, esto no ha sido suficiente para tener una imagen prominente de las personas, pueblos y comunidades indígenas que son herederos de un pasado y que esa imagen haya permitido configurar una identidad nacional. De acuerdo al Instituto 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 este sentido, México ocupa el octavo lugar mundial entre los países con mayor cantidad de pueblos indígenas, aunque primero en América Latina. Dentro de su territorio se hablan más de 68 lenguas y más de 34 variantes de acuerdo a la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CDNH, 2010). Estos números reflejan la importancia que ésta población tiene y lo que su presencia debería suponer para el país.

Es importante concretar una definición precisa de quiénes son los indígenas. En este sentido, se ha indicado que son los descendientes de pueblos conquistados y que participaron en el proceso de mestizaje cultural y biológico iniciado desde el siglo XVI (CDI, 2009). Se puede concluir que esta población está presente dentro de la sociedad mexicana y que además involucra aspectos biológicos, lingüísticos, culturales y étnicos. La Comisión Nacional para el Desarrollo de los Indígenas indica que hay poblaciones como Yucatán donde casi el 60% de la población es indígena y en contraste, poblaciones casi extintas como los kikapúes de Coahuila, los cucapá, kumiai, cochimí o paipai de Baja California. Así mismo, hay importantes bolsas de población

indígena para las que la lengua ha dejado de jugar un papel predominante. Por otra parte en el 2006, la población indígena en Aguascalientes, Coahuila, Nuevo León y Zacatecas aumentó en tasas superiores al 10% desde 2000 hasta 2005. Por el contrario, en los Estados de Baja California, Hidalgo, México, Michoacán, Querétaro, Sonora y Veracruz la población indígena disminuyó en tasas de entre el 1% y el 2% dentro de los mismos años (Ver datos en la gráfico 1).

Además, los datos de la Comisión reflejan que el 17.1 % de la población indígena total del país se concentra en grandes ciudades como Monterrey, Cancún y Guadalajara. El caso de Nuevo León, como Estado, supone un punto especial pues presenta la mayor tasa de crecimiento de población indígena dentro de México durante los últimos años (CDI, 2006) (Ver datos en tabla 1). Los resultados preliminares del Censo de Población y Vivienda, reflejan que esa población ha ido creciendo a pasos agigantados en los últimos años, y lleva a Nuevo León a convertirse en uno de los principales estados con mayor migración indígenas ascendiendo ésta a casi 100,000 habitantes, de los cuales 40137 personas mayores de 5 años hablan lengua indígena (INEGI, 2010).

**Gráfico 1.** Tasas de crecimiento de la población indígena en México.



- Entidades con tasas de crecimiento mayor al 10 %
- Entidades con tasas de crecimiento entre 1 y menor a 2 %

*Fuente: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, 2006.*

**Tabla 1. Principales tasas de crecimiento por Estado**

Estado	Población indígena		Tasa de crecimiento
	Año 2000	Año 2005	
Aguascalientes	3,472	6,761	11.7
Coahuila	7,454	13,484	10.4
Nuevo León	30,051	59,174	11.9
Zacatecas	4,039	7,961	11.9

*Fuente: Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI). Censo de Población y Vivienda 2000y 2005.*

Se puede pensar que Nuevo León es un estado sin población indígena. Es un hecho que en Nuevo León las poblaciones nativas han sido definitivamente exterminadas, sin embargo, los indígenas no sólo son un pasado extinguido, son un presente y una realidad nuevoleonesa. La Zona Metropolitana de Monterrey (ZMM) se ha convertido, desde hace por lo menos quince años, en una zona urbana receptora de población indígena (Durin, 2003). De acuerdo a los Censos de Población (INEGI), en Nuevo León la población indígena ha ido acrecentándose, teniendo cada vez una presencia mayor a lo largo de los últimos 20 años. Mientras que en 1990 la población indígena apenas era de 5783 personas, para el censo de población de 2000 este grupo ya era de 30,051 indígenas. De ahí pasó en poco más de cinco años a casi duplicarse, al pasar a ser la población indígena en 2005 un total de 59,174 personas. Este incremento supuso un crecimiento del 197% en tan sólo 5 años, el cual puede deberse a la falta de apoyos que busquen el desarrollo en sus comunidades lo que los hace emigrar a las zonas en las que ellos consideran que pueden tener mejores condiciones de vida. (Ver datos en la tabla 1).

**Tabla 2. Evolución de la Población Indígena en Nuevo León**

Año	Población indígena
1990	5,783
1995	7,043
2000	30,051
2005	59,174
2010	100,000

*Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Nacional de Geografía y Estadística, 2010.*

Las carencias a las que se enfrentan los indígenas en sus lugares de origen es el motivo principal que da lugar a que emigren a las zonas urbanas en busca de mejores oportunidades, enfrentándose a la discriminación y el rechazo. La migración, en especial la rural-urbana, está relacionada con los mecanismos de oferta y demanda de mano de obra, es decir, se da una migración interna que está relacionada con la localización geográfica de las actividades económicas, las formas como éstas se organizan y la demanda de trabajo que generan (Mora, 1997).

En México la visión con respecto a los indígenas es racista, 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 sufren las minorías étnicas en su vida diaria se ve reflejado en la Encuesta Nacional Sobre Discriminación (ENADIS), presentadas por la Secretaria de Desarrollo Social y el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación, presentada por primera vez en 2005, 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.), y 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 de que 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.

Este panorama que se nos muestra abre una ventana de observación sobre una dimensión importante de nuestras representaciones sociales y puede constituir un objeto de análisis que se puede denominar “cultura de la discriminación” (Gutiérrez, 2005). En esta cultura de la discriminación, se concibe la estigmatización de los sujetos que son considerados diferentes, la cual es percibida como constitutiva y auto-limitante del sujeto y evaluada negativamente por quien asume una postura discriminatoria.

El tamaño de la discriminación en México no es fácil de precisar, pero es obvio que los grupos étnicos son los que viven bajo una pesada carga discriminatoria. Inclusive esta cultura se ha desarrollado como normal, es decir, los pueblos y grupos étnicos se ubican en un lugar de la

cultura del menosprecio (Rincón, 2002). Los indígenas enfrentan un esquema de segregación muy claro, pues están separados del poder político, económico y cultural, así como de muchas formas de expresión y de participación en la sociedad. De acuerdo a la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL, 2005), existen cuatro ámbitos en México para hacer frente a la discriminación hacia los indígenas:

*a) Revisión del Marco Jurídico (Ley contra la Discriminación):* En México, con respecto a los indígenas, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, establece en su artículo 2° los derechos de los pueblos y comunidades indígenas, así como las obligaciones de la Federación, los Estados y los municipios para con ellos. Se establece que los indígenas son pluriculturales y que conservan sus instituciones sociales, económicas, así como también, las culturales y políticas. A pesar de que se establezca en la Constitución Política Mexicana los derechos de los indígenas, las medidas políticas que se emplean en apoyo a estas minorías se consideran insuficientes. Es de vital importancia seguir trabajando por el reconocimiento a los indígenas como sujetos de derecho, con personalidad jurídica y representación política, ya que son grupos que presentan gran cantidad de injusticias y necesidades, las cuales son provocadas en mayor medida por la discriminación y prejuicios formados por las mismas instancias generadoras de bienestar social en la ciudadanía del país (Navarrete, 2008).

*b) Revisión y adecuación de programas sociales, sistemas educativos, para garantizar la no exclusión:* Las poblaciones indígenas constituyen un grupo prioritario para la formulación de política de población (Zúñiga, 2000). La forma en que se comportan y las carencias a las que se enfrentan, tales como falta de educación, empleo, acceso a información, servicios de salud, etc. provocan que tengan problemas como fecundidad temprana, elevada mortalidad infantil, desnutrición, etc., ampliando con esto su pobreza y su rezago socioeconómico, de ahí la importancia de la acertada implementación de medidas políticas para su protección y la búsqueda de los apoyos por parte de la población que fomente la inserción de estos grupos minoritarios y dándoles la oportunidad de tener acceso a mejor condición de vida.

*c) Mecanismos para reducir la discriminación en el mercado laboral:* Los pueblos indígenas son vistos bajo el estereotipo de ser ignorantes y estar poco calificados para el entorno laboral actual. Además, sufren de segregación y marginación ocupacional que los orilla a la

pobreza económica, se da una brecha salarial y status ocupacional entre minorías étnicas debido a la discriminación inducida. El denominado “prejuicio de empleadores” (Becker, 1985). En gran medida la discriminación laboral se debe a la falta de capacitación generada por la carencia de accesos a la educación. Los datos reflejan que el grado promedio de educación en la población indígena es de 4.2 años de escolaridad, cuando la media de la población es de 7.6 grados (INEGI, 2006). Ello genera que no sean competitivos laboralmente, además de lo que unido a la ausencia de espacios de producción industrial en las zonas rurales determinan condiciones precarias en las actividades económicas en sus propios territorios (Peredo, 2004), obligándolos a emigrar a zonas urbanas y enfrentándose a la discriminación laboral. Por tanto, una medida para prevenir este círculo es hacer programas de apoyo a la educación enfocadas a estas minorías para que cuenten con mayores herramientas para enfrentarse al mercado laboral y de esta manera eliminar toda posibilidad de discriminación.

*d) Concientización y cambio cultural en la familia:* Es importante replantear en la sociedad la importancia de la figura indígena en México, hay que fomentar el apoyo a estas minorías, que son parte importante del pasado cultural del país y es necesario preservar los usos y tradiciones a la vez de brindarles apoyos para que dejen de lado las condiciones precarias en las que viven, brindarles mayores oportunidades de empleo con lo cual tendrán recursos económicos mayores. Un estudio del Banco Mundial sobre Oportunidades económicas para América Latina (2007) reflejó datos en los que se refleja que el simple hecho de ser indígena es 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. Estos datos muestran cómo la formación de un estereotipo y el no estar conscientes de las necesidades de estas minorías, promueven su marginación. Además es importante promover la eliminación de una cultura discriminatoria que sobrevive en hogares, escuelas y en general en la vida diaria de la población en México.

La cultura discriminatoria se forma a través de varios factores, como lo son el entorno, la educación y uno muy importante: los medios de comunicación, debido a que estos contribuyen a la formación de una educación informal de la vida cotidiana. Los medios de comunicación son omnipresentes y tienen una fuerte influencia de poder en las sociedades contemporáneas (Trejo, 2006), ya que pueden influir de manera directa en la población generando corrientes de opinion y

jeraquizando problemas que considera importantes. En el caso de que muestre una total marginación hacia los indígenas, es probable que promuevan una cultura discriminatoria hacia este grupo minoritario. No olvidemos que los medios de comunicación ocupan una posición estratégica en el proceso de construcción de identidades colectivas.

## **1.2 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), además, han desempeñado 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), refuerzan opiniones generales de la gente y sirven para definir el contenido de estereotipos para su público. Para ello recurren a la presentación y repetición de representaciones coexistentes, el estereotipo, convirtiéndose así en un poderoso instrumento de información (Aparici, 1996). Cuando las imágenes estereotipadas son constantes y repetitivas en el tiempo, éstos pueden llegar a formar un conocimiento común en las personas (Givens y Monahan, 2005).

La población formula inferencias a partir de los discursos mediáticos o de las representaciones que se hagan de un personaje, construye modelos mentales de las situaciones étnicas y los generaliza en unos esquemas de actitud o de prejuicios que integran las opiniones básicas sobre los grupos minoritarios relevantes (VanDijk, 1997). Lippman 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, afirma que son estructuras cognitivas que facilitan el manejo de la información proveniente del mundo exterior, y que éstos son determinados por la cultura del sujeto (Lippman, 1992). Es decir, son ideas más o menos estructuradas en la mente de un sujeto sobre un grupo social (Páez, 2004). Siguiendo a Allende (1997), las características del estereotipo pueden sistematizarse en las siguientes tres:

- A) Anula la complejidad de los orígenes históricos, culturales, religiosos o económicos de un grupo o tipo social concreto.

B) De todas las realidades posibles, elige una simplista y reduccionista, que conduce a una visión maniquea de las relaciones sociales.

C) Opera sobre roles de inferioridad y superioridad, sobre todo en cuanto al género de los individuos (hombre frente a mujer) y su etnia (hombre blanco frente al resto).

La información que presenta un estereotipo puede ser presentada de manera incompleta o errónea a través de los medios (Shiappa et al., 2005), provocando que se genere en el consumidor del medio una imagen distorsionada de la realidad. Los medios desempeñan un papel importante en la formación de cogniciones sociales del público y tienen la capacidad de transmitir información, lo que les permite influir de manera directa en la población formando corrientes de opinión (Abundis, 2007). 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. Esto posibilita la formación de prejuicios excluyentes que pasan a formar parte de la formación de esas deformadas representaciones de la realidad. Cuando las imágenes estereotipadas son constantes y repetitivas en el tiempo pueden llegar a formar un conocimiento común en las personas (Givens y Monahan, 2005).

El estudio de estereotipos en los medios es un modo útil de estudiar el nexo entre imagen e ideología, indica qué se considera típico o característico de un grupo y ofrecen ejemplos concretos y accesibles de la ideología en la práctica (Aparici, 1996). Cuando existen 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 que “si son presentados de manera estereotipada se genera una imagen no real de los individuos, por otra parte se cree que el contacto interpersonal contribuye a que se reduzcan los prejuicios entre los miembros de los grupos mayoritario y minoritario” (Shiappa et al, 2005, p. 92). Debido a que en su labor de generación y transmisión de contenidos, los medios construyen socialmente a realidad elaborando y trasladando a grandes públicos representaciones que generan conocimiento de determinados grupos y, hasta cierto punto un contacto con sus miembros (Roiz, 1994). Esa realidad puede ser construida de una manera errónea y si a una persona se le etiqueta como perteneciente a un grupo étnico con ciertos atributos de carácter negativo, va a ser difícil que se quite esa etiqueta (Tan, Fujioka y Lucht 1997).



Los medios de comunicación realizan una representación o recreación de la realidad a través de sus contenidos de ficción, así como de la composición de los roles que juegan los diferentes grupos dentro de la sociedad. Esta representación mediática de las minorías, como por ejemplo los indígenas de la sociedad mexicana, suele conllevar tintes y aspectos negativos y tiende a ser mucho más prejuiciosa que la de los miembros de la mayoría blanca (Rosique, 2008). La presencia de las minorías en los medios se ha definido encontrándose lo que se llama una *demografía perversa*, que muestra el deterioro de esos grupos minoritarios y atribuyen a los medios (en especial la televisión) un papel importante en la construcción de representaciones mentales de la realidad en las sociedades (Gerbner y Signorelli, 1997), cuántas más horas esté expuesto el individuo a la televisión, mayor será la coincidencia entre la concepción que tiene éste de su entorno y la representación televisiva lo cual puede favorecer el desarrollo de actitudes violentas hacia las minorías.

Los estereotipos que se presentan en los medios de comunicación pueden actuar como generadores de un 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). Además este contacto puede ayudara la formación de actitudes positivas que acerquen a grupos que jamás estarían en contacto directo pero también negativas sobre las personas tomando como referencia la información proporcionada por los medios de comunicación (Shiappa et al., 2005).

El contacto vicario, se puede generar a través de dos vías: manteniendo un contacto entre dos grupos que usan los medios de comunicación y consumen sus contenidos (por ejemplo películas) y la producción o grabación de los grupos en contacto para una situación específica (Gómez y Huici, 2008). Estos últimos autores afirman que estar , expuesto a varias experiencias, actitudes o comportamiento proveniente de otros grupos sociales puede permitir la formación de una imagen colectiva sobre dichos grupos, un contacto a través de los medios que puede generar un nivel de aprendizaje en el público acerca de esos colectivos (Shiappa et al. , 2005; Tan et al., 1997).

Esta evidencia previa lleva a reflexionar hasta qué punto los medios de comunicación mexicanos han contribuido a la transmisión de estereotipos sobre los indígenas, así como

identificar si estos pueden contribuir junto con otros factores de índole socio-demográfica o psico-social, a la generación de actitudes prejuiciosas en la población en México hacia estos grupos minoritarios.

### **1.3 El Efecto del consumo de mediático: teorías de la Agenda- Setting y la Teoría del Cultivo**

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 transmisión y conformación de imágenes o representaciones de determinados colectivos sociales (Muñiz e Igartua, 2004). Si bien dentro de la investigación en ciencias de la comunicación el análisis de los efectos mediáticos es básico (Perse, 2001), también en el seno de la ciencia política hay interés por la investigación de los efectos de los medios en el proceso de formación de la opinión política (Shenk y Hensel, 1987).

Los medios de comunicación son una herramienta para la actividad política (Ricoy, 2006), por lo que su aporte es de vital importancia ya que constituyen un excelente medio de presión para la formulación de asuntos públicos y políticos a través de la información e imágenes que se presenten en sus contenidos. De esta manera, los medios ayudan a generar las bases necesarias para impactar en el apoyo público a las medidas políticas que vayan encaminadas a abordar esos asuntos. Además también determinan las formas de orientación de la atención pública. Es decir, a las medidas políticas y la agenda de temas predominantes que reclaman atención y su discusión pública posterior, la jerarquización de la relevancia de dichos temas y la capacidad de discriminación temática que manifiestan los individuos (Saperas, 1987).

Los medios de comunicación son espacios donde lo público se hace transparente y donde los ciudadanos aprenden los hechos más elementales de la cultura, incluida la cultura democrática: modos de vivir, de relacionarse entre sí, de divertirse, etc. (Pérez, 1994). Por su parte Busselle y Crandall (2002), afirman que los medios además de transmitir y generalizar estereotipos para ciertas minorías, tienen impacto en las consecuencias que dicho conocimiento transmitido va a generar en las políticas públicas, las cuales sirven para mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos, desde los que viven en la zona urbana como los de las zonas rurales.

Parte del quehacer diario del Estado es tratar de mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos, desde los que viven en la zona urbana hasta los de las zonas rurales. Para ello, la aprobación de diferentes medidas políticas y políticas públicas se convierte en la mejor herramienta a la mano de los gobernantes. La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en su artículo 2º los derechos de los pueblos y comunidades indígenas, así como las obligaciones de la Federación, los Estados y los municipios para con ellos. En su texto reconoce expresamente que el país tiene una “composición pluricultural”, que viene sustentada en los pueblos y comunidades indígenas que existen dentro de la nación. Asimismo, señala que los indígenas son “aquellos que descienden de poblaciones que habitaban en el territorio actual del país al iniciarse la colonización y que conservan sus propias instituciones sociales, económicas, culturales y políticas, o parte de ellas”. A partir del reconocimiento de las carencias y rezagos que afectan a los pueblos y comunidades indígenas, la Constitución obliga a las autoridades del país a, entre otras actividades, “impulsar el desarrollo regional de las zonas indígenas con el propósito de fortalecer las economías locales y mejorar las condiciones de vida de sus pueblos, mediante acciones coordinadas entre los tres órdenes de gobierno”.

A pesar de este reconocimiento tan concreto dado por el máximo texto de la nación, las medidas políticas que se emplean en apoyo a estas minorías se consideran insuficientes. Es de vital importancia seguir trabajando por el reconocimiento a los indígenas como sujetos de derecho, con personalidad jurídica y representación política, ya que son grupos que presentan gran cantidad de injusticias y necesidades. Muchas de las cuales son provocadas en mayor medida por la discriminación y prejuicios formados por las mismas instancias generadoras de bienestar social en la ciudadanía del país (Navarrete, 2008). Las poblaciones indígenas constituyen un grupo prioritario para la formulación de política de población (Zúñiga, 2000). La forma en que se comportan y las carencias a las que se enfrentan, tales como falta de educación, empleo, acceso a información, servicios de salud, etc. provocan que tengan problemas como fecundidad temprana, elevada mortalidad infantil, desnutrición, etc., ampliando con esto su pobreza y su rezago socioeconómico, de ahí la importancia de la acertada implementación de medidas políticas para su protección y la búsqueda de los apoyos por parte de la población.

En la búsqueda de apoyos a las medidas políticas, los medios de comunicación pueden jugar un papel muy importante pues a través de ellos se puede hacer llegar a la población

información sobre los problemas existentes que influye en su apoyo o rechazo a las medidas que se propongan para erradicarlos. En este sentido, en su trabajo Cohen (1963) mencionaba que “los medios de comunicación tienen la capacidad de estructurar y organizar la opinión del mundo (p. 12). El autor señalaba igualmente que la prensa, lo que se puede extender en la actualidad al resto de medios, tiene un escaso éxito al intentar hacer a la población pensar de determinada manera sobre los asuntos, pero es muy eficaz a la hora de promover opiniones públicas sobre los temas más o menos importantes. Ya en su trabajo Lippman (1922) hablaba desde principios de siglo XX de este importante efecto de los medios. El autor afirmaba que los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en la población. Ello debido a que el mundo es muy grande y los acontecimientos que en él ocurren son muchos como para que la población pueda acceder de primera mano a toda la información que diariamente se genera. En este contexto de imposibilidad de acceso a las fuentes, los medios de comunicación establecen un puente dando a conocer lo que ocurre en el mundo real, aunque siempre con el riesgo para el público de que se reproduzca un mundo distinto al real (Lippman, 1922). Esta capacidad de estructurar el conocimiento de la audiencia y hacerlo cambiar se le ha denominado como la función de establecer la agenda o *Agenda-Setting*.

Maxwell McCombs es considerado como el padre de la teoría del establecimiento de la agenda, o *Agenda-Setting*, a partir de su línea de investigación generada en los 60's junto a Donald Shaw (1972). Los estudios desarrollados desde este acercamiento teórico se centran en el impacto que en el largo plazo tienen los mensajes que los medios de comunicación, especialmente los provenientes del mundo político sobre las audiencias. Este concepto del establecimiento de la agenda se estudió principalmente en el contexto tradicional de la comunicación de masas y el comportamiento del votante durante los procesos electorales. Es decir, aborda cómo los medios pueden transferir en sus noticias la relevancia de un asunto o tema, generando una agenda de temas que se transfiere a la de la sociedad en forma de agenda pública. A través de su práctica diaria de la estructuración de la realidad social y política, los medios informativos influyen en la relevancia percibida de ciertos asuntos o eventos, alrededor de los cuales se organizan las campañas políticas y las decisiones de los votantes (McCombs y Shaw, 1972). De esta manera, los medios pueden contribuir a la generación de apoyos a las medidas políticas, al abordar un asunto como importante y relevante para la sociedad y

necesitado, por tanto, de una respuesta por parte de los gobernantes. También proporciona una explicación a la formación de la opinión pública acerca de los asuntos más relevantes para cada sociedad y de por qué determinados temas inducen a adoptar acciones políticas (Dearing y Roger, 1996).

Para Navarrete (2008), la agenda-setting es una teoría de efectos en la cual se pensaba que los medios tenían como objeto lograr un efecto generalizado sobre las masas, sin tener en cuenta ni el contexto ni sus criterios. Es decir, en esta teoría el público se entendió inicialmente como un ente inerte que recibe mensajes y los asume sin análisis ni cuestionamiento. El medio no decide por el público sobre que opinar, pero si decide cuáles van a estar en la opinión pública (agenda). Las consecuencias de esos efectos pueden ser de largo alcance, especialmente cuando se está en la búsqueda de apoyos a las medidas políticas. Los medios de comunicación juegan un papel muy importante ya que es por medio de ellos como se llega a la población y es dónde puede obtener información con respecto a esas medidas y generando de esta manera un apoyo o rechazo a una medida política. Por lo tanto, de acuerdo a la teoría de la agenda-setting, los medios deciden lo que se va a presentar, entonces, si para ellos no es importante dar a conocer los proyectos de apoyos y mejoras a las condiciones de vida de los indígenas, los consumidores mediáticos no se enterarán de las necesidades de esos grupos minoritarios.

Si bien los medios pueden establecer la agenda de los problemas y situaciones que se van a presentar en la televisión (*Agenda-setting*), existe también la tendencia a presentar contenidos que fomenten patrones de formas de pensar en los espectadores, desde la *Teoría del Cultivo*, se plantea que la televisión cultiva percepciones y concepciones de los grupos los grupos minoritarios (Gerbner, 2002), es decir, impone maneras de pensar sobre ciertos asuntos. Esto puede contribuir a reforzar estereotipos mostrados en los programas de televisión, lo cual indica que si se presenta a un indígena mostrando comportamiento no adecuado. Ello podría reforzar en la audiencia el rechazo y minusvalorarlos al ser malas personas. Por ello, se plantea la hipótesis de que si la información que se presenta en los medios está distorsionada, ello repercutirá reforzando estereotipos o imágenes desvirtuadas de los indígenas.

La *Teoría del Cultivo*, fue generada 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, 1979) y en su planteamiento el autor habla de las tres B's: *Blurring*: hacer borrosas las distinciones entre personas basadas en aspectos políticos, culturales, etc.; *Blending*: mezclar o combinar actitudes y *Bendind*: dirigir las concepciones sociales hacia la corriente principal ya sea política o económica de la televisión y sus clientes (p. 177-196), lo cual pone en evidencia que los contenidos mostrados en televisión presentan de manera distorsionada la realidad, la oculta y promueve tendencias en la ciudadanía. Además afirma que la televisión aumenta la desaprobación hacia minorías presentadas en la televisión (Gerbner, 1982).

El enfoque del cultivo ve a la televisión como un factor de socialización debido a que los ciudadanos se basan en sus contenidos para generar su experiencia y de esa manera formarse una percepción de la realidad a través de los mensajes presentados por este medio de comunicación (Rossman y Brosius, 2004). Además, Gerbner planteó que la televisión presenta contenidos de manera homogénea en todos los programas de televisión, por lo que no importa que los consumidores sean selectivos en su consumo, pues el mensaje siempre encontrará la forma de llegar a los consumidores. El proceso del cultivo implica que el individuo se base en patrones que son repetitivos que 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) afirma que la mayoría de lo que sabemos no lo hemos experimentado por nosotros mismos, sino que lo conocemos por los medios de comunicación. 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) analiza el modelo de la teoría 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.

Pero no todos los medios de comunicación, como la radio, la prensa, la televisión, las revistas o el internet, influyen de la misma manera ni demandan del receptor la misma serie de cualidades. Los individuos son los que deciden cómo y por qué usan determinados medios, forman parte activa del proceso comunicativo, según sea su contexto y trasfondo individual, actitudes y acciones (Wanta, 1997). Por ello, es posible que los patrones de consumo mediático tengan mucho que ver en la posible percepción de importancia de los asuntos públicos, pero también en el apoyo a las diferentes medias políticas propuestas para resolverlos. Por ejemplo, en la televisión predomina la inmediatez, los temas ocupan un periodo breve de tiempo en oposición con la prensa que los temas aparecen mayor periodo de días. Esto hace que la prensa predomine sobre la televisión (Mackuen, 1984), lo que provoca un efecto más directo en la opinión pública. Por su parte Hoffsteter (1976), afirma que la televisión no profundiza en los temas que presenta, pero sí cuenta con mayor ventaja de influencia al tener mayor número de seguidores. Los medios de comunicación presentan de manera simplificada la información, y lo que se presenta en ellos, puede darnos la idea de lo que la sociedad vive, su problemática; pero, si esa información ofrecida llega a ser la guía de comportamiento de los consumidores mediáticos, y es una información desvirtuada y condicionada a intereses particulares, representaría un serio problema, ya que los consumidores estarían a la merced de lo que los dueños de los medios y los generadores de las agendas políticas deseen conseguir.

#### **1.4 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). Además de ello, ayudan a la conformación de democracias más estables al entablar relaciones entre el sector político y la sociedad (Avery, 2009), contribuyendo de esta manera a la formación de un criterio, actitud y cultura política de los individuos (Avery, 2009; Capella y Jamieson, 1997; Rojas, 2006; Schreiber y García (2004). Pero no nada más los medios de

comunicación contribuyen a dicha conformación, sino que también influyen la socialización que se tiene desde la infancia, adolescencia y juventud y la interacción con diversos agentes como la familia, los amigos (Cullinford, 1992).

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), que reporta datos sobre poblaciones mayores de 18 y la encuesta Nacional de Juventud 2005, creada por el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJ). Esta encuesta mostró en sus resultados que el 44.1% de la población tiene un total desinterés por la política, mientras que el 39.8% muestra un poco de interés en esos temas, indicando que se debe principalmente a la desconfianza que tienen en los políticos (38.8%). Además, para el caso de Nuevo León, el 56.2% de los jóvenes sólo entienden la participación política como electores, un 43.1% piensa que la mejor manera de participar en cuestiones políticas es votando y cerca del 50% de la población juvenil del estado no piensa participar en la política electoral. Estos resultados demuestran la total apatía y falta de interés por votar y formar parte del círculo de tomadores de decisiones para el bienestar colectivo, un sistema democrático requiere la participación de los ciudadanos, así como la existencia de actitudes y conductas que lo sustenten y legitimen (González et al., 2005).

Tomando en cuenta la influencia del consumo de medios, Nateras (2007) realizó un estudio en el que analizó a alumnos de primaria y secundaria de escuelas públicas y particulares de la Ciudad de México encontrando que la exposición a información política a través de los medios es del 49.3% por parte de este segmento de la población. Además sólo un 10% de la muestra mostraba alto grado de consumo de información política demostrando que la población juvenil no tenía ningún interés en cuestiones políticas, pero sin mostrar la relación que existe entre consumo informativo e interés hacia política o apoyos a medidas políticas. Es por ello que el presente estudio pretende identificar esa relación entre consumo informativo de medios y el apoyo a medidas políticas destinadas a los indígenas, es decir, cómo los medios de comunicación influyen en la formación de un estereotipo sobre los indígenas y que éste derive en apoyo o no a medidas políticas destinadas a este grupo minoritario.



Para que se genere este apoyo a medidas políticas, es importante que se genere una actitud política o comportamiento político, el cual tiene dos niveles: uno macro y otro micro. El primero se refiere a la historia colectiva del sistema político y el segundo está formado por todas las experiencias personales de los individuos (Perschard, 2000), el cual se puede formar a través de lo recibido por los medios de comunicación. Dicha actitud 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, menos expuestas a coyunturas específicas por las que atraviesa la sociedad y marca la diferencia entre *actitud política* (componente de la cultura política) 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).

Las actitudes políticas, forman parte de la cultura política del ciudadano mexicano y han constituido el conjunto de actitudes compartidas hacia lo público y el Estado. Han evolucionado desde un modelo “paternalista” hacia uno más bien participantes y asociativo (Almond y Verba, 1989), lo cual nos indica una madurez democrática en las relaciones habituales entre el ciudadano y la conducción del Estado así como la representación y mediación política. Si bien hay cierta apatía por parte de la población en general, también existe una pequeña parte que busca la participación cívica que es un escalon hacia la cultura democrática. El presente estudio pretende identificar esa relación entre consumo informativo de medios y el apoyo a medidas políticas, es decir, cómo el consumo de los medios de comunicación influye en la formación de un estereotipo sobre los indígenas y de que forma indirecta, si éste genera que se dé o no apoyo a ciertas medidas políticas destinadas a este grupo minoritario.

## CAPÍTULO 2

# 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 hasta qué punto 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 verá reflejada en el apoyo a las políticas relativas a las condiciones de las comunidades indígenas. Por ello se plantea la hipótesis principal de la investigación y las secundarias que de ella derivan:

*HI1: El nivel o grado de consumo de Medios de Comunicación guarda relación con el apoyo a Medidas Políticas enfocadas a indígenas.*

*HI1a: Una mayor exposición a series y películas televisivas genera un incremento del apoyo a medidas políticas de asimilación.*

*HI1b: Una mayor exposición a telenovelas promueve un mayor apoyo a medidas políticas segregacionistas.*

*HI1c: El consumo de prensa escrita influye en el apoyo a Medidas Políticas enfocadas a indígenas.*

Como se ha mencionado anteriormente, los medios de comunicación pueden ser la clave para la formación de estereotipos (Dixon, 2000). Además, esa presentación de estereotipos a través de los programas de ficción pueden ser la clave para la formación de estereotipos (Busselle y Crandall, 2002), lo cual puede contribuir al apoyo a medidas políticas. Sumado a esta representación de personajes con ciertos rasgos y en determinados roles, la forma en que los medios abordan las temáticas sobre minorías en sus noticias, puede provocar que se generen actitudes políticas no del todo adecuadas que sigan promoviendo la desigualdad de oportunidades en la población. Ello contribuye de manera negativa en el apoyo a las medidas políticas propuestas por el gobierno pero también es posible el efecto inverso, donde los medios al presentar de los temas relacionados con indígenas contribuyan a que la población descubra lo vulnerable de ese segmento de la población y apoye positivamente las medidas políticas.

Por ello es importante conocer la influencia que tienen los estereotipos que se presentan en los medios de comunicación, ya que contribuyen a la generación de idearios sobre los grupos minoritarios y es posible que afecte al apoyo a ciertas medidas políticas. Con esta investigación, también se puede dar respuesta a las siguientes preguntas:

PI1: *¿El mantenimiento de estereotipos negativos y/o positivos influye en el apoyo a las medidas políticas hacia indígenas?*

PI2: *¿El contacto directo con los indígenas contribuye de alguna manera a aumentar el apoyo a las medidas políticas hacia indígenas?*

PI3: *¿ Un nivel alto de racismo impacta de manera negativa en el apoyo a medidas políticas hacia indígenas?.*

## **CAPÍTULO 3**

# **MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

Para la realización del estudio, se desarrolló una encuesta representativa de la población mexicana, aplicando un cuestionario creado a tal efecto (Ver anexo). El estudio se realizó en el marco 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) y dirigido por el Dr. Carlos Muñiz.

### **3.1 Muestra y procedimiento:**

Para tener los datos totales de la población de México, se recurrió a las Proyecciones de Población que hace la Comisión Nacional de Población (CONAPO) del año 2007, centrándose en mayores de 18 años y divididos por zonas. Es decir, 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.

El cuestionario se aplicó vía telefónica, para ello primero se utilizaron datos de la Comisión Nacional de Población (CONAPO, 2007). Además se verificó por medio de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), la densidad de líneas telefónicas residenciales por cada 100 habitantes, para de esta manera identificar los hogares que contaran con línea telefónica y con ciudadanos mayores de 18 años a quienes poder aplicar la encuesta. 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, para detectar la posible relación entre variables y el grado de explicación existente en la relación consumo de medios y apoyo a medidas políticas dirigidas a indígenas.

### **3.2. Instrumento**

A fin de llevar a cabo la investigación planificada, se elaboró un cuestionario que constaba de diversas partes conformadas de la siguiente manera:

#### ***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.* Se preguntó de manera abierta a los participantes la 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, que implicaba visionar de 5 horas y media a 6 horas.

*Exposición de contenidos y programas mediáticos.* También se evaluó el grado de exposición a determinados programas de la televisión, preguntando de forma separada por el consumo de telediarios, telenovelas, series o películas, programas de entretenimiento y/o diversión y programación infantil. Para ello 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:***

Con estas variables, se busca definir que otros factores contribuyen a la relación que se da entre la variable dependiente (apoyo a medidas políticas) y el consumo de medios. En el caso de este estudio se consideraron las siguientes:

*Aspectos socio-demográficos.* Se busca conocer el 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.* Se preguntó por el 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. También se preguntó por el número o cantidad de libros leídos por el participante en un año.

*Estereotipos 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). Para ello, se usó como herramienta la misma escala utilizada por Navas y Cuadrado ( 2003) compuesta por 13 reactivos, utilizando una escala tipo Likert para su medición que oscilaba entre nada (1) y bastante (5). En cuanto a los

*estereotipos 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 *estereotipos 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. Para su desarrollo 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). 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. Para ello, se utilizó en parte la escala elaborada por Igartua, Muñiz, Otero, Cheng y Gómez (2008) para el estudio del contacto con inmigrantes en España. En esta escala 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.

*Autopercepción como indígena.* Por último, se preguntó a los participantes si se consideraban a sí mismos indígenas. Para ello, debían responder a una de las opciones dadas, que eran sí (1), no (0) o no sabe o no contesta (99).

## CAPÍTULO 4

### ANÁLISIS DE RESULTADOS

#### 4.1 Validación de escalas e indicadores

A fin de validar los indicadores que se utilizaron en el estudio, se realizó un análisis de fiabilidad de escalas para identificar si estaban bien construidas, esto es, si explicaban bien el concepto o constructo que se deseaba medir. Para ello, se analizó en primer lugar la escala de contacto, constituida por aquellos ítems que servían para medir si han tenido o tienen una relación directa con algún indígena. En primer lugar, se procedió a calcular el valor de la prueba Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), que permite evaluar la idoneidad de los elementos para la realización de un análisis factorial con ellos. En este caso, la prueba arrojó un valor  $KMO = .81$  ( $p < .001$ ), lo cual indica que los reactivos utilizados son muy adecuados para realizar la prueba estadística. Es decir, las seis variables relacionadas para medir el contacto con indígenas son aceptables 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. De igual manera se hizo con respecto a la escala que midió la religiosidad, teniendo como valor un alfa de .73, lo cual nos confirma que el instrumento era confiable.

Con respecto a la escala del racismo, se calculó su consistencia interna pero el valor de alfa fue muy pequeño, por lo cual se procedió a eliminar los 4 factores que afectan la escala, con las variables resultantes se calculó un análisis factorial que arrojó un valor KMO de .84 ( $p < .001$ ) que consiguió 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. Se



realizó el mismo análisis y en este sentido se calculó el Kaiser-Meyer Olkin (KMO), para de esta manera poder determinar si los elementos de la escala eran adecuados. Se obtuvo un valor de  $KMO = .82$  ( $p < .001$ ), lo cual indica que los factores pueden ser realizados en un análisis factorial.

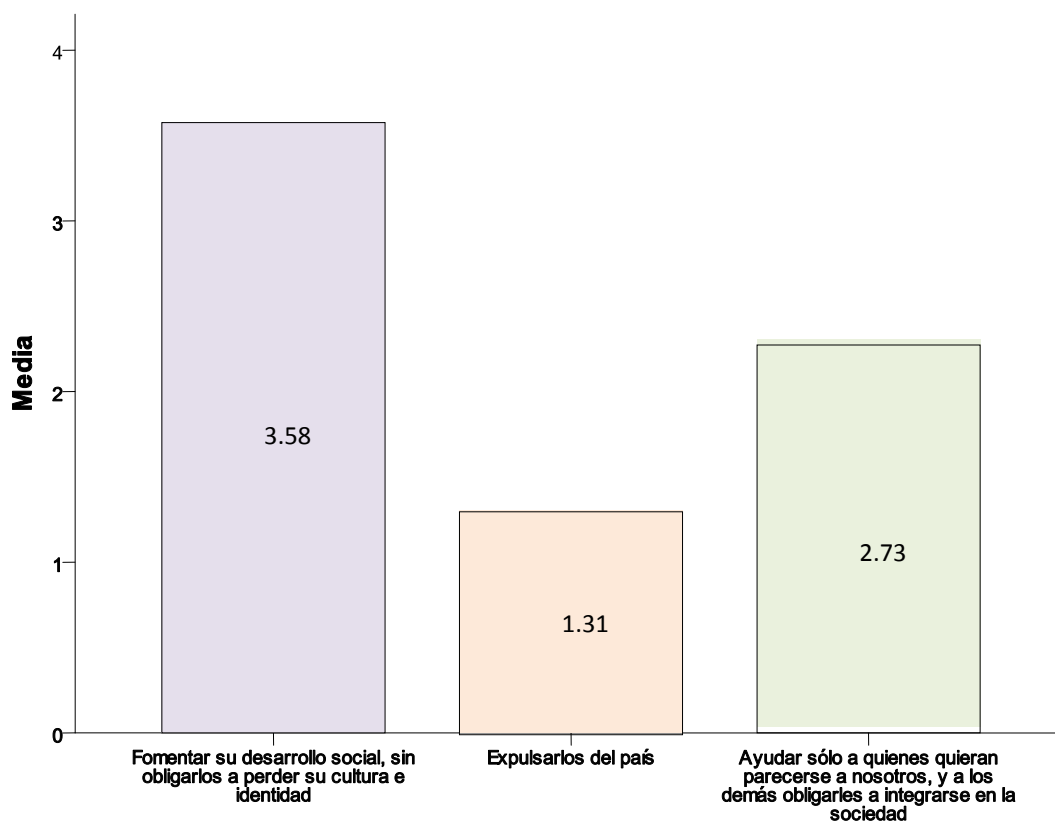
Por otra parte, la escala utilizada para medir los estereotipos percibidos de los indígenas tuvo un valor de  $KMO = .79$  ( $p < .001$ ) consiguiendo explicar un 43% de la varianza, lo cual indica que los ítems de la escala podrían ser los adecuados. Para verificar este aspecto, se realizó un análisis 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  $KMO = .80$  ( $p < .001$ ). El análisis factorial arrojó dos grupos o factores que explicaban el 58 % de la varianza. Uno conformaba el estereotipo positivo: (buenos, agradecidos, amistosos, trabajadores, religiosos, inteligentes), mientras que el estereotipo negativo quedó conformado por cuatro rasgos (agresivo, desleal, injusto y traicionero). A fin de confirmar la unidimensionalidad de las escalas, 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.

## **4.2. Apoyo a Medidas Políticas**

Al realizar un análisis descriptivo de las variables y escalas utilizadas en el instrumento de medición, se pudieron captar características que pueden definir la manera de pensar de los sujetos investigados. Al respecto, de las variables que buscaban medir el grado de apoyo brindado a medidas políticas por parte de los participantes (ver gráfico 2), se observan diferencias de apoyo en función de la medida propuesta. Con respecto a la medida que proponía “fomentar su desarrollo social, sin obligarlos a perder su cultura”, se observó el mayor nivel de aceptación en la muestra ( $M = 3.58$   $DE = 1.28$ ). Así, esta medida fue la que mayor inquietud representó en la población mexicana. Ello significa que en realidad la mayor parte de los mexicanos apoyan

promover una mejor calidad de vida para los indígenas buscando su integración, que implica conservar su identidad la cual es importante para seguir manteniendo la cultura y parte de tradiciones de nuestro país, más allá de apoyos a la asimilación que implica perderla.

**Gráfico 2: Apoyo a Medidas Políticas.**



También se puede observar que una importante parte de la población de nuestro país, aunque menor, piensa que se debe ayudar únicamente a los que quieran parecerse a los mexicanos no indígenas, aceptando que se obligue a los demás a integrarse a la sociedad ( $M = 2.27$   $DE = 1.34$ ). Lo cual podría generar conflictos a la hora de tomar decisiones y muestra el alto desconocimiento que se tienen con respecto a las comunidades indígenas. Ello se puede sumar al hecho de que en la pregunta que se refiere a expulsarlos del país se tiene una media de 1.31 ( $DE = .809$ ). Con estos datos podemos ver que un 50% de la población tiene la inquietud de apoyarlos y el otro 50% no los quiere apoyar, en más, desea ocultar las personas que pertenecen a comunidades indígenas.

#### 4.2.1 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 con un  $F(5,985) = 17.82, p < .001$ . (Ver tabla no. 3).

**Tabla No. 3.** Apoyo al fomento del desarrollo social sin pérdida de su cultura e identidad.

Variable Predictora	<i>B</i>	<i>E.T.</i>	$\beta$
<b>Variables de control</b>			
Escolaridad	.091	.019	.160 <sup>***</sup>
Edad	.051	.015	.108 <sup>***</sup>
Plática sobre indígenas	.102	.039	.081 <sup>***</sup>
<b>Variables Independientes</b>			
Telenovelas	-.113	.042	-.086 <sup>**</sup>
Serie o Películas en Televisión	.088	.037	.076 <sup>*</sup>

*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 desarrollo social de los indígenas, mientras que el consumo de series o películas en televisión influye aunque en un nivel menor ( $\beta = .076, p < .05$ ) y por otro lado las telenovelas influyen de manera negativa ( $\beta = -.086, p < .01$ ). Con estos resultados podemos 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.

#### 4.2.2. 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 4).

**Tabla No. 4.** Apoyo a la expulsión de los indígenas del país.

Variable Predictora	<i>B</i>	<i>E.T.</i>	$\beta$
<b>VARIABLES DE CONTROL</b>			
Escolaridad	-.023	.011	-.070*
Estereotipos negativo	.076	.021	.117***
Relación (Contacto)	.159	.036	.144***
<b>VARIABLES INDEPENDIENTES</b>			
Serie 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 sería 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.

#### 4.2.3. Apoyo para los que quieran asimilarse.

El tercer ítem 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 5).

**Tabla No. 5.** Apoyo para los que quieren asimilarse.

<b>Variabales predictoras</b>	<b>B</b>	<b>E.T.</b>	<b><math>\beta</math></b>
<b>Variabales de control</b>			
Escolaridad	-.070	.018	-.118***
Estereotipos negativo	.081	.035	.071**
Sexo	-.173	.079	-.067**
Relación (Contacto)	.502	.063	.255***
Religiosidad	.124	.040	.097**
<b>Variabales Independientes</b>			
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 identificar 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 negativo es reforzado por la presencia en los individuos del predominio de un estereotipo negativo ( $\beta = .071$ ,  $p < .01$ ), que hace que se les desprecie aún más por ser percibidos como agresivos, desleales, injustos y traicioneros. Asimismo, se puede ver que la religiosidad también influye de forma significativa ( $\beta = .097$ ,  $p < .01$ ). Es decir, que el que las personas tengan alguna creencia religiosa o profesen alguna fe, prácticas que fomentan la igualdad y el promover el bienestar y amor al prójimo, esto no se ve reflejado en su trato hacia los indígenas ya no que no ayudan a promover el apoyo hacia esta minoría. Por otro lado, el consumo de series o películas en televisión influye de manera negativa ( $\beta = -.077$ ,  $p < .01$ ), esto es, entre más consumo de estos contenidos menos apoyo existe a los que quieren asimilarse.

## CAPÍTULO 5

### 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 principal 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 la política integracionista: *fomentar el apoyo a su desarrollo social*. Ello concuerda con la *teoría del establecimiento de la agenda*, que afirma que los medios contribuyen a la generación de apoyos a medidas políticas (McCombs y Shaw, 1972), pero éste apoyo no es tan fuerte como se podía esperar.

La debilidad en el apoyo podría deberse a los anuncios de gobierno o de instituciones gubernamentales y no gubernamentales que promueven la mejora de la calidad de vida de los indígenas en México mensaje que no ha sido totalmente difundido a los consumidores de los medios. Esto es, sí tienen el mensaje que les proporciona información y conocimiento sobre la situación a la que se presentan los indígenas, pero no ha sido el suficiente como para provocar la movilización en el grueso de la población para que se apoye a medidas beneficiosas para esta minoría. Esto indica que tal vez es necesario establecer otros mecanismos de transmisión de la información que promuevan la participación de la ciudadanía en la contribución de la mejoría de los indígenas que vengán a reforzar lo presentado en los medios de comunicación.

Con respecto a las hipótesis derivadas de la principal, que afirmaba que *Una mayor exposición a series y películas televisivas genera un incremento del apoyo a medidas políticas de asimilación*, se confirmó que existe una relación positiva con respecto al fomento al desarrollo. Es decir, los individuos que consumen mayor cantidad de contenidos presentados en las series y en las películas en la televisión perciben las necesidades de los indígenas y están interesados en mejorar sus condiciones de vida y brindarles las oportunidades para mejorar. Ello pareciera mostrar que en este tipo de programas se está presentando la información adecuada con respecto a este grupo minoritario, pero en realidad no es así, no se está promoviendo el beneficio de este segmento de la población, por el contrario, lo que se busca es que ellos se mimeticen y dejen de lado sus tradiciones y cultura para de esta forma ya no ser minoría, con lo cual se irían desapareciendo poco a poco hasta desaparecer, lo cual es algo grave, al ser México un país de matices culturales en abundancia debido a esos orígenes indígenas.

Por otro lado, no encontré una evidencia significativa que probara que *una mayor exposición a telenovelas promueve un mayor apoyo a medidas políticas segregacionista*. Sin embargo, se descubrió que lo que más impacta en el mantenimiento de un sentimiento de apoyo a esas medidas segregacionistas es el contacto directo con los grupos minoritarios, así como un sentimiento fuerte de racismo. Por ello, también se da respuesta a la primera pregunta de investigación, que planteaba si *¿la formación y mantenimiento de estereotipos negativo y/o positivo, influyen 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 que afirma que la televisión contribuye a concebir estereotipos de los grupos minoritarios (2002). Ello abonaría la idea de que es posible que los medios estén presentando de manera negativa a los indígenas lo que generaría en los individuos un rechazo a todo lo que se relacione con ellos, llegando a discriminarlos. Al formarse esta cultura de discriminación se sigue provocando la desigualdad de los indígenas, cultivando entre la población desprecio que desemboca en el fomento del sentimiento que lleva a minusvalorarlos e incluso ignorarlos.

Con respecto a la segunda 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 contrario a lo que se pudiera pensar que un mayor contacto y sin ninguna barrera o imagen que distorsione la realidad de los indígenas en México, contribuyera a un mejor conocimiento de los indígenas y de ahí el interés en querer apoyarlos y ayudarlos. Por el contrario, son estas personas quienes quieren eliminarlos del país, deshacerse de ellos. Este resultado parece contradecir la *teoría del contacto*, que afirma que un contacto interpersonal contribuye a reducir prejuicios entre grupos mayoritarios y minoritarios (Schiappa *et al.*, (2005), ello podría ser el resultado de 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.

Ya en 1830 Mora mencionaba que *“los indios son sólo restos de la antigua población mexicana”*. 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). El carecer de rasgos indígenas podía implicar a la clase dominante, un sentimiento de superioridad que puede ser que prevalezca y lleve a que, a pesar de tener contacto directo con este grupo minoritario, se sienta que ellos no merecen convivir en el entorno de la población. Se mantiene un sentimiento de superioridad entre los individuos que, debido al mismo proceso de mestizaje han ido perdiendo características físicas similares a las de los grupos étnicos que viven en México y ese sentimiento puede verse reforzado por lo que se presentan en los medios de comunicación contribuyendo a que se consolide el sentimiento de subordinación de ese grupo minoritario (Muñiz, Serrano, Aguilera, 2010, p. 96).



Como quiera, este resultado da la pauta para realizar una investigación más profunda a fin de identificar a qué se debe que a pesar de convivir con indígenas no desarrollen una empatía a ellos, lo cual puede ser debido a la existencia de un estereotipo que como se mencionó anteriormente se ha iniciado desde la conquista y ha sido una sombra que persigue a los grupos indígenas. Resulta asombroso este resultado obtenido en el estudio. Si bien, existe evidencia de que los medios contribuyen de alguna manera a fomentar el apoyo a medidas políticas enfocada hacia los indígenas, fue realmente perturbador encontrar la relación que tienen los contenidos de la televisión, y la nula presencia de relación con respecto a la prensa escrita. 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 correr el modelo, 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 aseveración: *El consumo de prensa escrita influye en el apoyo a Medidas Políticas enfocadas a indígenas*, no es aceptada, no existe evidencia estadística para hacerlo. Este resultado también puede dar la pauta a realizar una futura investigación al respecto, ya que es carente en este tema, dicha investigación podría ser por medio de análisis de los contenidos presentados en la prensa escrita para determinar el motivo de dicha situación, tal vez el fenómeno que se está presentando es que los indígenas no tienen presencia en la prensa escrita.

Por otro lado, podría pensarse que el tener contacto con personas indígenas sería determinante para que suceda un total apoyo. Por el contrario, se encontró evidencia de que el tener relación con ello, aleja la idea de querer apoyarlos, por el contrario, este contacto influye de manera negativa en la generación de ese apoyo. Ello contradice lo afirmado por Schiappa et al (2005), quienes encontraron que un contacto interpersonal sirve para reducir los prejuicios negativos (p. 62). Este resultado muestra la falta de tolerancia y compromiso social que tiene la sociedad mexicana, que tal vez radica en la falta de educación al respecto, la falta de promoción por parte de las instituciones gubernamentales y no gubernamentales en educar a la población en ser más conscientes de las necesidades de todos los connacionales, sin importar si es un grupo indígena o es otro grupo minoritario como discapacitados o ciudadanos con preferencias sexuales diferentes. También podría deberse a que los programas televisivos establecidos están forzando a la sociedad a aceptar a esas minorías dentro de la cambiante vida política y económica del país y

al no estar los indígenas interesados en cambiar ciertos usos y costumbres provoca el choque de intereses. El proceso de integración de esas minorías al ámbito de las políticas públicas se debe realizar respetando su idiosincrasia, creencias y costumbres, pero también permitiéndoles participar, pues muchas de las medidas políticas enfocadas a indígenas no tienen éxito debido a que no se tomaron en cuenta sus contextos (políticos, sociales y culturales) y es por ello que estas medidas no pueden ser implementadas de manera exitosa.

En el estudio también se descubrió un fuerte impacto de algunas variables socio-demográficas como lo son la educación y la edad, lo cual pone de manifiesto la importancia de la educación en la contribución a generar mayor conciencia en la población sobre la manera en que viven los indígenas y a las desigualdades a las que se enfrentan. Un pueblo educado buscará contribuir para mejorar la condición de vida de las minorías. La educación también se relaciona con la edad, la cual también tiene un impacto positivo, cuanto mayor es la edad de los ciudadanos mayor es la cantidad de años de escolaridad. Por ello es importante promover en las instituciones educativas los principios de tolerancia, igualdad, apertura, solidaridad entre otros que contribuyan a que los individuos sean más conscientes de su entorno y menos individualistas, que desarrollen ese sentimiento de compromiso social con su comunidad. Los medios pueden contribuir en conjunto con las instituciones educativas a generar conocimiento que concluya en concientizar a la población y de esta manera ayudar a promover políticas públicas que sirvan para mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos (Crandall, 2002), en este caso de los grupos indígenas

El tema debería ser más ampliamente investigado en trabajos posteriores, donde se podrían analizar diferentes segmentos de edad, así como también, estudiar si los indígenas realmente tienen presencia en los medios. Es posible que ni siquiera suceda esto, y sea debido a que la sociedad que no tiene contacto no tiene acceso a información sobre ellos, se podrían analizar los contenidos presentados, los tipos de programas que hay en las televisoras, tanto en la televisión abierta como en la televisión de paga, lo cual podría ayudar a entender qué es lo que sucede con respecto al contacto. Debido a que, como se pudo ver, éste no contribuía para conseguir que se les brindara apoyo a los indígenas. Es necesario por tanto, estudiar, a que se debe que se esté presentando esa situación.

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. Todo parecería indicar que se han querido olvidar esos colectivos, por ello sigo haciendo énfasis en la necesidad de educar a la población sobre todo desde edades tempranas para promover una cultura de reivindicación de los pueblos indígenas. Esto podría ser por medio de la creación de programas educativos en las escuelas, así como también programas en los tres niveles de gobierno que fomenten la concientización con respecto a los indígenas. Además se deberían desarrollar estrategias de promoción de contenidos mediáticos más plurales y con más representaciones reales de los indígenas, todo con la finalidad de contribuir y fomentar el mejoramiento de las condiciones de vida de este grupo minoritario, condiciones necesarias junto al respeto a los derechos humanos para la consolidación de una democracia en el país.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abundis, F. (2007). Los Medios de Comunicación en México. *AMMAI*, 13, 43-45.
- Allende, V. (1997). *Visiones del Islam en los medios de comunicación*. Madrid, España: UNED.
- Almond, G. y Verba, S. (1963). *The Civic Culture: political attitudes in five nations*. Newbury Park. Sage Publications.
- Aparici, R. (1996). *La Revolución de los medios audiovisuales: educación y nuevas tecnologías* (Segunda Edición ed.). España. Ediciones de la Torre.
- Avery, J. M. (2009). Videomalaise or virtuous circle? The influence of the news media en political trust. *International Journal of press/politics*, (14)4, 410-433.
- Becker, G. S. (1985). Human capital effort and the sexual division of labor. *Journal of labor economics*.3, 103-110.
- Bergalli, R. (2006). *Flujos Migratorios y su (Des) control*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- 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 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.
- Capella, J. N. y Jamieson, K. (1997). *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. Nueva York: Oxford University Press.
- Cohen, B. C. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton, N. J.: Princeton University Press.
- Culling, C. (1992). *Children and Society: childrens' attitudes to politics and power*. Londres.
- Dearing, J. M., Rogers, E. M. (1996). ). Agenda setting research: where has it been? Where is it going? En J. A. Anderson (Ed.) *Communication Yearbook*. (pp. 555-594). Newbury Park.
- Dixon, T. (2000). A social cognitive approach to studying racial stereotyping in the mass media. *African American Research Perspectives*, 6(1), 60-68.
- Entman, R. (1992). Blacks in the News: Television, modern racism and cultural change. *Journalism Quarterly* 71, 509-520.

- Gerbner, G. (2002). *Against the mainstream: Selected writings of George Gerbner*. New York: Peter Lang.
- Gómez, A. y Huici C. (2008). Vicarius Intergroup Contact and the role of Authorities in Prejudice Reduction. *The Spanish Journal of Psychology* , 2(1), 103-114.
- González, R., Manzi, J., Cortés, F., Torres, D., Tezanos, P. Aldunate, N., Aravena, M. T. y Sáiz., J. L. (2005). Identidad y Actitudes políticas en Jóvenes Universitarios: el desencanto de los que no se identifican políticamente. *Revista de Ciencia Política* , 25(2), 65-90.
- Hosffsteter. R. C., Zukin, C. y Buss, T. F. (1976). *Political Imagery in a Age of television. The 1972 campaigning*. Comunicación presentada en el Annual Meeting of American Political Science Association. Chicago, Estados Unidos.
- Igartua, J.J., Muñiz, C. Otero, J. A., Cheng, L. y Gómez J. (2008). Recepción e impacto sociocognitivo de las noticias sobre inmigración. *Revista de Psicología Social* , 23(1), 3-16.
- Lippman, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Mc Millan.
- Mckuen, M. (1989). *Electoral democracy*. Universidad de Michigan. Estados Unidos.
- Miles, (1989). *Institutional Racism, Power and Accountability*.
- McCombs, M. (1972). The Agenda setting funtions of the mass media. *Public Opinion Quaterly*,36, 12-34.
- McConahay, J. B. (1986). 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.
- Mora, H. (1997). *Migración del Campo a la Ciudad en América Latina*. Washington: Colegio Interamericano de Defensa.
- Morgan, M. y Shanahan, J. (1991). Televisión and the cultivation of political attitudes in Argentina. *Journal of communication*, 41 (1), 88-103.
- Morgan, M. y Shanahan, J. (1999). *Television and its viewers. Cultivation Theory and Research*. Cambridge, Londres: University press.
- Muñiz, C. e Igartua, J. J. (2004). Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y la televisión española. *ZER*. 16, 87-104.
- Muñiz, C., Serrano, F. J., Aguilera, R. E. y Rodríguez, A. (2010). Estereotipos mediáticos o sociales. Influencia del consumo de televisión en el prejuicio detectado hacia los indígenas Mexicanos. *Global Media Journal México*, (7)14, 93-113.

- Muñoz, E. (2009). The legal construction of racial discrimination in Mexico: celebrating 200 years of Independence. *Mexican Law Review*, 2, 109-121.
- Nateras, J. O. (2007). Información Política en estudiantes de primaria y secundaria: Aspectos Socioeconómicos y Exposición a Medios de Comunicación política. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 12 (35), 1357-1403.
- Navarrete, F. (2008). *Los Pueblos Indígenas de México*. México: Comisión de Desarrollo de los Pueblos Indígenas.
- Navas, M. y Cuadrado, I. (2003). Actitudes hacia gitanos e inmigrantes africanos: un estudio comparativo. *Apuntes de Psicología*, 1(21), 29-29.
- 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.
- Paraella, S. (2004). Reclutamiento de trabajadoras inmigrantes en las empresas de servicios de proximidad en el área metropolitana de Barcelona. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 4 (108), 179-198.
- Peredo, E. (2004). *Una aproximación a la problemática de género y la etnicidad en América Latina. Serie mujer y desarrollo*. Santiago de Chile: CEPAL-ONU.
- Pérez, J. (1994). *El desafío educativo de la Televisión*. Barcelona: Paidós.
- Perse, E. M. (2001). Soap opera viewing patterns of college students and cultivation. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 30(2), 175-193.
- Peschard, J. (2000). Los medios de comunicación en la construcción de la cultura política democrática. *América Latina Hoy*, 25, 87-94.
- Petigrew, T. y Meertens, R. (1995). Subtle and blatant prejudice in Western Europe. *European Journal of Social Psychology*, 25(1), 57-75.
- 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.
- Ricoy, R. M. (2006). Internet, Medios de Comunicación, Políticas Públicas y Género. Comunicación e Ciudadanía. Actas del Foro Internacional: Comunicación + Género. Octubre-Noviembre. Galicia, España. ISBN-139788469041406, 127-156
- Rincón, G. (2002). La Cultura de la discriminación. En F. B. Figueroa (Ed.), *Desarrollo con Rostro Humano*, pp. 149-160. Colima: Universidad de Colima.
- Robert M. y Malcom B. (1989). *Racism*. Londres: Routledge.

- Roche, F. L. (2000). Aproximación al concepto de cultura política. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 22(7), 93-123.
- Roiz, M. (1994). La Construcción de la diferencia cultural de los inmigrantes en los medios de comunicación. *Documentación Social*, 97,177-197.
- Rojas, H. (2006). Comunicación, participación y democracia. *Universitas Humanística*, 62, 109-142.
- Rosique, G. (2008). El papel del telespectador en los medios audiovisuales. *Revista de Comunicación Audiovisual y Nuevas Tecnologías*, 15, 147-163.
- Rossmann, C. y Brosius, H. (2004). The problem of causality in cultivation research. *Communication*, 29, 379-397.
- Ruiz, X., Ferrés, J., Obradors, M., Pujadas, E. y Pérez, O. (2007). Los Roles Narrativos del Inmigrante en la Ficción Televisiva. El Caso de la Ficción Española de Producción Propia. En J. J. Igartua y C. Muñiz (eds.), *Medios de Comunicación, Inmigración y Sociedad* (pp- 11-126). Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Sauma, P. (2005). Desigualdades étnicas y de género en el Mercado de Trabajo. En M. E. Rangel, *Desigualdades entrecruzadas. Pobreza, Género, Étnia y Raza en América Latina* (pp. 139-171). Santiago: Oficina Internacional del Trabajo.
- Saperas, E. (1987). *Los efectos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel Editorial.
- Schreiber, D. y García, L. O. (2003). Videomalestar o círculo virtuoso? Una aproximación empírica a la exposición mediática y el compromiso político en España y Alemania. *Política y Sociedad*, 4(1), 131- 143.
- Schiappa, E., Gregg, P. B. y Hewes, D. E. (2005). The Parasocial Contact Hypothesis. *Communication Monographs* ,72(1),92 -115.
- Seiter, E. (1986). Stereotypes and the media: re- evaluation. *Journal of communication*, 36(4), 14-26.
- Tan A., Fujioka y Lucht. (1997). Native American stereotypes, TV Portrayals, and Personal Contact. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 74, 265-284.
- Trejo, R. (1997). La televisión: ¿espejo o detonador de la violencia en la sociedad? *Sociedad y Poder*. Recuperado el 20 de marzo de 2011 de <http://raultrejo.tripod.com/ensayosmedios/violencia.htm#ftn2>.
- Van Dijk, T. A. (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós Comunicación.

- Wanta, W. (1997). The Messenger and the message: differences across New Media. En  
McCombs, Shaw y Weaver (Eds.), *Communication and democracy exploring the intellectual  
frontiers in agenda-setting theory*, (pp. 137-151), New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.
- Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.
- Zúñiga, E. (2000). Proyecciones de Indígenas de México y las Entidades Federativas 2000-2010.  
Colección Prospectiva. Consejo Nacional de Población. México.



# ANEXO

## CUESTIONARIO APLICADO

### DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

SEXO:            1. Hombre            2. Mujer            EDAD: \_\_\_\_\_

-Y cuántos libros lee aproximadamente al año \_\_\_\_\_

- ¿Podrías indicarnos el nivel de estudios que tiene en la actualidad?

0.No tiene      1. Preescolar      2.Primaria      3.Secundaria      4.Preparatoria      5.Profesional      6.Posgrado

¿Podría indicarnos qué tan a menudo asiste a servicios religiosos o a la Iglesia?

Nunca	Unas pocas veces al año	Una o dos veces al mes	Casi cada semana	Todas las semanas
1	2	3	4	5

¿Qué tanto se considera usted religioso?

Nada	Poco	Algo	Mucho	Bastante
1	2	3	4	5

Y ¿qué tanto es la religión para usted una fuente de fortaleza y bienestar?

Nada	Poco	Algo	Mucho	Bastante
1	2	3	4	5

1. Ahora nos gustaría saber, ¿qué tantos minutos dedica de manera aproximada al día a?:

- Ver la televisión \_\_\_\_\_
- Leer la prensa \_\_\_\_\_
- Escuchar noticias e información en radio \_\_\_\_\_
- Escuchar la radio comercial \_\_\_\_\_

2. Y qué tanto consume los siguientes programas de televisión

	Nada	Poco	Algo	Mucho	Bastante
• Telediarios	1	2	3	4	5
• Telenovelas	1	2	3	4	5
• Series o películas	1	2	3	4	5
• Programas de entretenimiento y diversión	1	2	3	4	5
• Programación infantil	1	2	3	4	5

3. A continuación le vamos a mencionar varias **características o rasgos**. Nos gustaría que nos dijera, atendiendo a su opinión, si estas características definen (1) o no (0) a los indígenas:

• Abiertos	• Desconfiados	• Limpios
• Agradecidos	• Desleales	• Religiosos
• Agresivos	• Injustos	• Trabajadores
• Amistosos	• Inteligentes	• Traicioneros
• Buenos		

4. ¿Qué tanto suele platicar con otras personas sobre la situación de los indígenas?

Nada      

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

      Bastante

5. Ahora nos gustaría saber qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones sobre las personas indígenas de México.

	Nada	Poco	Algo	Mucho	Bastante
En los últimos años, los indígenas han conseguido más de lo que se merecen	1	2	3	4	5
El Gobierno un excesivo respeto y consideración por los indígenas	1	2	3	4	5
Es comprensible que los indígenas estén descontentos en México	1	2	3	4	5
Los indígenas se están volviendo demasiado exigentes en su petición de igualdad de derechos	1	2	3	4	5
La discriminación contra los indígenas es un problema en México	1	2	3	4	5
Los indígenas tienen más influencia de la que deberían tener	1	2	3	4	5
Los indígenas gozan de mejor situación ahora de la que nunca han tenido	1	2	3	4	5
Los indígenas que reciben ayudas sociales o económicas podrían defenderse sin ellas	1	2	3	4	5
Normalmente, se presta más atención a las peticiones de los indígenas que a las de otros mexicanos	1	2	3	4	5
Los indígenas deberían superar su desigualdad sin necesidad de un apoyo especial	1	2	3	4	5
El inconveniente de los indígenas es que no saben respetar las normas de convivencia establecidas	1	2	3	4	5
Los indígenas son muy diferentes en los valores que enseñan a sus hijos	1	2	3	4	5
No me importaría que un indígena se uniera mediante matrimonio a mi familia	1	2	3	4	5
Los indígenas proceden de razas menos capaces, lo que explica su retraso	1	2	3	4	5

6. Y ¿qué tanto apoya las siguientes medidas políticas con respecto a los indígenas?

	Nada	Poco	Algo	Mucho	Bastante
Fomentar su desarrollo social, sin obligarlos a perder su cultura e identidad	1	2	3	4	5
Expulsarlos del país	1	2	3	4	5
Ayudar sólo a quienes quieran parecerse a nosotros, y a los demás obligarles a integrarse en la sociedad	1	2	3	4	5

8. A continuación le agradeceríamos que nos indicara si mantiene, o ha mantenido en el pasado, **relación con indígenas** en México:

• De tipo familiar	1. Sí	0. No
• De amistad	1. Sí	0. No
• De trabajo	1. Sí	0. No
• De estudios	1. Sí	0. No
• De vecindad	1. Sí	0. No
• De simple plática o por ocio	1. Sí	0. No

7. ¿Se considera indígena?      0. No      1. Sí      99. No sabe o no contesta