

Efectos del medio sociocultural en la percepción de grupos con diferente ideología religiosa



Rodolfo Clix / @Pexels

Marina González Villanueva

Profesora de Asignatura Virtual del área de Postgrado
Universidad Virtual del Estado de Guanajuato

Resumen

Los seres sociales nos vemos en la necesidad de convivir con diversas personas día tras día, algunos de ellos nos son muy familiares, otros, simplemente, nos resultan conocidos y algunos más nos resultan totalmente extraños; quizás, con algunos de ellos tengamos una interacción profunda y con otros solo crucemos un par de palabras, un saludo o simplemente la mirada. Lo cierto es que, de todas estas personas, tendemos a “formarnos una idea” básica para nuestra interacción social, e incluso, en términos evolucionistas, se podría considerar indispensable para la supervivencia pues, a partir de ella, elaboramos un juicio sobre la otra persona (con todos los sesgos propios de nuestra cognición), con el que intentamos predecir la conducta de aquel con el que interactuamos, para poder adelantarnos a ella y actuar acorde con ésta.

Abstract

Social beings need living with different people day after day, some of them are very familiar to us, others are simply known to us and some more are totally strange to us; perhaps with some of them we will have a deep interaction and with others we will only cross a couple of words, a greeting or just the look. The truth is that, of all these people, we tend to “sign an idea” basic to our social interaction, and even, in evolutionary terms, it could be considered indispensable for survival because, from it, we elaborate a judgment on the other person (with all the biases typical of our cognition), with which we try to predict the behavior of the one with whom we interact, so that we can get ahead of her and act in accordance with it.

Introducción

Cuando las personas perciben a otros con el objeto de formarse una impresión, se enfrentan a una tarea cognoscitiva compleja que tienen que simplificar recurriendo a esquemas que organizan su mundo social y que simplifican el número de hipótesis a las que deben atender (Betancour, Leyens, Rodríguez, & Quiles, 2003). Uno de estos esquemas son los estereotipos, que se forman mediante la correlación percibida de una dimensión de la personalidad continua y una categoría de relevancia emocional. Una de estas categorías es el grupo religioso al que se pertenece y si bien, la religión de una persona solo en limitadas ocasiones se puede definir de manera rápida y fácil (debido quizás a algunas características de la vestimenta, o algún rasgo físico distintivo), el ser miembro o identificarse con un grupo religioso puede afectar la manera en cómo somos percibidos por los otros (Hood, Hill, & Spilka, 2009).

Estos estereotipos suelen acentuarse más hacia aquellos sectores que son percibidos como más lejanos y extraños respecto a la colectividad propia (Tajfel & Turner, 1986). Este es el caso específico de los grupos religiosos en México, donde llama la atención la manera en que la mayoría católica percibe a las minorías religiosas, dentro de las cuales se suele describir al grupo de los Testigos de Jehová, con las características más negativas por ostentar conductas como: negarse a recibir transfusiones sanguíneas, a realizar honores a la bandera, o por su proselitismo activo (Masferrer, 1998).

Las afirmaciones previas han derivado en varios estudios que, desde los años 50, contemplan este fenómeno entre diferentes grupos. Específicamente, en lo que corresponde a la manera en cómo se perciben los grupos religiosos uno de los estudios pioneros fue el realizado en Estados Unidos por Catril (1946), quien reporta que tanto los judíos como los negros eran los grupos mencionados con mayor frecuencia como problemas nacionales y en la mayoría de los casos, el grupo judío se ubica en el punto medio o en la mitad inferior de la escala de preferencias

nacionales, en la cual los ingleses y los norteamericanos ocupan la cumbre y los turcos, negros y otros grupos de color la parte más baja.

Los cinco estereotipos principales acerca del judío afirmaban que es exclusivista, que tiene dinero, que trata de controlar todo, que es solapado en los negocios y, por último, que no trabaja, o sea que no se dedica al trabajo manual (Bettelheim & Janowitz, 1950). Las características atribuidas al negro eran, sobre todo, las relacionadas con defectos personales. Por el contrario, se tendía a considerar a los judíos como miembros de un grupo poderosamente organizado que constituía una verdadera amenaza para los no judíos.



Estudios posteriores también comenzaron a ver la manera en cómo se percibían entre ellos los católicos y los protestantes encontrando que algunos estereotipos sobre los católicos, comunes en determinados círculos protestantes, afirman que éstos son “idólatras”, que “no tienen Biblia” y que por sobre todo son fieles al Papa. Por su parte, los estereotipos católicos acerca de los protestantes son ilustrados por ideas tales como “han abandonado la verdadera fe”, no serán salvados en la vida futura, carecen de una verdadera iglesia y de un sacerdocio auténtico investido de autoridad divina, proclamando que “Hijos de la herejía desarrollan herejías peores a medida que siguen adelante” (Kimball, 1969).

Sin embargo, a pesar de algunos estudios como éstos y de la importancia del proceso de percepción en la formación de estereotipos religiosos, los prejuicios y la

discriminación, los estudios sobre este tema se han centrado en los estereotipos y actitudes, que se realizan hacia los géneros o distintos grupos étnicos (Madon et al., 2001). Por lo que faltan estudios actuales y culturalmente relevantes que profundicen sobre el papel que juega el medio sociocultural en la percepción de los grupos con diferente ideología religiosa y en la formación de estereotipos relacionados a estos, como un primer paso para entender como estas creencias sobre los diferentes grupos pueden llevar a conductas como la discriminación o la intolerancia religiosa.

Por lo tanto, el objetivo de este trabajo fue identificar y comparar la percepción que tienen, participantes de dos contextos culturales diferentes, sobre los miembros de grupos de distinta orientación ideológica religiosa.

Metodología

Participantes

A través de un muestreo no probabilístico por cuotas se obtuvo un total de 92 personas (edad \bar{x} = 27.9años, ds = 11.9). De los cuales, el 51.1% eran hombres. En cuanto a su afiliación religiosa, el 62% eran católicas, 23.9% dijeron no tener religión, 12% se definieron como ateas y 2.1% se autodenominaron cristianas.

La aplicación se llevó a cabo en dos contextos socioculturales diferentes, el Distrito Federal (n =47), y el estado de Guanajuato (n =45).

Instrumento

Se empleó la Técnica de Redes Semánticas Naturales Modificadas (Reyes-Lagunes, 1993). Para lo cual se desarrolló un instrumento formado por siete hojas tamaño esquila. En las cuales se colocó, en la primera hoja, las instrucciones y después de estas, de manera aleatoria se presentaron los estímulos: "Los Católicos son...", "Los Testigos de Jehová son..." Los judíos son..." y "Los Ateos son...", así como otro estímulo distractor; y en la última hoja un cuestionario sociodemográfico.

Procedimiento

Se instruyó a los participantes para que escribieran al menos cinco palabras sueltas que ellos relacionaran con el estímulo. Posteriormente se solicitó la jerarquización de las palabras de acuerdo a la importancia que cada palabra tuviera con respecto al estímulo, de manera que se asignara el número uno a la palabra más cercana, el número dos a la siguiente y así sucesivamente hasta terminar la lista.

Tratamiento Estadístico

Con base en el protocolo de las Redes Semánticas Naturales Modificadas (Reyes, 1993), se obtuvo el número total de palabras definidoras o tamaño de red (TR), para cada una de los estímulos, en base al lugar de residencia de nuestros participantes. Después se obtuvieron las sumas de las frecuencias ponderadas para cada palabra o peso semántico (PS), que representa la importancia adjudicada a cada palabra en la representación de un concepto. El núcleo de red (NR) es aquel conjunto de palabras que por su cercanía son las más importantes en la definición de un constructo e incorpora las definidoras más comunes que comparten los sujetos. La distancia semántica cuantitativa (DSC) se obtuvo, asignando el porcentaje más alto (100%) a aquella definidora que resultaba más cercana al estímulo y a partir de esta se asignaron los valores proporcionales a los definidores restantes del NR. Además, se recurrió a la utilización de la prueba χ^2 para probar si existen diferencias entre el peso semántico de las palabras que forman el núcleo de red y el tamaño de red, para cada uno de los estímulos con los que se trabajó.

Resultados

Con base en los resultados obtenidos mediante el método de las redes semánticas se elaboraron las siguientes tablas que nos muestran los núcleos de red para cada una de las definidoras utilizadas, comparando los dos contextos socioculturales en los que se llevó a cabo este estudio.

Ciudad de México (CDMX)		
Definidoras	PS	DSC
Creyentes	117	100
Cerrados	93	79
Fanáticos	93	79
Hipócritas	74	63
Ignorantes	48	41
Religiosos	44	38
Guadalupanos	43	37
Conservadores	41	35
Fiesteros	41	35
Seguidores	30	26
Iglesia	25	21
Fieles	23	20
Pederastas	23	20
TR= 135		

Guanajuato		
Definidoras	PS	DSC
Creyentes	142	100
Religiosos	72	51
Fieles	66	46
Muchos	55	39
Hipócritas	47	33
Moralista	43	30
Buenos	41	29
Conservadores	41	29
Cerrados	40	28
Devotos	35	25
Fanáticos	34	24
Tradicionalistas	28	20
Amorosos	27	19
TR=134		

Tablas 1 y 2: valores del núcleo de red de «católicos» para la muestra de la CDMX y Guanajuato.

Definidoras	PS	PS	χ^2	gl	sig
	Guanajuato	CDMX			
Creyentes	142	117	2,41	1	0,120
Religiosos	72	44	6,76	1	0,009
Fieles	66	23	20,78	1	0,000
Muchos	55	13	25,94	1	0,000
Hipócritas	47	74	6,02	1	0,014
Moralista	43	18	10,25	1	0,001
Buenos	41	6	26,06	1	0,000
Conservadores	41	41	0,00	1	1,000
Cerrados	40	93	21,12	1	0,000
Devotos	35	21	3,50	1	0,061
Fanáticos	34	93	27,41	1	0,000
Tradicionalistas	28	9	9,76	1	0,002
Amorosos	27	14	4,12	1	0,042
Incongruentes	25	48	7,25	1	0,007

Tabla 3. Coeficientes de χ^2 para los núcleos de red de «católicos», en las muestras de Guanajuato y CDMX

Los resultados de la red para la estímulo «católicos», muestra que si bien los conceptos dados por los participantes de la capital y del estado de Guanajuato, son similares, coincidiendo en que lo que mejor define a los católicos es que son creyentes, el peso que se le otorga a cada una de las definidoras, difiere de manera significativa en la mayoría de las palabras que conforman el NR, otorgando, los Guanajuatenses, mayores pesos a definidoras positivas, al contrario de lo que ocurre con la muestra de la Ciudad de México (CDMX).

Ciudad de México (CDMX)		
Definidoras	PS	DSC
Cerrados	109	100
Molestos	109	100
Insistentes	105	96
Creyentes	58	53
Necios	57	52
Fanáticos	54	50
Religiosos	40	37
Crédulos	38	35
Irrespetuosos	37	34
Estrictos	35	32
Tradicionalista	34	31
Perseverantes	32	29
Conservadores	28	26
TR= 119		
Guanajuato		

Definidoras		
Necios	58	100
Trabajadores	47	81
Tercos	40	69
Insistentes	35	60
Serios	35	60
Aburridos	34	59
Amables	31	53
Cerrados	31	53
Conservadores	30	52
Persuasivos	30	52
Creyentes	28	48
Disciplinados	28	48
Dedicados	27	47
TR=149		

Tabla 4 y 5 Valores del Núcleo de Red de «Testigos de Jehová» para la muestra de la CDMX y Guanajuato.

Definidoras	PS Guanajuato	PS CDMX	χ^2	gl	sig
Necios	58	57	0,01	1	0,926
Trabajadores	47	0	47,00	1	0,000
Tercos	40	16	10,29	1	0,001
Insistentes	35	105	35,00	1	0,000
Serios	35	0	35,00	1	0,000
Aburridos	34	18	4,92	1	0,027
Amables	31	10	10,76	1	0,001
Cerrados	31	109	43,46	1	0,000
Conservadores	30	28	0,07	1	0,793
Persuasivos	30	0	30,00	1	0,000
Creyentes	28	58	10,47	1	0,001
Disciplinados	28	13	5,49	1	0,019
Dedicados	27	0	27,00	1	0,000
Molestos	27	109	49,44	1	0,000

Tabla 6. Coeficientes de χ^2 para los núcleos de red de «Testigos de Jehová», en las muestras de Guanajuato y CDMX

En cuanto a la percepción que se tiene de los Testigos de Jehová, se puede observar que existen diferencias considerables entre los pesos semánticos de las definidoras de ambos núcleos de red; sin embargo, coinciden en que ambas muestras atribuyen,

en general, a este grupo religioso rasgos relacionados con la persistencia, y en su mayoría los describen con adjetivos negativos.

Ciudad de México (CDMX)		
Definidoras	PS	DSC
Ricos	161	100
Cerrados	109	68
Inteligentes	49	30
Tacaños	41	25
Trabajadores	38	24
Avaros	37	23
Unidos	33	20
Ahorradores	30	19
Elitistas	30	19
Antiguos	29	18
Barbados	29	18
Religiosos	29	18
Fanáticos	27	17
TR= 135		

Guanajuato		
Definidoras	PS	DSC
Ricos	100	100
Religiosos	64	64
Creyentes	62	62
Inteligentes	54	54
Trabajadores	54	54
Fieles	32	32
Estudiosos	29	29
Cerrados	27	27
Rígidos	27	27
Estrictos	26	26
Conservadores	25	25
Fanáticos	25	25
Ortodoxos	25	25
TR=147		

Tablas 7 y 8 Valores del Núcleo de Red de «judíos» para la muestra de la CDMX y Guanajuato.

Definidoras	PS	PS	χ^2	gl	sig
	Guanajuato	CDMX			
Ricos	100	161	14,26	1	0,000
Religiosos	64	29	13,17	1	0,000
Creyentes	62	26	14,73	1	0,000
Inteligentes	54	49	0,24	1	0,622
Trabajadores	54	38	2,78	1	0,095
Fieles	32	10	11,52	1	0,001
Estudiosos	29	0	29,00	1	0,000
Cerrados	27	109	49,44	1	0,000
Rígidos	27	7	11,76	1	0,001
Estrictos	26	13	4,33	1	0,037
Conservadores	25	15	2,50	1	0,114
Fanáticos	25	27	0,08	1	0,782
Ortodoxos	25	9	7,53	1	0,006
Racistas	24	17	1,20	1	0,274

Tabla 9. Coeficientes de χ^2 para los núcleos de red de «judíos», en las muestras de Guanajuato y CDMX

Las redes en referencia a los judíos nos permiten observar cómo es que a este grupo se le asocia fuertemente con el poder económico; sin embargo, también es de llamar la atención que, las respuestas más evocadas por los guanajuatenses para describir a este grupo, son mucho más benevolentes, que los utilizados por la población capitalina.

Ciudad de México (CDMX)		
Definidoras	PS	DSC
Escépticos	75	100
Abiertos	64	85
Incrédulos	62	83
Liberales	59	79
Críticos	57	76
Pensadores	57	76
Cerrados	45	60
Irrespetuosos	44	59
Científicos	42	56
Libres	34	45
Racionales	27	36
Inteligentes	25	33
Necios	22	29
TR= 135		

Guanajuato		
Definidoras		
Incrédulos	140	100
Racionales	65	46
Creídos	57	41
Ignorantes	40	29
Tercos	40	29
Liberales	39	28
Críticos	38	27
Pocos	33	24
Falsos	31	22
Egoístas	29	21
Sin Dios	26	19
Necios	25	18
Libres	24	17
TR=137		

Tablas 10 y 11: Valores del Núcleo de Red de «ateos» para la muestra de la CDMX y Guanajuato.

Definidoras	PS Guanajuato	PS CDMX	χ^2	gl	sig
Incrédulos	140	62	30,12	1	0,000
Racionales	65	27	15,70	1	0,000
Creídos	57	6	41,29	1	0,000
Ignorantes	40	17	9,28	1	0,002
Tercos	40	15	11,36	1	0,001
Liberales	39	59	4,08	1	0,043
Críticos	38	57	3,80	1	0,051
Pocos	33	0	33,00	1	0,000
Falsos	31	0	31,00	1	0,000
Egoístas	29	7	13,44	1	0,000
Sin Dios	26	7	10,94	1	0,001
Necios	25	22	0,19	1	0,662
Libres	24	34	1,72	1	0,189
Raros	24	0	24,00	1	0,000

Tabla 12. Coeficientes de χ^2 para los núcleos de red de «judíos», en las muestras de Guanajuato y CMDX

El análisis de las redes para los ateos nos permite apreciar las diferencias más marcadas en cuanto al contexto sociocultural, pues los guanajuatenses perciben a los ateos como una minoría y les atribuyen características en su mayoría negativas,

al contrario de los capitalinos quienes en general tienen una visión más positiva de este grupo, que de cualquier otro de ideología religiosa diferente.

Además, se realizó un análisis de chi cuadrada para conocer si existían diferencias entre el tamaño de red dado para cada uno de los estímulos, entre las muestras del estado de Guanajuato y el Distrito Federal (Tabla 13). Lo que nos permitió observar que las mayores diferencias en cuanto al tamaño de red, se dieron en el estímulo sobre los Testigos de Jehová, siendo los participantes de Guanajuato los que dieron una mayor cantidad de palabras definidoras en base a este concepto. Sin embargo, ninguno de los coeficientes de chi cuadrado tuvo una significancia estadística menor a .05, por lo que no se puede decir que los tamaños de red de nuestras dos muestras difieran de manera significativa.

Estímulo	Tamaño de Red CDMX	Tamaño de Red Guanajuato	χ^2	gl	Sig.
Católicos	135	134	.004	1	.951
Testigos de Jehová	119	149	3.358	1	.067
Judíos	135	147	.511	1	.467
Ateos	135	137	.015	1	.903

Tabla 13. Coeficiente de chi cuadrado (χ^2) para los tamaños de red, por estímulo.

Discusión

El análisis de la información nos permitió conocer cuál es la percepción que las personas tienen sobre los miembros de ciertos grupos de diferente ideología religiosa, así como observar el efecto que el contexto sociocultural puede tener sobre estas percepciones.

En cuanto a la percepción que se tiene del grupo de los católicos observamos una menor dispersión de los atributos, lo cual nos habla de un mayor consenso en cuanto a los rasgos que los miembros de este grupo poseen, lo cual se relaciona con el hecho

de que, este grupo religioso, es por mucho el que más predomina en nuestro país, por lo que dicha categoría religiosa se encuentra fácilmente accesible en la mente de las personas.

Por el contrario, en grupos como los Testigos de Jehová quienes representan una congregación religiosa minoritaria, los atributos que se les otorgan son más dispersos, sobre todo en Guanajuato, donde constituyen un grupo muy pequeño, por lo que no se tiene un concepto claro de cómo son o lo que hacen los miembros de este grupo, y, en general, tanto en Guanajuato como en el CDMX, se les relaciona con su proselitismo activo que consiste, principalmente, en ir de casa en casa, predicando y repartiendo su material literario y que, tal y como lo describía Mansferrer en 1998, suele dar como resultado el que se vea a los Testigos de Jehová como personas molestas.

Por su parte, los resultados que arroja la percepción que se tiene de los judíos se relaciona con un estereotipo tradicional de personas ricas que normalmente ostenta este grupo (Bettelheim & Janowitz, 1950); sin embargo, al contrario que lo que muestran los estudios tradicionales de este tema, los judíos, en general, no son vistos como un grupo problemático e incluso, en el estado de Guanajuato, se percibe una figura “idealizada” del judío, debido quizás a que esta imagen se formó en base a los medios de comunicación y no al contacto directo, ya que la presencia de este grupo en el estado de Guanajuato es prácticamente nula.

Por último, uno de los resultados más interesantes es el observado en cuanto a la percepción del grupo de los ateos, pues es aquí donde se observan las mayores diferencias con base en el contexto sociocultural ya que, considerando que Guanajuato es un estado tradicional en el que más del 90% de su población es católica (INEGI, 2010), se esperaría observar un sesgo endogrupal a favor de este grupo y en detrimento de las minorías religiosas; en cambio, nuestros resultados muestran que este sesgo realmente se expresa a favor de los “creyentes” independientemente del credo de éstos y, en detrimento del ateos, tal y como lo han reportado estudios anteriores (Harper, 2007; Jackson & Hunsberger, 1999), que en

general concluyen que para las personas religiosas lo más importante es que se tenga una religión sin importar realmente cuál sea ésta.

Referencias

- Betancour, V., Leyens, J.-P., Rodríguez, A., & Quiles, M. N. (2003). Atribución diferencial al endogrupo y al exogrupo de las dimensiones de moralidad y eficacia: un indicador de favoritismo endogrupal. *Psicothema*, 407-413.
- Bettelheim, B., & Janowitz, M. (1950). *Dynamics of Prejudice: A Psychological and Sociological Study of Veterans*. Nueva York: Harper.
- Cantril, H. (1946). The Intensity of an Attitude. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 131-143.
- Harper, M. (2007). The Stereotyping of Nonreligious People by Religious Students: Contents and Subtypes. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 539-552.
- Hewstone, M. (1992). *La atribución causal: del proceso cognitivo a las creencias colectivas*. Barcelona: Paidós.
- Hood, R., Hill, P., & Spilka, B. (2009). *The Psychology of Religion: An empirical approach*. New York: The Guilford Press.
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística. (2010) *Censo de Población y Vivienda, 2010*. México: INEGI. Recuperado de: <http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temasV2>
- Jackson, L., & Hunsberger, B. (1999). An Intergroup Perspective on Religion and Prejudice. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 509-523.
- Kimball, Y. (1969). *Psicología social del prejuicio*. Buenos Aires: Paidós.
- Madon, S., Gyll, M., Aboufadel, K., Montiel, E., Smith, A., Palumbo, P., et al. (2001). Ethnic and National Stereotypes: The Princeton Trilogy Revisited and Revised. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 996-1010.
- Masferrer, E. (1998). *Sectas o iglesias: viejos o nuevos movimientos religiosos*. México: Plaza y Valdes.
- Reyes-Lagunes, I. (1993). Las Redes semánticas naturales, su conceptualización y su utilización en la construcción de instrumentos. *Revista de Psicología Social y Personalidad*, 81-97.
- Tajfel, H., & Turner, J. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel, & W. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall.

Marina González Villanueva

margonzalez@uveg.edu.mx

Doctora en Psicología por la Universidad Autónoma de México (UNAM) e investigadora postdoctoral en la Universidad de Witwatersrand, Sudáfrica. Su principal línea de investigación es el estudio de las actitudes intergrupales, utilizando metodologías mixtas. Se especializa en el estudio del conflicto intergrupar, con énfasis en la conducta de grupos minoritarios. Ha planeado y dirigido proyectos de investigación e intervención interdisciplinar relacionados con la educación y la psicología educativa. Al margen de su actividad de investigación, también se desempeña como asesora de la maestría en educación de la UVEG.