



Escuela de Ciencias Sociales

Psicología

Rol de la representación en medios de comunicación en el estigma hacia jóvenes egresados de SENAME

Role of media representation in stigma toward graduates from SENAME

Germán Valdebenito y Annais Zavala

Profesor guía: Dr. Patricio Saavedra Morales

Memoria para optar al título de Psicólogo (a).

Rancagua, Chile

Septiembre 2023

Agradecimientos – Germán Valdebenito

A mi madre y toda mi familia por el apoyo, estima y confianza incondicional que han depositado en mis capacidades, como en mis sueños. Me recuerdan la necesidad que tenemos todos los seres humanos de acceder al respaldo de otros, para poder ser las personas que deseamos ser y con eso poder aportar a construir un mundo mejor.

A mis amigos, esos que siempre han estado, por escucharme con atención y cuestionarme cada vez que les hablé de la maraña de ideas de esta tesis. Sin esas tantas conversaciones, realmente este trabajo no habría llegado al gran lugar que llegó.

A Linda y Reina, mis gatas, de las que nunca me faltó su pacífica compañía en los desvelos y significaron un impulso inagotable para realizar este trabajo.

A Anaís Moris, una referente de nuestra edad, que nos apoyó con bondad, desinterés, calidez y humanidad, para lograr un trabajo que tributa honorablemente a la supremacía del conocimiento.

A Annaís Zavala, mi compañera incansable en este proyecto. Estoy orgulloso de ti y de nuestro trabajo. Jamás me arrepentiré de haberte escogido como compañera, pero también de abrazarte como una amiga.

Finalmente, al Dr. Patricio Saavedra, nuestro tutor en este trabajo. Su apoyo con el tiempo solo ha sabido crecer en mí y hacerme entender que la excelencia profesional se trata de aportar buenos frutos a la humanidad, y no solo a mi trayectoria profesional. Eso quedará grabado a fuego en mi conciencia.

Agradecimientos – Annais Zavala

A mi mamá y papá, que me han apoyado incondicionalmente durante todos estos años. Gracias por siempre confiar en mí. Y a toda mi familia, que me han acompañado en mis alegrías y penas. Los amo.

A Pablo, por ser un pilar fundamental en este proceso. Gracias por tu compañía, tu apoyo absoluto, tu amor, y por siempre recordarme que soy mejor de lo que creo.

A Cleo, mi negrita, por ser la perrita más fiel y regalona. Desde que estás conmigo, la vida es mucho más linda.

A mis amigas y amigos, ustedes saben quiénes son. Gracias por las eternas conversaciones, los momentos de risa y de llanto. Gracias por nunca faltarme.

Por supuesto que a Germán, que durante este proceso pasaste de ser un compañero, a un gran amigo, de esos que sabes estarán mucho tiempo en tu vida. Estoy agradecida y orgullosa de ti, de nosotros.

Finalmente, al Dr. Patricio Saavedra, quien fue un agente importante en la realización de este proyecto, y siempre nos inspiró a más. Su experiencia y labor académica fueron fundamentales para sacar esta tesis adelante. Gracias.

Contenido

.....	1
Resumen.....	7
Introducción	8
Jóvenes egresados de SENAME: ¿un grupo del cual preocuparse?.....	9
Una propuesta de definición para los jóvenes egresados de SENAME.....	9
Buscando el lugar del joven egresado de SENAME en la sociedad chilena.....	11
¿Contacto con un grupo camuflado?.....	14
La lupa mediática: en búsqueda del “joven imaginario”.....	16
De lo imaginado a lo real: el estigma sí lo podemos ver	19
Las llaves de un castillo.....	22
Este estudio	26
Método	27
Participantes	27
Materiales e Instrumentos	27
<i>Preselección</i>	<i>28</i>
<i>Variables sociodemográficas y Control</i>	<i>28</i>
<i>Procedimiento experimental.....</i>	<i>29</i>
<i>Medición de estigma e identidad social.....</i>	<i>30</i>
<i>Debriefing</i>	<i>30</i>
Resultados	31
Descriptivos	31
Análisis generales	32
<i>Matriz de correlaciones</i>	<i>32</i>
<i>Condiciones para análisis de mediación.....</i>	<i>34</i>
<i>Análisis de mediación.....</i>	<i>35</i>
Discusión.....	38
Limitaciones.....	43
Conclusión.....	44
Referencias	46
Anexos	58
Anexo 1: Materiales de Reclutamiento.....	58
<i>Anexo 1.1: Afiche para uso físico y plataforma Ucampus</i>	<i>58</i>
<i>Anexo 1.2: Afiche virtual para RRSS.....</i>	<i>59</i>
<i>Anexo 1.3: Volante para entrega física</i>	<i>60</i>

Anexo 2: Consentimiento Informado	61
Anexo 3: Preselección	64
Anexo 4: Variables sociodemográficas y control	65
<i>Anexo 4.1: Sociodemográficos</i>	<i>65</i>
<i>Anexo 4.2: Nivel Socioeconómico</i>	<i>70</i>
<i>Anexo 4.3: Contacto intergrupal (elaboración propia).....</i>	<i>77</i>
<i>Anexo 4.4: Conocimiento relativo y Opinión sobre SENAME (elaboración propia)</i>	<i>78</i>
<i>Anexo 4.5: Escala de Autoritarismo de Derechas (RWA) (Cárdenas & Parra, 2010).....</i>	<i>80</i>
<i>Anexo 4.6: Escala de Dominancia Social (SDO) (Pratto et al., 2013).....</i>	<i>84</i>
<i>Anexo 4.7: Cuestionario de Empatía de Toronto (Rodríguez & Vega, 2022).....</i>	<i>85</i>
Anexo 5: Procedimiento experimental	88
<i>Anexo 5.1: Viñeta 1 – Situación positiva</i>	<i>88</i>
<i>Anexo 5.2: Viñeta 2 – Situación Negativa.....</i>	<i>89</i>
<i>Anexo 5.3: Viñeta 3 – Control.....</i>	<i>90</i>
Anexo 6: Medición de identidad social y estigma.....	91
<i>Anexo 6.1: Escala de Estigma (Moris & Saavedra, 2022).....</i>	<i>91</i>
<i>Anexo 6.2: Identidad Social (Haslam et al, 2018; Greene, 2004; elaboración propia).....</i>	<i>96</i>
Anexo 7: Debriefing	99

Resumen

Los jóvenes egresados de SENAME (JES) sufren un estigma relacionado a conductas antisociales, que dificulta su integración a la sociedad. Los antecedentes revelan que este estigma surgiría principalmente de la representación negativa en los medios de comunicación que, mediado por la identificación social del grupo, promovería una actitud negativa hacia ellos. Esta actitud negativa se asocia al estigma del grupo, por lo que es necesario comprender el rol de estas estrategias comunicacionales para inferir si pueden ser efectivas como mecanismo para reducir el estigma y facilitar la inserción social del grupo. Para lograr lo anterior, se empleó un experimento basado en viñetas, encuestando a 189 personas en la Región de O'Higgins y utilizando un análisis de mediación. Los resultados no respaldan un efecto mediador de la identificación con el grupo, pero destacaron la influencia predictiva de ciertos rasgos personales. La discusión de los resultados sugiere estrategias comunicacionales dirigidas a aprovechar la empatía del público y prevenir discursos autoritarios, para mejorar la identificación de este grupo en la sociedad chilena.

Palabras clave: SENAME, estigma, medios de comunicación, inserción social, identificación

Introducción

Durante los 42 años de existencia del Servicio Nacional de Menores (SENAME), el Estado se encargó de proteger a los niños, niñas y adolescentes (NNA) vulnerados en sus derechos y de reinsertar en la sociedad a los jóvenes que infringieron la ley. Durante ese tiempo, el servicio enfocó su trabajo de protección en los usuarios de los programas de SENAME, quienes realizaron acciones para facilitar la reinserción durante el egreso de este grupo, pero lamentablemente, parecieran no haber sido suficientes para la integración efectiva de los jóvenes egresados de SENAME (a quienes llamaremos “JES” de ahora en adelante) (Rodríguez et al., 2018). Esto podría haber creado el espacio para que, progresivamente, se haya asociado a los JES a grupos y conductas antisociales, como el crimen organizado, consumo de drogas, violencia o incapacidad para ser autónomos (Marchant, 2017; Pardo, 2017).

Debido a lo anterior, los JES se encuentran con una serie de obstáculos al momento de transitar de la institución a la sociedad (Álvarez et al., 2016; Rodríguez et al., 2018). Por ello, la transición a la vida independiente es una materia que los nuevos servicios nacientes de SENAME (“Mejor Niñez” y “Justicia y reinserción juvenil”) han comenzado a considerar en su programación futura (Ministerio Secretaría General de Gobierno, 2023).

Pese a esta iniciativa estatal, la investigación local se ha centrado principalmente en la experiencia dentro de SENAME y, mayoritariamente, en la intervención individual a los jóvenes y no al apoyo social que reciben (Rodríguez et al., 2018). Además, dichos estudios han puesto énfasis en la vinculación de los JES a conductas antisociales, pero no en el contexto detrás de tales actos, lo cual ha provocado un fuerte estigma hacia el grupo (Mettifogo & Sepúlveda, 2004; Tsukame, 2016). Así, esta investigación encuentra un espacio propicio para la indagación de los obstáculos a los que se enfrentan los jóvenes egresados, en la transición óptima y efectiva a la sociedad chilena.

Jóvenes egresados de SENAME: ¿un grupo del cual preocuparse?

Los jóvenes egresados de SENAME conforman un conjunto significativo en la población chilena. Durante el año 2021, el total de egresados del Área de Protección de Derechos fue de 165.632 NNA, mientras que en el área de Justicia y Reinserción Juvenil, el total de egresados fue de 5.679 NNA (SENAME, 2022). Sin embargo, los JES viven una experiencia distinta a otros jóvenes: se les excluye socialmente producto de su paso por la institución, el estigma asociado a sus integrantes y la crisis institucional del SENAME (Marchant, 2017; Policía de Investigaciones, 2019).

Pese a la envergadura del grupo y los efectos de su exclusión en la convivencia de la sociedad chilena (Álvarez et al., 2016; Freedman, 2016; Pardo, 2017; Sola-Morales & Garrido), la atención que se le ha prestado es muy limitada. No obstante, la falta de información institucional o académica sobre ellos y una aparente ‘invisibilidad’ como grupo, no han sido impedimento para la interacción de los JES con la sociedad y la exclusión de ella: los medios de comunicación han difundido una imagen negativa sobre los integrantes y egresados de SENAME (Tsukame, 2016) y se comprende poco sobre cómo aportan en la exclusión a este grupo (Pardo, 2017).

En consecuencia de lo expuesto, a continuación presentamos los elementos que confluyen en la estigmatización a los JES: características que los definen socialmente; naturaleza del contacto del grupo con la sociedad general chilena; el rol de los medios de comunicación; y el conflicto de identidades que ha respaldado el estigma hacia este grupo. Estos conocimientos podrían ser relevantes para orientar acciones que reduzcan el estigma del grupo y facilitar el proceso de transición a la vida independiente.

Una propuesta de definición para los jóvenes egresados de SENAME

Los JES son un grupo que conjuga varias características clave, pero que, en conjunto, no permiten identificarlo a simple vista. Es decir, en la vida cotidiana, este grupo podría considerarse como ‘camuflado’. Sin embargo, esta ‘invisibilidad’ ante la sociedad no los hace inexistentes, por lo que es necesario plantear la ‘forma’ que tiene este grupo: sus características y contextos.

Para analizar esta forma, abordaremos primero la característica más clave: la institucionalización. Este fenómeno, ampliamente explorado en psicología (Newburn, 2017), refiere a la permanencia de estos jóvenes en instalaciones residenciales o centros cerrados/semicerrados. Lo anterior, implica una restricción total o parcial de la libertad, lo cual tiene significativas consecuencias a nivel psicológico y social, sumándose a las vulneraciones por las que hubieran ingresado a dichos programas (Muñoz & Goycolea, 2015; Valbuena & Saldarriaga, 2017). Con esto en mente, nos referiremos con jóvenes egresados de SENAME a adultos jóvenes que estuvieron bajo la tutela de instituciones vinculadas a SENAME, residencias o centros de detención juvenil, donde su libertad se vio restringida por las medidas respectivas de cada programa y finalizaron su tiempo de atención en dichos servicios.

Respecto a las razones de ingreso, es importante indicar que los JES pueden haber vivido dos formas de la institucionalización producto de ellas, distintas entre sí: medidas de protección o sanciones judiciales. Lo anterior pues, a pesar de que todos los casos comprenden un factor común de vulneración social e institucional, los programas de intervención para cada razón de ingreso se configuran de maneras distintas (Sola-Morales & Campos, 2019). En consecuencia las vivencias de los jóvenes también lo son (Moya et al., 2023). Sin embargo, aunque existen dos 'caras' de la experiencia de los JES, estas no son percibidas como tal por la sociedad. ¿Qué se percibe entonces?

Así, la percepción de la sociedad chilena hacia los JES configura una segunda característica: a pesar de su heterogeneidad, a los JES se les ve sin matices (Mettifogo & Sepúlveda, 2004; Pardo, 2017; Tsukame, 2016). Esto, pues se destaca el comportamiento del grupo que ingresó por infringir la ley y, por el contrario, se ignora la realidad de la gran mayoría de JES, que ingresaron al servicio por vulneración de sus derechos, generándoles frustración por no ser comprendidos (Pardo, 2017; Tsukame, 2016). En consecuencia de ello, Pardo (2017) reporta que los jóvenes reconocen la asignación de una etiqueta desacreditadora de "Niños SENAME".

Por último, una tercera característica relevante de los JES, es el origen socialmente vulnerable: ser jóvenes ya los excluye de varias dimensiones sociales (como trabajo, salud y educación) (Mettifogo & Sepúlveda, 2004); pertenecen a bajos niveles socioeconómicos, relacionado directamente a una peor calidad de vida (Bachiller, 2013; Pizarro, 2001), familias con antecedentes penales (Mettifogo & Sepúlveda, 2004) y contextos urbanos altamente delictivos (Escarbajal-Frutos et al., 2014). Es relevante considerar este elemento de vulnerabilidad social, porque implica que los JES no solo enfrentan la dificultad de superar los efectos de la institucionalización, sino que también deben enfrentar los obstáculos de la falta de oportunidades provenientes de sus contextos sociales (Castro et al., 2020; CIPER, 2013).

En síntesis, podemos decir que este grupo se define por los orígenes socialmente vulnerables de sus integrantes, el posible paso por dos experiencias de institucionalización distintas (infracción de ley o vulneración de derechos) y, finalmente, un reconocimiento social simplista y unificado que los disminuye socialmente. Estas condiciones están ciertamente relacionadas a una sensación de poco apoyo social e institucional, que puede ser ambivalente entre la inclusión y exclusión social de estos jóvenes y obstaculizan la sensación de apoyo que los jóvenes perciben al momento de reinsertarse en la sociedad (Álvarez et al., 2016; Freedman, 2016; Méndez, 2008; Pardo, 2017; Sanfuentes, 2018).

Posiblemente, la heterogeneidad de los integrantes del grupo provoca que sus integrantes sean poco identificables ante el resto de la sociedad. De ello nos preguntamos: ¿Cómo se forma esta percepción homogénea de un grupo que pareciera ser ‘camuflado’?. Para responder aquello, es fundamental adentrarnos en la dinámica de las relaciones intergrupales y explorar cómo contribuir a este reconocimiento social. Primero, veremos ‘dónde’ se encuentra este grupo en la sociedad chilena.

Buscando el lugar del joven egresado de SENAME en la sociedad chilena

Cuando nace un nuevo integrante de la familia, es común que se de la conversación sobre a quién de ambos padres se parece más: “a ella, tiene sus ojos”; “a él, mira sus labios”; “la

expresión de su papá”. Otros se arriesgan más, al decir que tiene ‘un aire’ a la abuela o un tío lejano. La realidad es que estas solo son interpretaciones y, en el fondo, definir si un niño de unas horas o días de vida ya tiene notables rasgos de personas adultas, es poco razonable ¿o no?.

Esta tendencia a buscar similitudes entre otros y nuestras características, es un proceso natural de la psicología humana, para sentirnos conectados con otros o para darle orden al mundo que nos rodea. De esta manera, esto nos trae el sentimiento de pertenencia a un grupo que nos puede proteger. Este proceso cognitivo es lo que se llama ‘identidad social’ y es uno de los diversos componentes que componen la conciencia del ‘sí mismo’ (Peris & Agut, 2007).

La identidad social es un pilar de la psicología social (Smith, 2006). Este fenómeno fue inicialmente propuesto por Henry Tajfel, en 1979, y lo definió como “la parte del autoconcepto del individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social, junto con el significado emocional y valorativo asociados a dicha pertenencia” (Tajfel, 1981, p. 255). Este componente sería el que lleva al sujeto a aumentar su autoestima por la pertenencia a un grupo positivamente valorado (Scandroglio et al., 2008). La teoría plantea, entonces, que este componente de la identidad es central para comprender la conformación de los grupos sociales, siendo por eso una teoría clave para empezar a explorar la relación de los JES con la sociedad chilena.

Sin embargo, la teoría original de identidad social no alcanza a explicar los mecanismos psicológicos específicos que rigen las dinámicas anteriormente descritas, que es el interés del presente trabajo. Por ello, es pertinente introducir aquí la teoría de la autocategorización.

La teoría de la autocategorización (TAC) fue desarrollada por John Turner y sus colaboradores (1987) para complementar los postulados de la teoría de identidad social. Los trabajos de Turner proponen, en síntesis, el proceso por el cual los sujetos se identifican como integrantes de un grupo, a la vez que identifican a los integrantes de otros grupos (Turner et al,

1987). Esta teoría hace aparecer una palabra que será clave más adelante en este estudio: el prototipo.

Según la TAC, el *prototipo* es el objeto central para la diferenciación de un grupo, definiéndolo como la “representación subjetiva de los atributos definitorios del grupo que son activamente construidas y dependientes del contexto” (Hogg, 1996, p. 231). Este prototipo de cada grupo supone, primero, una representación idealizada de sus integrantes y, por otro, la existencia de un sujeto ‘referencial’ dentro de cada grupo (endogrupo), que sus participantes utilizarían para encontrar similitud. Por el contrario, el prototipo del grupo que es ajeno (exogrupo) es utilizado para que los integrantes se diferencien de él. Cuando este prototipo es simplificado y basado en prejuicios, hablamos de un ‘estereotipo’ (Smith, 2006). De esto, se puede inferir que la forma de este prototipo definirá parte de la dinámica intergrupal; pero ¿qué significa esto?. En simples palabras, un prototipo puede definir si un grupo será ‘positivo’ o ‘negativo’ para otros. Aquí es donde los JES podrían tener lo que se llama una ‘identidad social negativa’.

En el marco de la identidad social y autocategorización, la ‘identidad social negativa’ se refiere a la tendencia a que una pertenencia grupal se categorice como negativa. La identidad social negativa sería el resultado de una percepción de un grupo como negativo, en las relaciones intergrupales. Esto puede ser precedente para que otros grupos eviten relacionarse con dicho grupo o, incluso, que sus integrantes eviten reconocerse como tales.

En la poca investigación que existe de esto aplicado a los JES, existen datos que pueden mostrar que también ocurre: Pardo (2017), estudia la forma en que una egresada de SENAME conforma su identidad, descubriendo que intenta desprenderse de su cualidad de egresada de SENAME a quienes la conocen, pues se asocia a la criminalidad y la falta de habilidades sociocognitivas, conllevando actitudes negativas. Por otro lado, Álvarez et al. (2016) señalan cómo el apoyo social de integrantes comunitarios significa un importante recurso para la mejor

reinserción social de los jóvenes que han cometido infracciones de ley, mostrando que la inclusión a un grupo social puede ser relevante al momento de unir a los JES con la sociedad.

Entendiendo esta posición ‘negativa’ en que pareciera que los JES se encuentran en la sociedad, se puede entender que el grupo sí es diferenciado respecto de otros, pese a no tener características tan claras. Si las identidades sociales son el espacio en el que se posiciona a este grupo ¿cómo la sociedad general chilena reconoce a los JES si se encuentran ‘camuflados’?. Aquí es pertinente profundizar en los elementos que influyen en las relaciones intergrupales y, por tanto, en la construcción de la identidad social. Para eso, es necesario entender el contacto intergrupacional.

¿Contacto con un grupo camuflado?

Teniendo en mente el fenómeno de la identificación social, que nos dice el ‘prototipo’ que representan los JES, ahora es pertinente detallar cómo este ‘prototipo’ interactúa con los de otros grupos sociales. Para comprender estas interacciones, desde la psicología social se ha desarrollado la teoría del contacto intergrupacional. Esta teoría fue inicialmente propuesta por Allport (1954), con el objetivo de especificar condiciones para un contacto intergrupacional óptimo y reducir, con ello, el estigma hacia grupos minoritarios (Pettigrew, 1998). Así, esta perspectiva es el punto de partida para entender las interacciones entre los grupos sociales, siendo un pilar de la teoría de identidad social.

Producto de lo anterior, la teoría del contacto intergrupacional ha sido ampliamente utilizada para comprender la integración de grupos excluidos (Pettigrew, 1975) y, con el tiempo, se ha consolidado la hipótesis “a mayor contacto intergrupacional, menor prejuicio” (Brown, 2015).

Sin embargo, la teoría original del contacto intergrupacional se limita a explicar la relación entre grupos que interactúan directamente, es decir, que los integrantes de los grupos se reconozcan como tal a sí mismos y a los otros de manera consciente. Esto limita su explicación para grupos que no interactúan directamente o no se diferencian claramente entre sí, por lo que

se ha desarrollado una extensión para otras formas de contacto intergrupales, a través del “contacto indirecto”. De este contacto, se han descubierto tres formas : extendido, vicario e imaginado (Brown, 2015).

Por un lado, el contacto extendido se define como la interacción de grupos, por medio de un integrante del grupo que tiene contacto con el otro grupo, pero no otros integrantes de cada grupo entre sí (Wright et al., 1997). Por otro lado, el contacto vicario se refiere a la interacción entre integrantes de dos grupos, que es vista por sus integrantes sin involucrarse en la acción (Brown & Patterson, 2016). Aunque estos tipos de contacto son comunes, deben involucrar grupos diferenciados entre sí. Los JES no cumplen este criterio, entonces ¿cómo se relacionan con la sociedad chilena? ¿simplemente no existen? Ahí es donde se vuelve clave el tercer tipo de contacto indirecto: el contacto imaginario, aquel en el que el simple hecho de que una persona se imagine interactuando con un sujeto de otro grupo, le insta a definir una actitud hacia ese grupo (Crisp & Turner, 2009). En este tipo de contacto no se requiere un estímulo real de interacción, sino solo basta con presentarle características de un grupo al observador, para que con ellas elabore una actitud. La investigación ha demostrado que imaginar el contacto, puede permitir mejorar la actitud de las personas con otros grupos, siempre que sea en condiciones óptimas (Crisp et al., 2006; Paluck, 2009).

En particular, el contacto imaginado ha sido utilizado para categorizar al contacto entre grupos que, por diversas razones, no puede ser directo y se puede establecer por medio de diversas plataformas: por las artes, la publicidad, la propaganda y, cómo no, por los medios de comunicación masiva (Crisp & Turner, 2009; Stathi et al., 2011). Justamente esta última plataforma le ha otorgado al contacto imaginario cierta relevancia en cuanto a intervención en las relaciones intergrupales , pues revela que existen mecanismos con el que las imágenes que estos medios muestran influirían en la actitud de las personas hacia ciertos grupos (Igartúa et al., 2013; Muñoz, 2020; Perosanz et al., 2017; Turner & Crisp, 2010). Por esta naturaleza del contacto imaginado y sus efectos en las relaciones intergrupales, se presenta como el mecanismo con el que la sociedad chilena interactúa con los ‘camuflados’ jóvenes egresados de SENAME.

Desde aquí, es pertinente buscar cómo la sociedad chilena imagina a los jóvenes egresados de SENAME. ¿Son los jóvenes imaginarios?.

La lupa mediática: en búsqueda del “joven imaginario”

Tal como Nicanor Parra puede evocar el paisaje, las acciones y los sueños de un hombre con su poema “el hombre imaginario”, los medios de comunicación pueden evocar imágenes de ciertos grupos sociales al que no todos tienen acceso o que podrían incluso existir solo en su relato: son completamente inexistentes.

¿Cómo los medios pueden crear tales ficciones? Gamarnik (2009) plantea que los medios de comunicación pueden funcionar reforzando opiniones ya existentes en la sociedad y manejarlas en función de sus intereses. Esta influencia de los medios en la opinión pública puede estar dirigida a objetos y acciones de personas o grupos sociales completos, siendo un elemento relevante a considerar en conflictos intergrupales (Paluck, 2009). Ejemplos de cómo pueden afectar en el aumento de estos conflictos, a través del aumento del prejuicio o la formación de estereotipos, han sido documentados de manera consistente a nivel mundial: en la discriminación a grupos religiosos (Amri & Bemak, 2012; Lavejardi, 2021), población con obesidad (Greenberg et al., 2003) o disidencias sexuales (Crawford, 2016; Gómez, 2020; Herek et al., 1996).

El influjo de los medios comunicacionales puede llegar incluso a ‘ajustar’ lo que se habla en una sociedad. Este complejo proceso se conoce como el fenómeno del ‘Agenda Setting’ (McCombs, 2004) y plantea que los medios de comunicación establecen, según sus agendas internas e intereses, lo que será discutido en la sociedad general (más allá de las opiniones concretas sobre estas temáticas). Lo anterior se lleva a cabo de diversas formas, como por ejemplo mostrando noticias por más o menos tiempo, dándole mayor o menor énfasis o dramatización al relato, como una lupa que presta atención a los detalles de una pintura. Estas acciones pueden también obstruir o facilitar el acceso a la información, mostrando hechos de manera parcial o sin considerar elementos relevantes, provocando que la familiaridad de los

espectadores (el conocimiento relativo del tema) sea baja o parcial (McCombs, 2004), condición relacionada fuertemente a la formación de prejuicios hacia grupos o individuos (Fiske, 2013).

Si nos situamos en territorio nacional, parece haber una clara tendencia de los medios de comunicación a enfocarse en lo referido a policías y crimen, seguido de política y asuntos sociales (Díaz & Mellado, 2017). En todas ellas, además, se prioriza el uso de fuentes de tipo político, dejando entrever que el contenido es principalmente mostrado desde la opinión (y parcialidad) de personas políticas, más que de expertos en cada materia o personas en ejercicio (Díaz & Mellado, 2017)

Entonces, es posible inferir que en Chile los medios de comunicación ponen su 'lupa' en la presentación de noticias sobre criminalidad, pero ¿cómo puede afectar esto a cómo las personas perciben individualmente estos temas?.

En esta línea, Newburn (2017) presenta evidencia de que los medios de comunicación pueden inducir la selectividad del temor a ciertos delitos. Por ejemplo, las personas podrían tener mucho más temor a que le roben el teléfono en la calle, en comparación a un fraude fiscal, pese a que los efectos personales y sociales de estos delitos pueden ser similares (Newburn, 2017). Según Chibnall (1977) esto puede estar influido por la espectacularidad de ciertos delitos y la congruencia que se tiene con el convencionalismo. En Chile, Schermann y Etchegaray (2013) añaden un elemento relevante al analizar el rol de los medios de comunicación en la representación de los JES: los espectadores/as de los medios de comunicación no reciben pasivamente la información sobre el crimen, sino que le integran experiencias, filtrándola en base a lo que encuentran conveniente a su visión del mundo. Así, los rasgos personales podrían modular la sensibilidad a la información que se presenta en medios de comunicación (Browne & Tomicic, 2007; Ekehammar et al., 2004; Schermann & Etchegaray, 2013). Entre ellos, aparecen tres aspectos relevantes: el grado de empatía que presentan las personas, la tendencia al autoritarismo y la orientación a la dominancia social.

La empatía se define como una reacción emocional y/o comprensión intelectual del estado emocional de otro (Spreng, 2009). Esta puede modular cómo las personas comprenden las experiencias ajenas (Rankin et al., 2005). Con ello, si un sujeto presenta alta empatía, implica que éste tenderá a comprender las razones detrás de las acciones ajenas. Sin embargo, los medios de comunicación pueden estimular una menor comprensión, por medio de la omisión, disimulación o exageración de partes de la información, facilitando o induciendo ciertas perspectivas de los espectadores que reducirán su empatía (Newburn, 2017). Asimismo, la empatía no es el único elemento involucrado, pues las personas pueden variar su sensibilidad a aceptar la información entregada por los medios de comunicación. Aquí, es donde entran otras dos variables psicológicas e ideológicas de gran relevancia: la orientación a la dominancia social y la tendencia al autoritarismo de derechas.

La orientación a la dominancia social (Social Dominance Orientation, SDO por sus siglas en inglés) es la tendencia de los sujetos a justificar que su grupo social domine por sobre otros (Pratto et al., 1994). Esta se relaciona consistentemente a apoyar mitos legitimadores de la dominación social, jerarquías sociales y, en consecuencia, mayor respaldo al prejuicio generalizado (Duckitt & Sibley, 2007; Levin et al., 2012; McFarland, 2010; Troian et al., 2018).

Además, hay otro elemento que se relaciona estrechamente con la SDO, pero más bien en su relación con el cumplimiento moral. Esta es la tendencia al autoritarismo de derechas (Right-Wing Authoritarianism, RWA por sus siglas en inglés), que se define como una disposición de los individuos a modos de interacción y pensamiento caracterizados por: la sumisión a las autoridades consideradas como legítimas, hostilidad hacia quienes son vistos como ‘desviados’ y fuerte aceptación y compromiso con las normas tradicionales (Etchezahar et al., 2015). Este rasgo se ha relacionado directamente al prejuicio hacia grupos que pueden ser considerados peligrosos y en consecuencia, la mayor o menor adherencia a discursos negativos sobre ellos (Duckitt & Sibley, 2007; Ekehammar et al., 2004).

Las variables SDO y RWA pueden ser aprovechadas por los medios de comunicación para plantear una agenda y atraer audiencias, exponiendo noticias con discursos congruentes a la exclusión de ciertos grupos, resaltando a aquellos grupos de mayor estatus (McCombs, 2004). Considerando esto, se puede intuir que los JES, con sus orígenes de varios sectores vulnerables y excluidos de la sociedad chilena, no tienen una notable presencia en la agenda mediática.

Y efectivamente, los JES no podrían tener una imagen positiva en los medios: Tsukame (2016) analiza el discurso mediático sobre la delincuencia juvenil en Chile, resaltando cómo se ha construido una imagen compleja de estos jóvenes desde la década de los 90. La imagen se caracteriza por asociar la pobreza y la conducta antisocial con la 'naturaleza' de estos individuos, que crecen en entornos delictivos. Además, indica que los medios tienden a enfocarse en los casos de JES involucrados en crímenes, abordándolos de manera similar a un juicio: 'se trata de definir qué pasó, quién hizo qué, quienes son los responsables y qué pena o medida debe aplicarse' (Tsukame, 2016, p.14).

Al integrar todos estos hallazgos, podemos pensarlo como una amalgama que forma un metal, pero nos inquieta ¿qué metal surge de esta amalgama de fenómenos? Una interrogante que nos impulsa hacia la siguiente fase de esta indagación.

De lo imaginado a lo real: el estigma sí lo podemos ver

Corría el 2008 y en los medios nacionales resonaba la noticia de un niño de solo 9 años, que fue detenido por el robo de un vehículo. El hecho remeció a la agenda pública de la época. Rápidamente, se le asignó un nombre de pila a este niño, ignorando su nombre real. Nacía en la sociedad un *prototipo* y, con ello, se creaba el joven imaginario que ya adelantábamos: el joven incorregible, 'delincuente de carrera', temerario y que, aunque lo 'atraparan' las instituciones como SENAME, nada lo devolvería a ser 'uno de la sociedad' nuevamente.

Con este *prototipo* antecedente, cuando un joven hacía su ingreso a SENAME, sobre él caía un peso que lo dejaba en el mismo lugar de la sociedad, que a ese niño antes mencionado,

pues de antemano sus integrantes estaban reconocidos como negativos. Sin embargo, ¿cómo después la sociedad reconocería la pertenencia de este joven a la institución? ¿cómo ‘marcan’ a este joven para evitarlo o excluirlo? Esta marca sería el estigma social, un concepto inicialmente acuñado por Ervin Goffman (1963) para comprender la exclusión a ciertos grupos sociales, como también la conducta de ocultamiento que los sujetos excluidos desarrollan para protegerse de los efectos de ella. En breve, Goffman (1963) define al estigma como ‘un atributo que desacredita a un individuo, y que lo reduce de una persona completa y común a una marcada y disminuida’. En otras palabras, el estigma sería un dispositivo para etiquetar a ciertos individuos y, con ello, influir en el trato que se les dará. Aquí es pertinente realizar una diferencia entre esta ‘etiqueta’ y la identidad social negativa, que nombramos en un inicio: por un lado, la identidad social negativa de un grupo se puede entender como un precedente para que otros grupos eviten relacionarse con dicho grupo. El estigma, en cambio, serían aquellos atributos específicos que lo marcan como un sujeto inferior (Goffman, 1970). Por lo tanto, podríamos entender la identidad social negativa como un contexto que, luego de la identificación de los miembros de un grupo, desemboca en la valoración negativa de ciertos atributos que se consideran ‘típicos’ de ellos.

El estigma se enmarca en el fenómeno de las actitudes (Vicario et al., 2016) que se compone de tres elementos: estereotipo, la ‘imagen’ del sujeto grupal (elemento cognitivo); prejuicio, los sentimientos asociados al grupo (elemento emocional); y la discriminación, la conducta de exclusión hacia el grupo (elemento conductual). Sin embargo, el estigma comprende una extensión mucho más amplia que la mera actitud, incluyendo factores culturales, históricos y contingentes para cada situación que lo configuran de manera específica (Bos et al., 2013) .

Como ya vimos, los JES fueron protagonistas de varios procesos socioculturales, pues la institución, como sus integrantes, se vieron envueltos en procesos mediáticos (CIPER, 2013; Marchant, 2017) que han construido paulatinamente la imagen de un conjunto que se integra en varios problemas sociales, ya sean el crimen organizado, la deserción escolar o el consumo y tráfico de sustancias ilícitas (Pardo, 2017; Sanfuentes & Espinoza, 2017; Tsukame, 2016). En

consecuencia, con el estigma las personas ven en un egresado a este 'prototipo' instalado por los medios de comunicación, en vez de la persona real que es.

Sin embargo, en este proceso vuelve a aparecer la cualidad 'camuflada' de los JES: si se escondieran lo suficiente ¿entonces no pasaría nada?. La respuesta es que no: el estigma 'sigue estando' en otro lugar, dentro de quienes están estigmatizados. Así, Goffman y Guinsberg (1970) ya explicaban cómo los integrantes de grupos estigmatizados podían cumplir un rol muy relevante en la mantención de estos estigmas, a través de lo que denominaron 'autoestigma'.

El autoestigma se refiere a la internalización de estereotipos negativos, actitudes y percepciones de las personas que forman parte de un grupo que es socialmente devaluado (Corrigan, 2004). Es decir, luego de diversas 'evidencias' de la cualidad disminuida de los JES, ellos podrían haber terminado creyendo que era verdad. Este es el punto en que la imaginación de los medios se vuelve una realidad (forzosamente): el autoestigma se relaciona estrechamente a un menor bienestar personal, peor salud mental, menos eficacia laboral y académica y la reducción significativa del autoestima (Corrigan et al., 2009; Rüsck, 2014).

A estas alturas, la realidad de los JES se puede describir como una que ha sido forzada a ser interpretada en una clave muy negativa, desde una perspectiva que no se ajusta a los hechos objetivos. Sin embargo, la presión que puede influir la sociedad en la autopercepción de este grupo, puede derribar su propio discurso personal y hacerlos creer que, efectivamente, son sujetos disminuidos e incapaces.

Ahora bien, el problema planteado por el presente estudio no es solo el estigma que sufren los JES, sino encontrar una forma de reducirlo para facilitar la inserción social de este grupo.

Considerando esto, vale la pena recordar que el estigma a un grupo se construye en un contexto particular y es este el que le otorga su forma específica; por lo tanto, se vuelve imprescindible indagar en el contexto psicosocial que permite establecerlo. Esa es una

especificidad no encontrada y clave para reducir el estigma: ¿qué justifica este estigma?, ¿qué lo hace permanecer?. Pero más relevante aún: ¿dónde podemos encontrar una solución en la psicología?, ¿se puede mover el punto desde donde la cámara apunta al JES?, ¿hay cura?. Aquí es donde ciertas investigaciones nos dan luces de qué podríamos intervenir, considerando la complejidad psicosocial que implica: una cura ¿social?.

Las llaves de un castillo

Imagine que usted es guardián de un castillo con muchas puertas. Este castillo es muy importante y no se puede dejar entrar a casi nadie, por lo que cada puerta tiene varias cerraduras que hacen difícil abrirlas. Sin embargo, afuera llueve muy fuerte y escucha que alguien pide que lo dejen entrar. Tiene en su poder el manojó de llaves para todo el castillo, pero ninguna está marcada para saber de qué puerta son, ¿sabrá cuáles son las llaves de cada puerta?. Algo similar ocurre con el estigma a un grupo: funciona como una puerta que los excluye de la sociedad, que se resiste lo más posible a que nuevos integrantes entren. Así, parte de las ciencias sociales buscan desentrañar las llaves del estigma a cada grupo.

Aquí es donde encontramos lo que podría ser una (de las varias) llaves para desbloquear el estigma a los JES: la construcción de una identidad social positiva.

La búsqueda de una identidad social positiva es uno de los motores centrales de la búsqueda de la pertenencia a un grupo (Tajfel, 1979) y, según sus propios autores, un resultado de que esta sea negativa puede promover dos vías de cambio social: la creatividad o la competición social (Tajfel & Turner, 1979). La creatividad social, es el tipo de estrategia que se puede producir cuando las relaciones intergrupales son percibidas como legítimas y estables, mientras que la competición se produciría cuando son percibidas como ilegítimas e inestables. Así, Scandroglio et al. (2008) realizan una detallada síntesis de las diversas estrategias propuestas para lograr dicha identidad, pero ¿cuál debe ser utilizada para la reducción del estigma a JES?. Para eso debemos integrar los elementos que hemos expuesto anteriormente.

Para eso, es preciso volver a la analogía de la llave y la cerradura: si el estigma es la cerradura, podemos ver varios puntos donde una llave debe tocar para abrirla. Entonces nace la pregunta del cerrajero: ¿cuáles son esos puntos?, ¿qué nos puede ayudar a abrir la cerradura?. Esta visión, más compleja y con más partes, nos puede permitir observar dónde se encuentra cada elemento y hacer observaciones al ‘mecanismo’.

En la línea de armar este mecanismo, es pertinente observar el punto común que encuentran la teoría de las actitudes y la teoría de la autocategorización, en el concepto de estereotipo: dentro de las actitudes, este es el componente cognitivo que conlleva a la conducta discriminatoria (Smith, 2006); mientras que, para la TAC, este es el referente que define la diferenciación intergrupala. Así, Brewer (2002) plantea que la dinámica entre ambos constructos es congruente: la discriminación puede estar directamente influida por la actitud que construye cada sujeto hacia un grupo, en base a sus experiencias, pero también influye la forma de los prototipos que se enfrentan en esta relación. De esta manera, pueden existir contextos en que, tanto la actitud o la identificación social, presenten mayor o menor preponderancia, ya sea por su impacto emocional o por el apego a las reglas intragrupalas (Peris & Agut, 2007). En el caso de los JES, se puede inferir de lo expuesto que la identificación social predomina ante las experiencias personales de los sujetos.

Para entender esta prevalencia de la identificación, es necesario volver a prestar atención al contacto imaginario: los medios de comunicación han construido un prototipo de JES que es sinónimo de una amenaza, pero que es latente por estar ‘camuflada’. De esta manera, se construye un contexto social que predispone a otros grupos a una actitud negativa hacia los JES, antes de que siquiera las personas puedan tomar contacto con ellos.

Bien parece a esta altura que podría ser la identidad social positiva la ‘llave’ para la ‘cerradura’ del estigma a los JES. Pero hay que retomar la perspectiva de Tajfel (1981) sobre las formas de conseguir una identidad social positiva: la competición y la creatividad. En este marco interpretativo, los JES ya se encuentran involucrados en una lógica de competición de identidades,

en la que, a causa de los medios de comunicación, ellos salen desaventajados. Por lo tanto, construir una identidad social positiva para los JES podría ser más razonable por medio de la creatividad social. Aquí es donde un novedoso planteamiento entra como posible respuesta, como la 'llave' de la cerradura del estigma.

Así, esta perspectiva teórica propuesta por Jetten et al. (2011), llamada 'la cura social', plantean que las relaciones sociales y la identificación positiva con grupos pueden actuar como una especie de "cura" (de ahí el nombre) para ciertas condiciones de malestar psicológico, al proporcionar apoyo emocional, sentido de pertenencia y una fuente de autoestima. En esta misma línea, Branscombe et al. (2011) profundizan en las estrategias para lograrlo: las individualistas o las colectivistas.

Las estrategias individualistas, según Branscombe et al. (2011), serían aquellas que implican intentar dejar el grupo estigmatizado, ya sea literalmente (como cirujías, cambiar de residencia o nacionalidad) o figurativamente (como ocultar la identidad o tratar de diferenciarse de ella). Esto podría beneficiar el bienestar individual al reducir la probabilidad de sufrir discriminación personalmente, pero no cambia la situación del grupo estigmatizado en su conjunto. Abordar estas estrategias es pertinente, pues podemos observar que ya son utilizadas por los JES (Álvarez et al., 2016; Freedman, 2016; Méndez & Barra, 2008; Mettifogo & Sepúlveda, 2004) y parecen ir de acuerdo a lo planteado por Branscombe et al. (2011): no han generado un efecto de cambio del estigma.

Para situaciones de competencia social, estos autores plantean la segunda forma de lograr una identidad social positiva, las estrategias de tipo 'colectivistas', que son aquellas que implican identificarse más fuertemente con el grupo estigmatizado. Aunque esto no reduce la probabilidad de sufrir discriminación, proveería recursos psicológicos y sociales para lidiar con ella. Además, y lo más importante: tiene el potencial de mejorar la posición del grupo estigmatizado en su conjunto, estimulando un cambio social.

Este posible cambio social de las estrategias colectivistas, se vuelve crucial al momento de diseñar una intervención para reducir el estigma, pues las condiciones de contacto intergrupal de los JES permitirían promover el mejoramiento del estatus social de ellos, a través de los medios de comunicación. Si se modifica el prototipo de este grupo en los medios de comunicación, se puede reducir la 'negatividad' asociada al grupo, lo cual resultaría en dos consecuencias indirectas, en línea con lo planteado por la 'cura social' (Branscombe et al., 2011).

La primera de las consecuencias antes mencionada, sería generar un menor acuerdo de la sociedad y de los JES respecto al prototipo del grupo JES, situación que podría facilitar la creatividad social. Esto permitiría facilitar el contacto óptimo entre grupos sociales, condición necesaria para mejorar las actitudes (Brown et al., 2016) al quitar la cualidad 'amenazante' del grupo, volviendo la relación este grupo como una legítima y segura. En otras palabras, al promover un prototipo 'menos peligroso' de los JES, la sociedad 'accedería a integrarlos'.

Siguiendo lo propuesto por Branscombe et al. (2011), la segunda consecuencia de modificar el prototipo del joven egresado de SENAME, sería una mayor identificación de los propios JES con su grupo, al resaltar las cualidades positivas de sus integrantes (como podría ser la autonomía o la capacidad de desenvolverse correctamente en la sociedad), condición que puede promover otras estrategias de reducción del estigma, como empoderamiento respecto a la identidad y el mayor reconocimiento de los integrantes como grupo. Esta consecuencia, en resumidas palabras, sería el 'reducir el temor' de los JES a identificarse con su pertenencia al grupo, facilitando la interacción social y mejorando el autoestima individual (Tarrant et al., 2011).

En síntesis de este apartado, analizando la problemática del estigma hacia los JES y las características de su contacto e identificación, observamos que este grupo tiene un conjunto de elementos que sugieren a la 'cura social' como un enfoque efectivo para intervenir en la reducción de su estigma. Resolviendo con la analogía que ya llevamos observando: para la cerradura del estigma, bien parece que la promoción de una identidad positiva podría ser parte de la llave que la libera.

Este estudio

Es crucial contextualizar este estudio en el momento histórico específico en que se plantea: la culminación de la institución de SENAME, dando lugar a dos nuevas instituciones con objetivos similares, pero la aspiración de lograr resultados distintos. Así, la presente investigación se enfoca en el estigma social que enfrentan particularmente los JES, por haber pertenecido a una institución fuertemente criticada, y que se le ha atribuido ser parte de un problema que actualmente preocupa a la sociedad chilena: el crimen y la violencia (IPSOS, 2023; Pardo, 2017; Sola-Morales & Garrido, 2018). En consecuencia de ello, el análisis de la formación del estigma hacia los jóvenes egresados del SENAME no solo se trata de observar un fenómeno actual, sino de examinar el impacto que SENAME dejará en las dos nuevas entidades, desafíos que representan una oportunidad de potenciar la protección de los derechos de niños, niñas y adolescentes en Chile en una dirección que involucre la responsabilidad de la sociedad.

En síntesis de lo expuesto, es que utilizando la teoría de la 'cura social' y considerando las características de contacto, estigma e identificación social del grupo, sugerimos que promover una imagen positiva del grupo de jóvenes egresados de SENAME a través de los medios de comunicación podría ser una forma eficaz de disminuir el estigma asociado a ellos. Esta acción, no explorada para este grupo, podría facilitar la transición hacia la vida independiente y además mejorar la experiencia de los JES en ella.

En concordancia con ello, el objetivo principal de este estudio radica en explorar cómo diferentes representaciones de los jóvenes egresados del SENAME (JES), presentes en un medio de comunicación escrito, podrían influir en el grado de estigma atribuido a estos jóvenes por parte de las personas, a través del mecanismo de identificación social. Para lograr este objetivo general, se establecen cuatro objetivos específicos: evaluar el impacto de una representación positiva del grupo (en un medio de comunicación escrito) en el nivel de estigma asignado por los participantes; evaluar el impacto de una representación negativa del grupo (en un medio de comunicación escrito) en el nivel de estigma asignado por los participantes; comparar la importancia del nivel de identificación de los participantes con el grupo respecto las variables

control (RWA, SDO, empatía y conocimiento relativo sobre SENAME), en relación con el grado de estigma asignado; y, finalmente, observar la interacción entre las variables control con la variable identificación, en relación a su efecto en el estigma hacia los JES.

Método

La metodología de este estudio se configura en base a un experimento. Este proyecto se vislumbra inicialmente a modo exploratorio, como un paso inicial en el estudio del constructo 'estigma' hacia jóvenes egresados del (ex) SENAME.

Participantes

La muestra de participantes estuvo conformada por adultos de entre 18 y 65 años, que, al momento de la recolección de datos fueran residentes de la VI Región de O'Higgins de Chile ($N = 189$). Debido a los objetivos del estudio, se estableció como criterio de exclusión el haber sido beneficiario de las instituciones de SENAME o Mejor Niñez, así como el haber pertenecido a instituciones privadas asociadas a ellas. Lo anterior, pues se querían evitar posibles sesgos en las respuestas de personas que hayan sido beneficiarias del servicio o que hayan trabajado en alguna de las instituciones asociadas. Finalmente, debido al carácter exploratorio del estudio, este no buscaba ser representativo de la región de O'Higgins, por lo que se mantuvo un muestreo no probabilístico por conveniencia.

El reclutamiento de participantes fue por medio de la distribución de un afiche publicado en: sección "Afiches" de la plataforma Ucampus de la UOH; redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp) y físicamente, en la ciudad de Rancagua. Los materiales de reclutamiento se encuentran en el Anexo 1.

Materiales e Instrumentos

El material y los instrumentos que se utilizaron para la recolección de datos de este estudio estuvieron en un cuestionario online, alojado en la plataforma Qualtrics, que contó con seis secciones: 1) Descripción del estudio y consentimiento informado; 2) Preselección; 3)

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS Y CONTROL; 4) PROCEDIMIENTO EXPERIMENTAL; 5) MEDICIÓN DE ESTIGMA E IDENTIDAD SOCIAL; 6) DEBRIEFING.

La descripción del estudio y el consentimiento informado se encuentran en el Anexo 2.

Preselección

La preselección de participantes se realizó según el criterio de relación de los participantes con la institución. Quienes hayan pertenecido a alguna institución asociada a SENAME o Mejor Niñez no podían participar del estudio. La preselección se detalla en el Anexo 3.

Variables sociodemográficas y Control

En esta sección se midieron las características sociodemográficas de los participantes y, luego, se midieron las variables control escogidas según la revisión de variables implicadas en el fenómeno, previamente indagadas. Esta sección distinguió solo dos apartados, sociodemográficos y control (ver Anexo 4).

Variables sociodemográficas. En este apartado se solicitó la edad, género, comuna de residencia, nivel de estudios, nivel de ingresos mensuales y ocupación de los participantes.

Control. El segundo apartado de la sección midió seis variables control:

Primero, Contacto intergrupalo (elaboración propia), de dos ítems, que medían la naturaleza del contacto, con respuestas que iban del *'conozco a alguien que egresó de SENAME'* a *'no sé si me he relacionado con un egresado de SENAME'*; y frecuencia del contacto con jóvenes egresados del SENAME, con respuestas que iban del *'casi nunca'* a *'diariamente'*.

La segunda variable fue Conocimiento relativo sobre SENAME (elaboración propia), de un ítem, con una respuesta que iba del 1 (*nada informado*) a 5 (*totalmente informado*).

La tercera variable fue opinión sobre SENAME (elaboración propia), de un ítem, con una respuesta que variaba de 1 (*totalmente mala*) a 5 (*totalmente buena*).

Luego, Right Wing Authoritarianism, para la que se utilizó una versión breve de la escala RWA de Altemeyer (2006), adaptada y validada por Cárdenas y Parra (2010), de 12 ítems, con respuestas de tipo likert que varían desde el 1 (*totalmente en desacuerdo*) al 7 (*totalmente de acuerdo*).

A continuación, Social Dominance Orientation, con escala adaptada por Pratto et al. (2013), de 4 ítems, con respuestas de tipo likert que varían desde el 1 (*extremadamente en contra*) a 10 (*extremadamente a favor*).

Finalmente, empatía, para la que se aplicó una versión abreviada de la *Toronto Empathy Questionnaire* (Spreng et al., 2009) traducida al español por Rodríguez y Vega (2022), de 11 ítems, con respuestas que varían de '*nunca*' a '*siempre*'.

Procedimiento experimental

En la cuarta sección del formulario se manipuló el tipo de mensaje entregado a los participantes, que tuvo tres variantes: un mensaje que apelaba a una identificación social positiva (la cual debería ser congruente con la de un sujeto de la población general); un mensaje que apelaba a una identificación social negativa (la cual debería ser incongruente con la de un sujeto de la población general); y un mensaje control, que incluyó una noticia real de otro medio de comunicación y no buscaba dar saliencia a una identidad social concreta.

Para configurar esta manipulación en el contexto de medios de comunicación masiva escrita, se entregó este mensaje por medio de una viñeta, que simuló una nota de prensa en un medio de comunicación escrito. Las viñetas contaron con tres elementos que se mantuvieron en todas las variantes: introducción, cita verbal y cierre. En el mensaje positivo y negativo, la sección de introducción fue la que se sometió a cambios, para modificar el mensaje que se transmitía. En la introducción se mantuvieron sin modificaciones: el nombre (seudónimo), edad y razón de ingreso a SENAME; mientras que, la ocupación del sujeto descrita posterior al paso por SENAME, fue la sufrió cambios (estudiante y trabajador en el mensaje positivo, ocupación ilegal en el mensaje negativo). Estos elementos tuvieron el objetivo de dar al contenido el formato de una

noticia, a través del uso de fuentes primarias (cita verbal) y redacción expositiva (conclusión) con enfoque ambiguo, en función de no afectar las variables de estudio.

Cada participante debía leer una sola viñeta, la cual era asignada de forma aleatoria y, luego de ello, era dirigido a la quinta sección del formulario, en la que se midieron identidad social y estigma hacia los jóvenes egresados de SENAME.

En el Anexo 5 se detalla cada una de ellas.

Medición de estigma e identidad social

En esta sección se midió el estigma e identidad social de los participantes, luego de leer la viñeta asignada de forma aleatoria. Para medir el constructo de estigma, se utilizó la escala de estigma social hacia población excarcelaria (adaptada al grupo de estudio) creada por Moris y Saavedra (2022), que evalúa las dimensiones de prejuicio y estereotipo del estigma. Esta escala tiene 12 ítems y sus respuestas varían del *'totalmente en desacuerdo'* a *'totalmente de acuerdo'*. Por otro lado, para identidad social, se utilizó una escala de identificación social de elaboración propia con 7 ítems, basados en las propuestas de Haslam et al. (2018) y Greene (2004). Las respuestas iban desde 1 (*totalmente en desacuerdo*) a 7 (*totalmente de acuerdo*).

Para más información, ver Anexo 6.

Debriefing

La última sección del formulario tuvo por objetivo revelar la intención real del estudio, por medio de la comunicación clara y general de sus objetivos e hipótesis, junto a la explicación de utilizar una noticia falsa en el procedimiento experimental.

El debriefing puede ser encontrado en el Anexo 7.

Finalmente, por medio del software "RStudio" se procedieron a realizar las tablas descriptivas de la muestra, nuevas columnas para los promedios de cada variable y una matriz de correlaciones, entre todas las variables de interés. Junto a ello, se utilizó el programa

“ProcessR”, modelo creado por Hayes (2018), con el objetivo de realizar un análisis de mediación entre las variables, incluyendo las control.

Resultados

Descriptivos

Participaron un total de 432 personas en la encuesta, que fue difundida mediante redes sociales, así como afiches físicos en las comunas de Rancagua, Machalí y San Vicente de Tagua Tagua. No obstante, el número de respuestas con las que se trabajó fue de 189, que corresponde a quienes respondieron la totalidad de la encuesta.

El promedio de edad de la muestra fue de 28 años ($SD = 10.38$) y la distribución de géneros fue de 61.88% mujeres (112), 38.67% hombres (70) y 3.87% otro género (7). Junto a esto, los participantes provenían de 26 de las 32 comunas de la VI Región de O’Higgins, siendo la mayoría de Rancagua (83), Machalí (21) y Rengo (14). Por otro lado, 75,59% reportaron ser estudiantes de educación superior (trabajando o solo estudiando) (137) y 28.18% trabajadores, jubilados o cesantes. Una persona no reportó ocupación.

Respecto al tipo de contacto que presentaron con jóvenes egresados de SENAME, 28.73% indicaron no saber si se relacionaron con alguien egresado de SENAME (52), 25.41% indicaron no haberse relacionado con alguien egresado de SENAME (46), 18.78% indicaron conocer a alguien egresado de SENAME, 13.81% indicaron relacionarse a través de medios de comunicación (25), 11.60% indicaron haber visto a personas egresadas de SENAME sin relacionarse con ellos (21) y 6.08% indicaron tener un familiar o amigo relacionado a alguien egresado de SENAME (11).

Por otro lado, respecto al conocimiento relativo y opinión sobre SENAME, la pregunta “¿Qué tan informado cree estar usted respecto a la situación del Servicio Nacional de Menores (SENAME)?” reportó una tendencia a “poco informado” ($M = 2.17$, $SD = 0.688$) y la pregunta “¿Cómo definiría su opinión sobre SENAME?” reportó una tendencia a “mayoritariamente mala” ($M = 2.05$, $SD = 0.72$).

Luego, el promedio general de la muestra para el resto de variables control fue: moderado para SDO ($M = 4.7$; $SD = 1.3$); moderado para RWA ($M = 3.6$; $SD = 0.7$);y alto para Empatía ($M = 3.6$; $SD = 0.34$).

Finalmente, el promedio de la variable estigma fue relativamente bajo ($M = 1.84$; $SD = 0.63$) y moderado para la variable identificación ($M = 3.16$; $SD = 1.08$).

Análisis generales

Matriz de correlaciones

Para observar las posibles relaciones significativas entre las variables medidas, se realizó un análisis de correlación de matriz cero de todas las variables, observando las relaciones con las variables de interés (identificación y estigma). El resultado de eso se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1

Matriz de correlación cero

	Identificación	Estigma	Condición Experimental	C.R. SENAME	SDO	RWA	Empatía	Op. SENAME	Ocupación
Identificación	1								
Estigma	-.16*	1							
Condición experimental	.02	.06	1						
C.R. SENAME	.32***	-.02	.12	1					
SDO	-.12	.19**	.11	-.13	1				
RWA	-.08	.45***	.03	-.12	.38***	1			
Empatía	.28***	-.30***	-.04	.12	-.01	-.12	1		
Op. SENAME	.07	.06	.06	.04	.02	.10	-.17*	1	
Ocupación	-.14	.04	-.05	-.05	-.02	.02	-.19*	.03	1

Nota: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

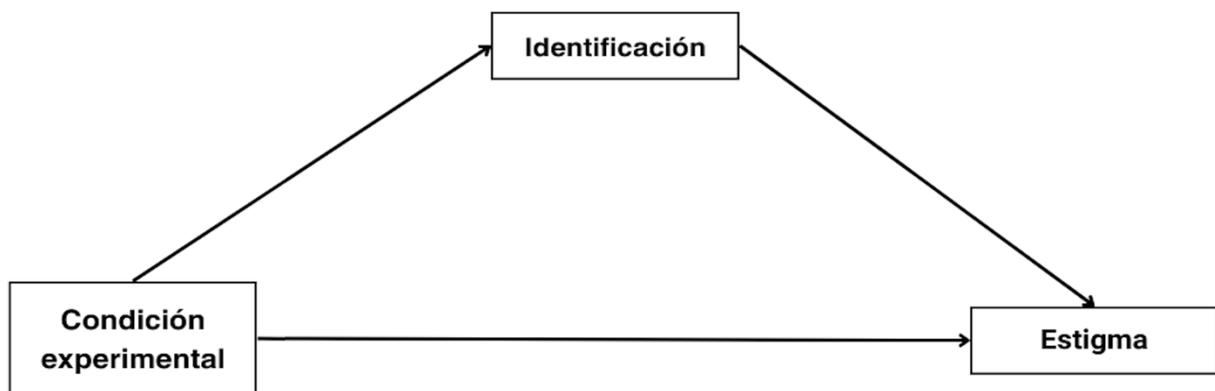
En este resultado, destacan la significativa relación de las variables RWA, SDO y Empatía con la variable estigma, siendo consistentes con la evidencia antecedente (Altemeyer, 2006; Pratto, 2013; Spreng, 2009). Sin embargo, se puede ver un comportamiento poco congruente de estas variables control con la variable identificación social, teniendo solo la variable Empatía una relación significativa, mientras RWA y SDO presentan valores poco significativos. Este comportamiento de las variables puede tener correlación con la complejidad del proceso de identificación, que puede relacionarse de maneras distintas con estas variables según el grupo social. Por otro lado, la variable ‘conocimiento relativo de SENAME’ presenta una correlación significativa con la variable identificación, siendo consistente con los planteamientos de la teoría de autocategorización (Turner, 1981) y del contacto intergrupala (Brown, 2015).

Condiciones para análisis de mediación

Debido al mecanismo de relación de las variables de interés con las condiciones experimentales y las variables control utilizadas, es pertinente observar la relación entre ellas a través de un modelo de mediación simple (Hayes, 2018). El modelo utilizado se ilustra en la Figura 1.

Figura 1

Ilustración del modelo



Tal como plantean Baron y Kenny (1986), la mediación implica que la variable mediadora representa el mecanismo generativo por el cual la variable independiente ejerce influencia sobre la variable dependiente. La utilización de este modelo comprende el cumplimiento de una serie de condiciones: relación causal entre X e Y; relación entre X y M; Relación entre M e Y; poca o nula relación entre X e Y al agregar M; y ausencia de efecto inverso entre las variables (Baron & Kenny, 1986). Si bien la correlación entre las variables de este estudio no cumple estrictamente con todas las condiciones propuestas por Baron y Kenny para una mediación ‘perfecta’, dichos autores también reconocen que en ciencias sociales la mediación puede darse de manera parcial. Así, el cumplimiento estricto de estas variables para conseguir resultados confiables ha sido puesto en duda (Hayes, 2018) en razón de que los efectos directos de una variable sobre otra no deberían ser preexistentes para observar efectos indirectos entre ellas (Saavedra, 2019).

Por ello, igualmente se realizó el análisis de mediación con el programa ProcessR (Moon, 2019) que sigue los lineamientos planteados por Hayes (2018).

Análisis de mediación

El análisis de mediación reportado a continuación, incluyó a la condición experimental como variable independiente, la identificación como variable mediadora y estigma como variable dependiente. Además, se consideraron a las variables RWA, SDO, Empatía, Conocimiento relativo sobre SENAME y Opinión sobre SENAME como variables control. Tanto las variables Género, Ocupación (Estudiante, no estudiante) y grupo de edad (18–24, 25–40, 41–55, 56–65) no reportaron relación significativa con ninguna de las variables, por lo que no fueron consideradas para el análisis. El modelo consideró 187 respuestas. En la Tabla 2 se reportan los resultados del análisis.

Tabla 2

Resumen de análisis de mediación

Antecedent	Identificación				Estigma			
	<i>Coef</i>	<i>SE</i>	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>Coef</i>	<i>SE</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
Mensaje negativo	-.479	.176	-2.722	.007	.071	.101	0.705	.481
Mensaje positiva	-.016	.178	-0.087	.930	.046	.100	0.459	.647
C.R. SENAME	.432	.107	4.024	<.001	.078	.063	1.234	.219
SDO	-.076	.059	-1.277	.203	.015	.034	0.458	.647
RWA	-.005	.113	-0.045	.964	.373	.063	5.889	<.001
Empatía	.781	.221	3.534	.001	-.455	.129	-3.544	.001
Op. SENAME	.184	.101	1.823	.070	-.022	.057	-0.386	.700
Ocupación	-.182	.165	-1.104	.271	-.028	.093	-0.301	.763
Identificación					-.044	.042	-1.042	.299
Constant	-.337	1.018	-0.331	.741	2.077	0.573	3.628	<.001
Observations		187				187		
R2		0.226				0.275		
Adjusted R2		0.191				0.238		
Residuals		0.976 (df = 178)				0.549 (df = 177)		
F		F(8,178) = 6.492, p < .001				F(9,177) = 7.455, p < .001		

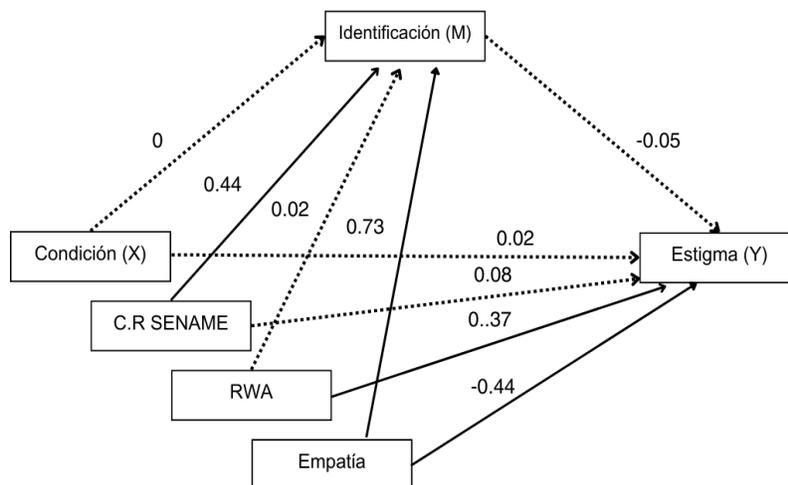
En cuanto a la relación de las variables de interés en el presente estudio, se puede desglosar el efecto de la condición experimental (independiente) sobre identificación y estigma de la siguiente manera: la condición positiva no presentó efecto significativo sobre identificación, ni a la variable estigma. A su vez, la condición negativa no presentó efecto significativo sobre la variable estigma, pero presentó un muy significativo efecto sobre la variable identificación. Se puede inferir de esto, que el estigma no se muestra influenciado significativamente por la exposición a imágenes positivas o negativas de los JES, pero la representación negativa de este grupo si influye de manera significativa a cómo las personas se identifican con ellos.

Pese a lo anterior, la variable identificación presentó un efecto no significativo con la variable estigma, de lo que se puede analizar que no cumple un rol mediador directo entre la forma que se representa al grupo y su estigma.

Por último, el modelo por completo presentó un ajuste $R^2 = .226$ ($F = 6.492$, $p < .001$) para la variable identificación social y un ajuste $R^2 = .275$ ($F = 7.455$, $p < .001$) para la variable estigma. El modelo final quedó de acuerdo a la Figura 2.

Figura 2

Modelo final



Las variables de control que mostraron tener un efecto significativo sobre la identificación social (mediador) fueron la empatía y el conocimiento relativo sobre SENAME. Junto a eso, las variables ocupación, opinión sobre SENAME, SDO y RWA no evidenciaron un efecto significativo sobre la identificación. Esto sugiere que la identificación con este grupo se ve más influida por variables asociadas a rasgos y experiencias personales, que por razones ideológicas.

Respecto al estigma (variable dependiente), las variables RWA y empatía mostraron tener un efecto significativo. Por el contrario, las variables de conocimiento relativo sobre SENAME, SDO, ocupación y opinión sobre SENAME no mostraron un efecto significativo en el grado de estigma asociado. De esta manera, la variable estigma se ve influida por aspectos personales que implican aspectos emocionales e ideológicos, siendo consistente con la construcción compleja del estigma (Bos et al., 2013).

Discusión

El presente estudio tenía por objetivo explorar cómo las representaciones de los jóvenes egresados de SENAME, incluidas en un medio de comunicación escrito, podían influir en el grado de estigma que asignan las personas a estos jóvenes, a través del mecanismo de identificación social. Al ser los JES un grupo “camuflado”, buscamos indagar si la identificación social podía mediar entre los mensajes entregados (positivos y negativos) y el estigma asociado al grupo. Lo anterior, teniendo en cuenta que dichos jóvenes tienen diversos problemas para reinsertarse en la sociedad, con un escaso apoyo de las instituciones públicas, quienes han tenido intentos, aunque infructuosos, en su proceso de integración social (Rodríguez et al., 2018).

Así, los análisis de este estudio constituyeron un paso inicial para explorar las posibles formas de reducir el estigma que sufren los JES en la sociedad chilena. Estos hallazgos se encuentran en un momento particular de la sociedad chilena, en el que se está haciendo una importante transición institucional del cuidado de las infancias más vulnerables, pero, a la vez, la criminalidad se posiciona actualmente como una de las grandes preocupaciones de la

ciudadanía. Estos dos procesos nacen de planteamientos distintos e interactúan de maneras que pueden ser antagonistas: la promoción de una mejor institucionalidad en materia de protección de las infancias, muchas veces se encuentra con la resistencia a integrar a los jóvenes, pues se les asocia con frecuencia al peligro de la criminalidad.

Existe robusta evidencia de que la preocupación por la criminalidad, se encuentra muchas veces influida por los medios de comunicación masivos, como la televisión o redes sociales (Mccombs, 2004). En Chile, Díaz y Mellado (2017) muestran que estos medios tienden a usar fuentes de carácter más político que científico, un juicio simplista hacia los involucrados y variedad de estrategias (como la información parcial o la exposición a hechos espectaculares) (Chibnall, 1977) que pueden generar en la sociedad una percepción distorsionada de los delitos o del fenómeno de la criminalidad. Esta percepción distorsionada y simplista, puede ser un gran obstáculo para la implementación de los nuevos servicios nacientes de SENAME, Mejor Niñez y Justicia Juvenil, pues sus integrantes suelen ser vistos como parte del fenómeno criminal, al pertenecer a un grupo que se le imputa regularmente la culpa de este fenómeno: las personas pobres, las marginadas, las más vulnerables (Browne & Tomicic, 2007; CIPER, 2013; Díaz & Mellado, 2017).

Pese a esta atribución antisocial hacia los JES, en el contexto académico chileno se ha realizado escasa investigación para intervenir en esta relación antagonista entre la opinión pública y los esfuerzos estatales por mejorar la institucionalidad encargada de su (re)integración social. En ese panorama investigativo, descubrimos que la falta de información del fenómeno puede tener relación tanto con la especificidad de la perspectiva propuesta, como de la cualidad 'camuflada' del grupo. En consecuencia, se impuso una dificultad agregada para acceder al conocimiento de la opinión pública sobre los JES, comprender la relación entre los elementos involucrados y las formas de abordarlos en este caso específico. Por ello, el presente estudio se planteó desde una intención exploratoria, que pretende entregar conocimientos útiles para perseverar en el estudio de este grupo, así como también permitan crear estrategias efectivas

para conciliar las políticas públicas de integración social y los rasgos psicosocioculturales de la sociedad chilena.

A modo de síntesis, los resultados más relevantes mostraron que el conocimiento relativo y la empatía se relacionan significativamente con identificación, mientras que la empatía y el autoritarismo se relacionan significativamente con estigma. Segundo, el análisis de mediación mostró que la variable identificación no cumple un rol mediador significativo entre el tipo de representación mostrada a los participantes y el grado de estigma que reportaron, implicando que podrían ser otros factores más relevantes a considerar en el estigma hacia los JES. Por último, los resultados mostraron que la representación negativa de los JES estimuló una menor identificación de los participantes con los JES, en concordancia con las evidencias existentes sobre el impacto de estos mensajes en la identificación de la sociedad con grupos socialmente excluidos. Estos resultados dan un panorama general por el cual comenzar a indagar en la estigmatización a jóvenes egresados del sistema de protección (y ya no 'egresados de SENAME'), dejando entrever algunas rutas por las que se puede continuar.

Primero, en relación al no efecto del mensaje positivo, la evidencia previa de contacto imaginario (Crisp & Turner, 2009) ya sugería la dificultad de cambiar percepciones colectivas fuertemente arraigadas que, en este caso, solo fueron por medio de una exposición breve. Si bien, esto podría interpretarse como un cuestionamiento a las teorías de identidad social (Tajfel, 1981) y contacto intergrupar (Allport et al, 1954), que plantean las potencialidades de generar identificación e influir actitudes intergrupales a través de mensajes positivos, no se descarta completamente dicho potencial. Siguiendo el enfoque teórico de la cura social (Jetten et al., 2011), estos esfuerzos comunicacionales podrían potenciarse significativamente si se complementan con otras estrategias, como intervenciones presenciales de contacto intergrupar, pues la interacción directa con miembros del grupo estigmatizado suele tener un mayor poder para generar empatía y desmontar prejuicios arraigados, tal como ya sostenía la teoría original del contacto (Allport, 1954). Desde esta perspectiva, los resultados sugieren que se requeriría de estrategias comunicacionales mucho más prolongadas y sistemáticas para lograr un impacto

acumulativo en la resignificación de la imagen colectiva de los JES. Asimismo, es relevante considerar en estas acciones complementarias lo planteado por Branscombe et al. (2011), uno de los teóricos de la cura social, respecto al empoderamiento del grupo: si los integrantes se apropian de su identidad como 'un emblema', puede mejorar su afrontamiento del estigma y, en consecuencia, suscitar un recurso facilitador para su integración social (Álvarez et al., 2016; Mendez & Barra, 2008). Justamente en esta línea de empoderamiento, la Red Latinoamericana de Egresados de Protección (2018) plantea que las intervenciones para la transición a la vida independiente deben comprender una responsabilidad compartida de la sociedad y el Estado con los jóvenes, para impulsar una vinculación positiva con sus pares y construir una imagen positiva de los egresados.

En cuanto a la disminución de la identificación ante la exposición a la representación negativa de los JES, la literatura ha evidenciado consistentemente el poder de este tipo de representaciones para perpetuar estigmas hacia grupos vulnerables (Igartua et al., 2013), tal como se observa en este caso con los JES. Si bien, desde un punto de vista teórico, estrategias comunicacionales sostenidas podrían mitigar estos efectos negativos a largo plazo, este hallazgo enfatiza la necesidad de medidas prácticas que permitan frenar el avance de sus efectos. Aquí aparece la posibilidad de avanzar en la autorregulación del ejercicio periodístico, para evitar la reproducción de representaciones discriminatorias y criminalizantes de grupos como los JES. Por otro lado, aparece el desarrollo de programas de alfabetización mediática a nivel de la ciudadanía, para entregarles herramientas de decodificación crítica de este tipo de mensajes estigmatizantes.

En relación al análisis de mediación, la falta de un efecto significativo de la identificación social es consistente con algunos estudios que enfatizan la mayor relevancia de variables emocionales e ideológicas, como la empatía y posturas políticas autoritarias, en la configuración de actitudes estigmatizantes hacia minorías (Duckitt & Sibley, 2007). No obstante, en otros estudios la identificación social sí ha demostrado cumplir un rol relevante en las actitudes hacia otros grupos (Espinosa et al., 2007; Lajevardi, 2021; Paluck, 2009), por lo que no debería descartarse su potencial en futuras intervenciones orientadas a la inclusión de los JES.

En razón de observar estas potencialidades, el presente estudio encontró relaciones que pueden convertirse en nuevos fenómenos para indagar, especialmente bajo la óptica de la cura social: la interacción de las variables empatía y autoritarismo, así como la relevancia de la variable 'conocimiento relativo'.

Por un lado, el grado de empatía de los participantes, que se relacionó positivamente con identificación y negativamente con estigma, aparece como un elemento imprescindible de observar: si bien su relación con las variables de interés es muy relevante, su importante relación con la identificación no logra traducirse en un impacto significativo de esta última variable en el cambio del estigma. Aquí, es razonable preguntarse si el autoritarismo pueda estar influyendo en esta secuencia empatía-identificación, puesto que se relacionó positivamente con el estigma. Entonces, aparece como posible línea de investigación observar el efecto de distintas intervenciones para la reducción del estigma de los jóvenes egresados, en razón de aprovechar la empatía de los espectadores, pero evitando la influencia de tendencias autoritarias.

Otro fenómeno que apareció en los resultados de este estudio, fue la relación del conocimiento relativo que los participantes tenían sobre la situación de SENAME, con la identificación presentada hacia los JES: mientras más informada esté una persona sobre la situación, más posiblemente se identificará con las personas involucradas. La evidencia antecedente sobre el conocimiento relativo es consistente en indicar que se relaciona a menor prejuicio (Brewer, 1999; Brown, 2016; Crisp & Turner, 2009; Fiske, 2013), pero el presente estudio encuentra una posibilidad de relacionar el conocimiento relativo con postulados de la teoría de autocategorización: mientras más información esté disponible para identificar al grupo, es más probable identificarlo como cercano o propio. Es relevante observar cómo este elemento de conocimiento sobre la institución podría jugar un papel en la intervención en sujetos más autoritarios, pero también para estudiarlo como un facilitador en la construcción de una identidad social positiva del grupo.

Limitaciones

En consecuencia de la naturaleza ‘camuflada’ de los JES, así como la disolución de SENAME, plantearon dos limitaciones particulares para estudiar la exclusión social a este grupo: las mediciones de estigma y de identificación social.

Por un lado, en cuanto a la medición de estigma, existe la posibilidad de que los participantes hayan respondido a las preguntas de dicho apartado influenciados por la condición de los JES. Dada la sensibilidad asociada con esta población, que incluye a niños, niñas y adolescentes que posiblemente fueron vulnerados, podría ser considerado altamente indeseable estigmatizarlos. Por lo tanto, los participantes podrían haber proporcionado respuestas que reflejen una preocupación por no contribuir a un estigma adicional hacia este grupo en particular. Esta consideración podría haber influido en la precisión de nuestras mediciones de estigma y, en consecuencia, debe ser tenida en cuenta al interpretar los resultados de este estudio. Esto se vio reflejado en que la muestra presentó un promedio general de estigma relativamente bajo.

La segunda limitante que se puede encontrar en este estudio se relaciona con la naturaleza retrospectiva con la que abordamos el fenómeno de estudio, pues implica investigar el estigma formado por una institución que ya no existe en la práctica (SENAME). Esta situación podría haber presentado dificultad a los participantes para identificarse con el grupo que buscaban evocar las viñetas, propiciando una reducción en el reporte de esta variable y, por tanto, también en el efecto que las condiciones tuvieron sobre ella o sobre la variable estigma.

Además de lo anterior, aparecieron otras limitaciones en el presente estudio, relacionadas a los recursos disponibles. Por un lado, la realización de esta investigación solamente en la VI Región de O'Higgins, fue una limitación en este contexto, pues podría reducir la generalización de los hallazgos a nivel nacional. Pese a ello, plantea un precedente valioso para futuras investigaciones: sus resultados pueden sentar las bases para futuros estudios de este estilo a escala nacional, que contemplen las diferencias socioculturales de cada región de Chile.

Por otro lado, la metodología empleada implicó la recopilación de datos a través de un autoreporte en línea, lo que conlleva el desafío de garantizar que los participantes respondieran con sinceridad y dedicación necesarias para una correcta medición. De esta manera, habría sido apropiada la utilización de un espacio físico y temporal controlado para aplicar el experimento.

Luego, la intervención de un fenómeno profundamente arraigado en lo sociocultural, como es el estigma, podría requerir un enfoque más extenso y prolongado para surtir efecto en las actitudes y percepciones de los individuos. Por ello, la exposición de una sola ocasión a una viñeta, podría no ser suficiente para observar los efectos potenciales de este tipo de intervenciones. Se sugiere, entonces, que un estudio de estas características sea puesto a prueba con un método longitudinal.

Por último, la decisión de utilizar una sola viñeta para influir en una única variable (identificación) en lugar de aplicar múltiples viñetas que abordaran las distintas variables involucradas (como conocimiento relativo, autoritarismo y empatía) podría haber limitado la comprensión completa de las relaciones que se encontraron. En este sentido, la falta de antecedentes sólidos en el estudio de los JES, también influye en nuestra capacidad para contextualizar y analizar a fondo estos resultados. De esta manera, se sugiere la utilización de un diseño que permita observar el efecto de intervenir en las distintas variables involucradas a la vez.

Conclusión

La realización de este proyecto de tesis constituye un paso inicial en el estudio sobre el estigma hacia jóvenes egresados de SENAME, pensando en la reinserción social luego de su paso por la institución. Este estudio centró su mirada en cómo la sociedad percibe este grupo, y cómo los medios de comunicación pueden jugar un rol fundamental en la entrega de información y reforzamiento de opiniones, apelando a la identificación social de las personas.

Así, los resultados obtenidos responden de forma inicial y exploratoria a los objetivos planteados, cimentando el camino para realizar futuras investigaciones que profundicen en otros

aspectos relevantes del proyecto, como probar nuevas vías de intervención para la reducción del estigma de los JES o replicar el mismo estudio a mayor escala en el país.

Además, este estudio plantea bases iniciales para entender a la sociedad como un agente activo en los procesos de reinserción de este grupo, promoviendo la empatía y colaboración. Lo anterior es relevante de considerar para la política actual y las nuevas instituciones que se establecen en reemplazo de SENAME, quienes quizás deben comenzar a poner énfasis no solo en cómo los egresados se (re)incorporan a la sociedad, sino también en cómo la sociedad recibe a este grupo y le otorga (o niega) oportunidades.

Finalmente, se espera que este estudio sea un aporte en la reducción de la ‘invisibilidad’ de este grupo, pues esto no significa que ellos ‘no existan’. Por el contrario, constituyen una población vulnerable que vive diversas problemáticas que no han logrado resolverse plenamente con las estrategias implementadas a día de hoy. La consecuencia de prestarles más atención podría comenzar a generar un acercamiento de la sociedad chilena a su realidad, reduciendo su estigma y abriendo camino a una transición, por fin, amigable y digna.

Referencias

- Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Addison-Wesley.
- Altemeyer, B. (2004). Highly dominating, highly authoritarian personalities. *The Journal of Social Psychology, 144*(4), 421–447. <https://doi.org/10.3200/SOCP.144.4.421-448>
- Álvarez Vivar, L., Bustamante Cárcamo, Y., Herrera Gálvez, E., & Pérez-Luco Arenas, R. (2016). Apoyo social percibido y su influencia en el desistimiento delictivo: Evaluación del rol institucional. *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad, 15*(1). <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol15-issue1-fulltext-627>
- Amri, S., & Bemak, F. (2013). Mental Health Help-Seeking Behaviors of Muslim Immigrants in the United States: Overcoming social stigma and cultural mistrust. *Journal of Muslim Mental Health, 7*(1). <https://doi.org/10.3998/jmmh.10381607.0007.104>
- Bachiller, S. (2013). Teorías sobre la exclusión social: reflexionando acerca de su aplicabilidad en el análisis de los procesos de precariedad social que afectan a los recolectores informales de un basural municipal. *Identidades, 1*–8.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology, 51*(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Bos, A. E., Pryor, J. B., Reeder, G. D., & Stutterheim, S. E. (2013). Stigma: Advances in theory and research. *Basic and applied social psychology, 35*(1), 1–9. <https://doi.org/10.1080/01973533.2012.746147>
- Branscombe, N., Fernández, S., Gómez, A., Cronin, T. (2011). Moving toward or away from a group identity: Different strategies for coping with pervasive discrimination. En Jetten, J.

- (Ed.), Haslam, C. (Ed.), & Haslam, A.S. (Ed.). (2011). *The Social Cure: Identity, Health and Well-Being*. (1a ed.). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203813195>
- Brewer, M. B. (1999). The Psychology of prejudice: ingroup love and outgroup hate?. *Journal of Social Issues*, 55(3), 429–444. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00126>
- Brown, R., & Paterson, J. (2016). Indirect contact and prejudice reduction: Limits and possibilities. *Current Opinion in Psychology*, 11, 20–24. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2016.03.005>
- Browne, M., & Tomicic, V. (2007). Crimen y temor: el rol de los medios. *Cuadernos.info*, (20), 21–36. <https://doi.org/10.7764/cdi.20.110>
- Cárdenas, M., & Parra, L. (2010). Adaptación y validación de la Versión Abreviada de la Escala de Autoritarismos de Derechas (RWA) en una muestra chilena. *Revista de Psicología*, 19(1), 61–79. <https://doi.org/10.5354/0719-0581.2010.17098>
- Castro, L. K., García, C. H., & Estrada, R. E. L. (2020). Exclusión social, inclusión política y autoestima de jóvenes en pobreza, Monterrey, México. *Revista de ciencias sociales*, 26(1), 38–50. <https://doi.org/10.31876/rsc.v26i1.31309>
- Chibnall, S. (Ed.). (1977). *Law-and-Order News: An analysis of crime reporting in the British press* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315013428>
- CIPER. (2013). Niños en hogares: el castigo por ser pobre. CIPER Chile. <https://www.ciperchile.cl/2013/07/31/ninos-en-hogares-el-castigo-por-ser-pobre/>
- Corrigan, P. (2004). How stigma interferes with mental health care. *American psychologist*, 59(7), 614. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.59.7.614>

- Corrigan, P. W., Larson, J. E., & Ruesch, N. (2009). Self-stigma and the “why try” effect: impact on life goals and evidence-based practices. *World psychiatry*, *8*(2), 75. <https://doi.org/10.1002/j.2051-5545.2009.tb00218.x>
- Crawford, J. T., Brandt, M. J., Inbar, Y., & Mallinas, S. R. (2016). Right-wing authoritarianism predicts prejudice equally toward “gay men and lesbians” and “homosexuals”. *Journal of Personality and Social Psychology*, *111*(2), 31-45. <https://doi.org/10.1037/pspp0000070>
- Crisp, R. J., & Turner, R. N. (2009). Can imagined interactions produce positive perceptions?: Reducing prejudice through simulated social contact. *American psychologist*, *64*(4), 231-240. <https://doi.org/10.1037/a0014718>
- Díaz, M., & Mellado, C. (2017). Agenda y uso de fuentes en los titulares y noticias centrales de los medios informativos chilenos. Un estudio de la prensa impresa, online, radio y televisión. *Cuadernos.info*, (40), 107-121. <https://doi.org/10.7764/cdi.40.1106>
- Duckitt, J., & Sibley, C. G. (2007). Right-wing authoritarianism, social dominance orientation and the dimensions of generalized prejudice. *European Journal of Personality*, *21*(2), 113-130. <https://doi.org/10.1002/per.614>
- Ekehammar, B., Akrami, N., Gylje, M., & Zakrisson, I. (2004). What matters most to prejudice: Big five personality, social dominance orientation, or right-wing authoritarianism? *European Journal of Personality*, *18*(6), 463-482. <https://doi.org/10.1002/per.526>
- Escarbajal-Frutos, A., Izquierdo-Rus, T., & López-Martínez, O. (2014). Análisis del bienestar psicológico en grupos en riesgo de exclusión social. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, *30*(2), 541-548. <http://dx.doi.org/10.6018/analesps.30.2.156591>

- Espinosa, A., Calderón-Prada, A., Burga, G., & Güímac, J. (2007). Estereotipos, prejuicios y exclusión social en un país multiétnico: el caso peruano. *Revista de psicología*, 25(2), 295–338. <https://doi.org/10.18800/psico.200702.007>
- Etchezahar, E. D., Ungaretti, J., & Costa, G. (2015). Autoritarismo del ala de derechas: Conceptualización, evaluación y perspectivas a futuro. *Investigaciones en Psicología*. 19–25. <http://hdl.handle.net/11336/72268>
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (2013). *Social cognition: From Brains to Culture*. SAGE.
- Freedman, M. (2016). Protección de los niños y niñas indígenas: El caso del SENAME y el pueblo mapuche en Chile. *Independent Study Project (ISP) Collection*. https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/2469
- Gamarnik, C. E. (2009). Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso. *Question*, 1. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/33079>
- Goffman, E., & Guinsberg, L. (1970). *Estigma: la identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu. 1–11.
- Goffman, E. (2019). *Stigma. Notes on the Management of Spoiled*. (2a ed). Amorrortu. (Trabajo original publicado en 1963).
- Gómez, F. (2020). Reducción del prejuicio hacia hombres gays y mujeres lesbianas a través del contacto imaginado en jóvenes heterosexuales [Tesis de doctorado, Pontificia Universidad Católica de Chile]. Repositorio Institucional–Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Greenberg, B. S., Eastin, M., Hofschire, L., Lachlan, K., & Brownell, K. D. (2003). Portrayals of overweight and obese individuals on commercial television. *American journal of public health*, 93(8), 1342–1348. <https://doi.org/10.2105/ajph.93.8.1342>

- Greene, S. (2004). Social identity theory and party identification. *Social science quarterly*, *85*(1), 136–153. <https://doi.org/10.1111/j.0038-4941.2004.08501010.x>
- Haslam, A., Jetten, J., Cruwys, T., Haslam, A. & Dingle, G. (2018). *The New Psychology of Health: Unlocking the Social Cure*. (1a ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315648569>
- Hayes, A. F. (2018). Partial, conditional, and moderated mediation: Quantification, inference, and interpretation. *Communication Monographs*, *85* (1), 4–40. <https://doi.org/10.1080/03637751.2017.1352100>
- Herek, G. M., & Capitanio, J. P. (1996). "Some of My Best Friends" Intergroup Contact, Concealable Stigma, and Heterosexuals' Attitudes Toward Gay Men and Lesbians. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *22*(4), 412–424. <https://doi.org/10.1177/0146167296224007>
- Hogg, M. (2015). Social Identity, self-categorization and the small group. En E. H. Witte (Ed.), & J. D. Davis (Ed.), *Understanding group behavior*. (pp. 227–253). Psychology Press.
- Igartua, J., Marcos, M. M., Alvidrez, S., & Piñeiro, V. (2013). Ficción audiovisual, inmigración y prejuicio. *Las representaciones de las migraciones en los medios de comunicación*, 157–178. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7357867z>
- IPSOS. (2023). Miradas sobre el Crimen y las Fuerzas de Seguridad Alrededor del Mundo. En IPSOS. IPSOS Crime and Corruption. Recuperado 7 de agosto de 2023, de https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023-06/Global%20Advisor%20Crime_ESP_Chile.pdf
- Jetten, J., Haslam, C., & Haslam, A.S. (Eds.). (2011). *The Social Cure: Identity, Health and Well-Being*. (1a ed.). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203813195>

- Lajevardi, N. (2021). The media matters: Muslim American portrayals and the effects on mass attitudes. *The Journal of Politics*, *83*(3), 1060–1079. <https://doi.org/10.1086/711300>.
- Levin, S., Matthews, M., Guimond, S., Sidanius, J., Pratto, F., Kteily, N., Pitpitan, E. V., & Dover, T. (2012). Assimilation, multiculturalism, and colorblindness: Mediated and moderated relationships between social dominance orientation and prejudice. *Journal of Experimental Social Psychology*, *48*(1), 207–212. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2011.06.019>.
- López, L. I., Incarnato, M., & Segade, A. (2018). Adolescentes y jóvenes sin cuidados parentales en América Latina.: Una mirada sobre sus trayectorias hacia la vida independiente. Universidad de Monterrey.
- Marchant, M. (2017). Muerte de Lissette: No es la crisis del SENAME, es nuestra crisis. CIPER Chile. <https://www.ciperchile.cl/2017/03/01/muerte-de-lissette-no-es-la-crisis-del-sename-es-nuestra-crisis/>
- McCombs, M. (2004). *Setting the agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Polity.
- McFarland, S. (2010). Authoritarianism, social dominance, and other roots of generalized prejudice. *Political Psychology*, *31*(3), 453– 477. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2010.00765.x>.
- Méndez, P., & Barra, E. (2008). Apoyo Social Percibido en Adolescentes Infractores de Ley y no Infractores. *Psyche*, *17*(1), 59–64. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-22282008000100006>
- Mettifogo, D. M., & Sepúlveda, R. S. (2004). La situación y el tratamiento de jóvenes infractores de ley en Chile. Centro de Estudios de Seguridad Ciudadana. <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/151822>

- Ministerio Secretaría General de Gobierno (2023). *Cuenta Pública 2023*.
<https://www.gob.cl/cuentapublica2023/>
- Moon, K.W. (2019). *How to analysis PROCESS macro model 8 with processR App*.
<https://rpubs.com/cardiomoon/468600>
- Moris, A., & Saavedra, P. (2022). *Adaptación y validación de una escala sobre estigma social hacia población ex carcelaria de la Sexta Región de Chile*. [Memoria de pregrado no publicada].
Universidad de O'Higgins.
- Moya, R., Lee-Maturana, S., Tay-Karapas, K., Espinoza-Tapia, R., Pinto-Cortez, C., & Guerra, C. (2023). Victimization and risk factors in children and adolescents admitted into outpatient protection systems in northern Chile. *Terapia Psicológica*, 137-158.
<https://doi.org/10.4067/S0718-48082023000200137>
- Muñoz, I., & Goycolea, R. (2015). DESAFÍOS DE LA TERAPIA OCUPACIONAL EN LA INCLUSIÓN SOCIAL DE JÓVENES INFRACTORES DE LEY, EN MEDIOS DE RÉGIMEN CERRADOS DE INTERNACIÓN EN CHILE. *Revista Chilena de Terapia Ocupacional*, 15(2).
<https://doi.org/10.5354/0719-5346.2015.38165>
- Newburn, T. (2017). *Criminology*.(3.a ed.). Routledge.
- Peris, R., & Agut, S. (2007). Evolución conceptual de la identidad social. el retorno de los procesos emocionales. *REME*, 10(26), 1.
<http://reme.uji.es/articulos/numero26/article2/article2.pdf>
- Perosanz, J. J. I., Wojcieszak, M., Ramón, D. C., & Martín, I. G. (2017). "Si te engancha, compártela en redes sociales". Efectos conjuntos de la similitud con el protagonista y el contacto imaginado en la intención de compartir una narración corta a favor de la inmigración. *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), 1085-1106. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1209>

- Paluck, E. L. (2009). Reducing intergroup prejudice and conflict using the media: a field experiment in Rwanda. *Journal of personality and social psychology*, 96(3), 574–587. <https://doi.org/10.1037/a0011989>
- Pardo, J. E. (2017). *Una aproximación a la construcción de la identidad de una egresada de un centro residencial de SENAME de Valparaíso* [Tesis de Maestría, Universidad Andrés Bello]. Repositorio Universidad Andrés Bello.
- Pettigrew, T. F. (1975). The racial integration of the schools. En T. F. Pettigrew (Ed.), *Racial Discrimination in the United States* (pp. 39–224). Harper & Row.
- Pettigrew, T. F. (1998). Intergroup contact theory. *Annual review of psychology*, 49(1), 65–85. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.49.1.65>
- Pizarro Hofer, R. (2001). La vulnerabilidad social y sus desafíos: una mirada desde América Latina. Cepal.
- Policía de Investigaciones (2019). Análisis del funcionamiento residencial en centros dependientes del servicio nacional de menores.
- Pratto, F., Sidanius, J., Stallworth, L. M., & Malle, B. F. (1994). Social dominance orientation: A personality variable predicting social and political attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67(4), 741–763. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.67.4.741>
- Pratto, F., Çidam, A., Stewart, A.L., Bou Zeineddine, F., Aranda, M., Aiello, A., Chrysochoou, X., Cichocka, A., Cohrs, C., Durrheim, K., Eicher, V., Foels, R., Górska, P., Lee, I., Licata, L., Li, L., Liu, J., Morselli, D., Meyer, I., Muldoon, O., Muluk, H., Petrovic, N., Prati, F., Papastamou, S., Petrovic, I., Prodromitis, G., Rubini, M., Saab, R., van Stekelenburg, J., Sweetman, J., Zheng, W., Henkel, K.E. (2013). Social Dominance in Context and in Individuals: Contextual Moderation of Robust Effects of Social Dominance Orientation in 15 languages

- and 20 countries. *Social Psychological and Personality Science*, 4, 587–599.
<https://doi.org/10.1177/1948550612473663>
- Rankin, K. P., Kramer, J. H., & Miller, B. L. (2005). Patterns of cognitive and emotional empathy in frontotemporal lobar degeneration. *Cognitive and Behavioral Neurology*, 18(1), 28–36.
<https://doi.org/10.1097/01.wnn.0000152225.05377.ab>
- Rodríguez, R., Henderson, M., Marchant, M., Muñoz, M. M., & Álvarez, J. (2018). Antecedentes sobre la situación y el proceso de egreso de jóvenes que han recibido cuidados alternativos en Chile. En M. Incarnato (Ed.), A. Segade (Ed.), & L. T. López Villareal (Ed.), *Adolescentes y jóvenes sin cuidados parentales en América latina* (pp. 40–56).
- Rodríguez Jiménez, J. M., & Vega Rodríguez, M. T. (2022). Análisis psicométrico del Cuestionario de Empatía de Toronto, aplicado a una muestra española. *Apuntes de Psicología*, 40(1), 21–30. <https://doi.org/10.55414/ap.v41i1.955>
- Rüsch, N., Zlati, A., Black, G., & Thornicroft, G. (2014). Does the stigma of mental illness contribute to suicidality?. *The British Journal of Psychiatry*, 205(4), 257–259.
<https://doi.org/10.1192/bjp.bp.114.145755>
- Saavedra, P. (2019). *Non-participants' support for protest violence: the role of the perceived political context*. [Tesis de doctorado, University of Sussex].
<https://hdl.handle.net/10779/uos.23475527.v1>
- Sanfuentes, M., & Espinoza, T. (2017). Crisis del Sename en Chile: una mirada desde adentro. *Notas CEOS de Política Pública*, 2, 1–9.
- Scandroglio, B., Martínez, J. S. L., & Sebastián, M. C. S. J. (2008). La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. *Psicothema*, 20(1), 80–89. <https://www.redalyc.org/pdf/727/72720112.pdf>

- Scherman, A., & Etcheagaray, N. (2012). Consumo de noticias y temor al delito en Chile. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 19(1).
https://doi.org/10.5209/rev_esmp.2013.v19.n1.42539
- Servicio Nacional de Menores. (2022). Anuario Estadístico 2021.
<https://www.sename.cl/web/wp-content/uploads/2022/09/Anuario-Estadistico-2021.pdf>
- Smith, V. (2006). La psicología social de las relaciones intergrupales: modelos e hipótesis. *Actualidades en psicología*, 20(107), 45–71. <https://doi.org/10.15517/ap.v20i107.37>
- Sola-Morales, S., & Garrido, N. A. C. (2018). Discurso estatal chileno en la protección de los derechos de niños(as) y jóvenes. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 17(1), 105–124. <https://doi.org/10.11600/1692715x.17106>
- Spreng, R. N., McKinnon, M. C., Mar, R. A., & Levine, B. (2009). The Toronto Empathy Questionnaire: Scale development and initial validation of a factor-analytic solution to multiple empathy measures. *Journal of personality assessment*, 91(1), 62–71.
<https://doi.org/10.1080/00223890802484381>
- Stathi, S., Crisp, R. J., & Hogg, M. A. (2011). Imagining intergroup contact enables member-to-group generalization. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 15(3), 275–284.
<https://doi.org/10.1037/a0023752>
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories*. Cambridge University Press (Versión en castellano, Barcelona: Herder, 1984).
- Tajfel, H., Turner, J. C., Austin, W. G., & Worchel, S. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *Organizational identity: A reader*, 56(65), 9780203505984–16.

- Tarrant, M., & Butler, K. (2011). Effects of self-categorization on orientation towards health. *British Journal of Social Psychology*, 50(1), 121–139. <https://doi.org/10.1348/014466610X511645>
- Troian, J., Bonetto, E., Varet, F., Barbier, M., & Lo Monaco, G. (2018). The effect of social dominance on prejudice towards North–African minorities: Evidence for the role of social representation of secularism as a legitimizing myth. *International Journal of Intercultural Relations*, 65, 96–104. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2018.05.002>.
- Tsukame, A. (2016). El rol de los medios de comunicación en la construcción de discursos en la “guerra contra la delincuencia juvenil” en Chile (1990–2016). *Polis. Revista Latinoamericana*, 15(44), 181–201. https://www.scielo.cl/pdf/polis/v15n44/art_09.pdf
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self categorization theory*. Oxford: Blackwell.
- Turner, R. N., & Crisp, R. J. (2010). Imagining intergroup contact reduces implicit prejudice. *British Journal of Social Psychology*, 49(1), 129–142. <https://doi.org/10.1348/014466609X419901>
- Valbuena, C., & Saldarriaga, J. (2017). *Efectos psicológicos de la institucionalización en niños, niñas y adolescentes*. [Artículo de grado, Universidad Católica de Pereira]. Repositorio Universidad Católica de Pereira.
- Vicario, A., & Moral, M. (2017). Actitudes hacia los trastornos mentales y su asociación percibida con delito: estigma social. *Salud & sociedad*, 7(3), 254–269. <https://doi.org/10.22199/s07187475.2016.0003.00002>
- Wright, S. C., Aron, A., McLaughlin–Volpe, T., & Ropp, S. A. (1997). The extended contact effect: Knowledge of cross–group friendships and prejudice. *Journal of Personality and Social psychology*, 73(1), 73. <https://doi.org/10.1037/0022–3514.73.1.73>

Anexos

Anexo 1: Materiales de Reclutamiento

Anexo 1.1: Afiche para uso físico y plataforma Ucampus



**REPRESENTACIÓN SOCIAL
Y ESTIGMA**

UOH Universidad de O'Higgins

Si vives en la región de O'Higgins
y tienes más de 18 años
¡te invitamos a participar
en nuestro estudio!

¡ESCANEA ESTE
CÓDIGO QR PARA SABER MÁS!

O contáctanos a nuestros correos:
german.valdebenito@pregrado.uoh.cl
annais.zavala@pregrado.uoh.cl

The poster features a collage of newspaper clippings with headlines such as 'VALLENTIN', 'Sequía', 'EL DIARIO', 'COMUN PARECE ALCAZAR EN', and 'Segunda'. A QR code is located in the bottom left corner.

Anexo 1.2: Afiche virtual para RRSS

Somos estudiantes de 5° año de psicología y estamos estudiando:

**REPRESENTACIÓN SOCIAL
Y ESTIGMA**

UOH Universidad de O'Higgins

Si vives actualmente en la VI Región de O'Higgins y tienes más de 18 años ¡te invitamos a participar!

link instagram

Para saber más, accede a este link!

**Ante dudas, puedes contactarnos a nuestros correos:
german.valdebenito@pregrado.uoh.cl
annais.zavala@pregrado.uoh.cl**

UOH Universidad de O'Higgins

Estamos realizando un estudio sobre

REPRESENTACIÓN SOCIAL

Y ESTIGMA

UOH Universidad de O'Higgins

Si te interesa participar, escanea el siguiente código QR con tu celular:



UOH Universidad de O'Higgins

Ante dudas, puedes escribirnos a nuestros correos:
german.valdebenito@pregrado.uoh.cl; annais.zavala@pregrado.uoh.cl

Anexo 2: Consentimiento Informado

A continuación le invitamos a responder el siguiente cuestionario de investigación, enmarcado en el estudio sobre representación social de jóvenes egresados de SENAME, como parte del proyecto de Tesis para optar al título de Psicólogo en la Universidad de O'Higgins. Esta invitación está dirigida a todas las personas de entre 18 y 65 años que viven en la Región de O'Higgins.

Su participación en esta investigación es de carácter voluntaria y anónima, y tomará aproximadamente 20 minutos de su tiempo. Para participar, por favor lea el siguiente consentimiento y marque cada enunciado siempre y cuando se encuentre de acuerdo con ellos.

Si usted tiene cualquier pregunta o requiere de cualquier otra información acerca de su participación en este estudio puede comunicarse con los estudiantes a cargo Germán Valdebenito y Annais Zavala.

Email: german.valdebenito@pregrado.uoh.cl ; annais.zavala@pregrado.uoh.cl

Por favor lea cada enunciado a medida que comprenda y se encuentre de acuerdo con ellos.

- Participación: Su participación en la investigación es completamente voluntaria, en caso de sentirse incómodo, o no desear seguir participando, puede retirarse en cualquier momento que lo desee sin dar explicaciones, lo cual no tendrá consecuencias de ningún tipo para usted.
- Riesgos: Su participación se realizará de forma completamente virtual y no se le pedirá ninguna información personal ni datos que permitan identificarle. No se prevé que su participación suponga ningún tipo de riesgo.
- Compensación: Usted no recibirá compensación de ningún tipo por su participación en esta investigación, así como también su participación no tendrá ningún costo para usted.

- **Uso de datos:** Toda la información recolectada en este estudio será almacenada y resguardada por los investigadores responsables, pertenecientes a la Universidad de O'Higgins y se ocupará exclusivamente para fines asociados al presente proyecto de tesis.
- **Confidencialidad:** Todos los datos serán conservados en total confidencialidad y anonimato.
- **Derecho a conocer resultados:** Usted tiene derecho a conocer los resultados del estudio, para lo cual puede solicitar a los investigadores responsables tener acceso a dicha información.
- **Cumplimiento de criterios:** Declara ser mayor de 18 años de edad y pertenecer a la región de O'Higgins.

En el caso de dudas sobre sus derechos como participante se puede comunicar con el Comité de Ética Científico UOH a través de su correo electrónico (cec@uoh.cl), o contactar directamente a la Secretaría Ejecutiva: Inés Donoso (Tel.: +569 57731093), o al Presidente: Carlos Puebla A. (Tel.: +569 84456002).

La oficina del comité se encuentra ubicada en primer piso de la Universidad de O´Higgins, Campus Rancagua. Av. Libertador Bernardo O´Higgins 61, Rancagua.

Ítem	Opciones
------	----------

Confirmando que he comprendido toda la información que se me entregó, he tenido la posibilidad de plantear mis dudas, las cuales han sido respondidas completamente y por lo tanto, acepto participar voluntariamente en el proyecto sobre jóvenes egresados de SENAME, a cargo de los investigadores Germán Valdebenito y Annaís Zavala.

De acuerdo

En desacuerdo

Anexo 3: Preselección

Ítem	Opciones
¿Ha pertenecido o pertenece actualmente a una institución asociada al Servicio Nacional de Menores (SENAME) o Servicio Mejor Niñez?	Sí
	No

Anexo 4: Variables sociodemográficas y control

Anexo 4.1: Sociodemográficos

A continuación, se solicitan datos generales para su caracterización. Seleccione la opción que le corresponda apropiadamente. Al terminar, presione el botón [siguiente página]

Ítem	Opciones
Indique su edad	18-65 (lista desplegable)
Indique su género	Femenino
	Masculino
	Otro
Comuna de residencia	Codegua
	Coinco
	Coltauco
	Doñihue

Graneros
Las Cabras
Machalí
Malloa
Olivar
Peumo
Pichidegua
Quinta de Tilcoco
Rancagua
Rengo
Requínoa

San Francisco de Mostazal
San Vicente de Tagua Tagua
La Estrella
Litueche
Marchigue
Navidad
Paredones
Pichilemu
Chépica
Chimbarongo
Lolol

	Nancagua
	Palmilla
	Peralillo
	Placilla
	Pumanque
	San Fernando
	Santa Cruz
Nivel de Estudios	No estudió
	Básica incompleta
	Básica Completa
	Enseñanza Media Incompleta

	Enseñanza Media Completa
	Liceo Técnico Incompleto
	Liceo Técnico Completo
	Centro de Formación Técnica Incompleto
	Centro de Formación Técnica Completo
	Instituto Profesional Incompleto
	Instituto Profesional Completo
	Universidad Incompleta
	Universidad Completa
	Postgrado (Diplomado, Magister, Doctorado)

Ocupación	Trabajador con contrato indefinido
	Trabajador con contrato definido
	Trabajador independiente informal
	Trabajador independiente formal
	Estudiante y Trabajador informal
	Estudiante y Trabajador Formal
	Estudiante
	Jubilado
	Cesante o Desocupado

Anexo 4.2: Nivel Socioeconómico

Incluyéndose usted, ¿cuántas personas viven en su hogar en la actualidad? No considere el servicio doméstico, aunque sea puertas adentro

- 1 (1)
- 2 (2)
- 3 (3)
- 4 (4)
- 5 (5)
- 6 (6)
- 7 (7)
- 8 (8)
- 9 (9)
- 10 ó más (10)

(Dependiendo de la respuesta de la pregunta anterior, se desplegará una de la siguiente lista de opciones)

(1 integrante) Por favor, piense en el ingreso total de su hogar en un mes promedio, considerando el aporte de todos sus miembros y otros ingresos adicionales como rentas de propiedades, jubilaciones o pensiones. ¿En cuál de estos tramos está el ingreso total mensual de su hogar?

- \$ 0 a \$ 124 mil (1)
- \$ 125 mil a \$ 217 mil (2)
- \$ 218 mil a \$ 379 mil (3)
- \$ 380 mil a \$ 661 mil (4)
- \$ 662 mil a \$ 1,1 millones (5)

- \$ 1,2 millones a \$ 2,0 millones (6)
- \$ 2,1 millones o más (7)

(2 integrantes) Por favor, piense en el ingreso total de su hogar en un mes promedio, considerando el aporte de todos sus miembros y otros ingresos adicionales como rentas de propiedades, jubilaciones o pensiones. ¿En cuál de estos tramos está el ingreso total mensual de su hogar?

- \$ 0 a \$ 201 mil (1)
- \$ 202 mil a \$ 353 mil (2)
- \$ 354 mil a \$ 616 mil (3)
- \$ 617 mil a \$ 1,0 millones (4)
- \$ 1,1 millones a \$ 1,8 millones (5)
- \$ 1,9 millones a \$ 3,2 millones (6)
- \$ 3,3 millones o más (7)

(3 integrantes) Por favor, piense en el ingreso total de su hogar en un mes promedio, considerando el aporte de todos sus miembros y otros ingresos adicionales como rentas de propiedades, jubilaciones o pensiones. ¿En cuál de estos tramos está el ingreso total mensual de su hogar?

- \$ 0 a \$ 268 mil (1)
- \$ 269 mil a \$ 469 mil (2)
- \$ 470 mil a \$ 818 mil (3)
- \$ 819 mil a \$ 1,4 millones (4)

- \$ 1,5 millones a \$ 2,4 millones (5)
- \$ 2,5 millones a \$ 4,3 millones (6)
- \$ 4,4 millones o más (7)

(4 integrantes) Por favor, piense en el ingreso total de su hogar en un mes promedio, considerando el aporte de todos sus miembros y otros ingresos adicionales como rentas de propiedades, jubilaciones o pensiones. ¿En cuál de estos tramos está el ingreso total mensual de su hogar?

- \$ 0 a \$ 328 mil (1)
- \$ 329 mil a \$ 574 mil (2)
- \$ 575 mil a \$ 1,0 millones (3)
- \$ 1,1 millones a \$ 1,7 millones (4)
- \$ 1,8 millones a \$ 3,0 millones (5)
- \$ 3,1 millones a \$ 5,3 millones (6)
- \$ 5,4 millones o más (7)

(5 integrantes) Por favor, piense en el ingreso total de su hogar en un mes promedio, considerando el aporte de todos sus miembros y otros ingresos adicionales como rentas de propiedades, jubilaciones o pensiones. ¿En cuál de estos tramos está el ingreso total mensual de su hogar?

- \$ 0 a \$ 384 mil (1)
- \$ 385 mil a \$ 671 mil (2)
- \$ 672 mil a \$ 1,1 millones (3)

- \$ 1,2 millones a \$ 2,0 millones (4)
- \$ 2,1 millones a \$ 3,5 millones (5)
- \$ 3,6 millones a \$ 6,2 millones (6)
- \$ 6,3 millones o más (7)

(6 integrantes) Por favor, piense en el ingreso total de su hogar en un mes promedio, considerando el aporte de todos sus miembros y otros ingresos adicionales como rentas de propiedades, jubilaciones o pensiones. ¿En cuál de estos tramos está el ingreso total mensual de su hogar?

- \$ 0 a \$ 436 mil (1)
- \$ 437 mil a \$ 762 mil (2)
- \$ 763 mil a \$ 1,3 millones (3)
- \$ 1,4 millones a \$ 2,3 millones (4)
- \$ 2,4 millones a \$ 4,0 millones (5)
- \$ 4,1 millones a \$ 7,0 millones (6)
- \$ 7,1 millones o más (7)

(7 integrantes) Por favor, piense en el ingreso total de su hogar en un mes promedio, considerando el aporte de todos sus miembros y otros ingresos adicionales como rentas de propiedades, jubilaciones o pensiones. ¿En cuál de estos tramos está el ingreso total mensual de su hogar?

- \$ 0 a \$ 486 mil (1)
- \$ 487 mil a \$ 849 mil (2)

- \$ 850 mil a \$ 1,4 millones (3)
- \$ 1,5 millones a \$ 2,5 millones (4)
- \$ 2,6 millones a \$ 4,5 millones (5)
- \$ 4,6 millones a \$ 7,8 millones (6)
- \$ 7,9 millones o más (7)

(8 integrantes) Por favor, piense en el ingreso total de su hogar en un mes promedio, considerando el aporte de todos sus miembros y otros ingresos adicionales como rentas de propiedades, jubilaciones o pensiones. ¿En cuál de estos tramos está el ingreso total mensual de su hogar?

- \$ 0 a \$ 533 mil (1)
- \$ 534 mil a \$ 932 mil (2)
- \$ 933 mil a \$ 1,6 millones (3)
- \$ 1,7 millones a \$ 2,8 millones (4)
- \$ 2,9 millones a \$ 4,9 millones (5)
- \$ 5,0 millones a \$ 8,6 millones (6)
- \$ 8,7 millones o más (7)

(9 integrantes) Por favor, piense en el ingreso total de su hogar en un mes promedio, considerando el aporte de todos sus miembros y otros ingresos adicionales como rentas de propiedades, jubilaciones o pensiones. ¿En cuál de estos tramos está el ingreso total mensual de su hogar?

- \$ 0 a \$ 579 mil (1)

- \$ 580 mil a \$ 1,0 millones (2)
- \$ 1,1 millones a \$ 1,7 millones (3)
- \$ 1,8 millones a \$ 3,0 millones (4)
- \$ 3,1 millones a \$ 5,3 millones (5)
- \$ 5,4 millones a \$ 9,3 millones (6)
- \$ 9,4 millones o más (7)

(10 integrantes) Por favor, piense en el ingreso total de su hogar en un mes promedio, considerando el aporte de todos sus miembros y otros ingresos adicionales como rentas de propiedades, jubilaciones o pensiones. ¿En cuál de estos tramos está el ingreso total mensual de su hogar?

- \$ 0 a \$ 624 mil (1)
- \$ 625 mil a \$ 1,0 millones (2)
- \$ 1,1 millones a \$ 1,9 millones (3)
- \$ 2,0 millones a \$ 3,3 millones (4)
- \$ 3,4 millones a \$ 5,7 millones (5)
- \$ 5,8 millones a \$ 10,0 millones (6)
- \$ 10,1 millones o más (7)

Anexo 4.3: Contacto intergrupala (elaboración propia)

Los siguientes dos ítems refieren a la relación que ha tenido usted alguna vez con alguien egresado de SENAME, siempre y cuando sepa haberlo hecho. Por favor, responda la opción que más le represente en cada pregunta. En caso de no saber, responda la opción “No sé”.

Ítem	Opciones
¿Cuál es el mayor grado en que se ha relacionado con una persona egresada del Servicio Nacional de Menores (SENAME)? Indique la opción que más le represente	Conozco a alguien que egresó de SENAME
	Un amigo o familiar se relaciona con alguien egresado de SENAME
	He visto a personas egresadas del SENAME, pero no me he relacionado con ellos
	A través de medios de comunicación (Televisión, Redes Sociales, Radio, Podcast)
	No me he relacionado con un egresado de SENAME

	No sé si me he relacionado con un egresado de SENAME
¿Cuán frecuentemente se relaciona con esa persona de la forma anteriormente indicada? (si no es regular, indique la mayor frecuencia que haya tenido)	Casi nunca
	Una vez al mes
	Más de una vez al mes
	Más de una vez a la semana
	Diariamente

Anexo 4.4: Conocimiento relativo y Opinión sobre SENAME (elaboración propia)

Ítem

¿Qué tan informado cree estar usted respecto a la situación del Servicio Nacional de Menores (SENAME)?

1	2	3	4	5
Nada informado	Poco Informado	Bien informado	Muy bien informado	Totalmente informado

Ítem

¿Cómo definiría su opinión sobre SENAME?

1	2	3	4	5
Totalmente mala	Mayoritariamente mala	Ni buena Ni mala	Mayoritariamente buena	Totalmente buena

Anexo 4.5: Escala de Autoritarismo de Derechas (RWA) (Cárdenas & Parra, 2010)

Los siguientes ítems buscan saber sobre su posición respecto a la autoridad en la sociedad general. Por favor, indique su preferencia con cada una de las afirmaciones siguientes, donde 1 es *totalmente en desacuerdo*, 4 es *ni en acuerdo ni en desacuerdo* y 7 es *totalmente de acuerdo*.

Ítem						
Nuestra sociedad necesita líderes fuertes que puedan erradicar el extremismo y la inmoralidad que prevalecen actualmente.						
1	2	3	4	5	6	7
Nuestra sociedad necesita librepensadores, que tengan la valentía para confrontar los convencionalismos, incluso si esto molestase a muchas personas.						
1	2	3	4	5	6	7

Las tradiciones y valores antiguos aún nos indican la mejor forma de vivir.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Nuestra sociedad sería mejor si mostráramos tolerancia y comprensión por las ideas y valores diferentes (no convencionales).

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Las leyes que castigan el aborto deben ser estrictamente acatadas.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

La sociedad necesita mostrar una mayor apertura hacia las personas que piensan por sí mismas y diferente de las autoridades, más que apoyar el que dichas autoridades decidan por nosotros.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Muchas personas desafían al Estado, critican a la Iglesia e ignoran las formas normales de vida, sin que por ello dejen de ser buenas.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Nuestros antepasados deben ser más admirados y respetados por su contribución a la construcción de nuestra sociedad, sobre todo en esta época en que existen fuerzas que tratan de destruirla.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Hay muchas personas radicales o inmorales que tratan de echar a perder las cosas; la sociedad debe frenarlos.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

En defensa de la libertad de expresión deberíamos permitir la publicación de literatura que incluso podemos considerar mala o contraria a nuestras ideas.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

La situación de la sociedad actual mejoraría si los agitadores fueran tratados con humanidad e intentando hacerlos entrar en razón.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Todo buen ciudadano debería ayudar a eliminar la maldad que envenena nuestro país desde dentro si la sociedad así lo requiere.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Anexo 4.6: Escala de Dominancia Social (SDO) (Pratto et al., 2013)

Hay muchos tipos de grupos en el mundo: hombres y mujeres, grupos étnicos y religiosos, nacionalidades, facciones políticas. ¿En qué medida apoyas o te opones a las ideas sobre los grupos en general?. Por favor indique su preferencia con cada una de las afirmaciones siguientes, donde 1 es *extremadamente en contra* y 10 es *extremadamente a favor*.

Ítem									
En el establecimiento de prioridades, debemos tener en cuenta todos los grupos.									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
No deberíamos presionar para obtener la igualdad entre los grupos.									

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
La igualdad entre los grupos debería ser nuestro ideal.									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Los grupos superiores deberían dominar a los inferiores.									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Anexo 4.7: Cuestionario de Empatía de Toronto (Rodríguez & Vega, 2022)

Los siguientes ítems buscan reconocer su preocupación por el sentir de otras personas. Por favor, lea los enunciados e indique su preferencia con cada uno de manera apropiada.

<p>Cuando alguien se siente emocionado, yo también suelo emocionarme con él/ella, es como si sintiera lo mismo (por ejemplo, si alguien se pone triste, me pongo triste; si está contento, me pongo contento).</p>

Nunca	Rara vez	A veces	Siempre
Me molesta ver que alguien está siendo tratado de manera irrespetuosa.			
Nunca	Rara vez	A veces	Siempre
Disfruto haciendo que otras personas se sientan mejor.			
Nunca	Rara vez	A veces	Siempre
Siento afecto y me preocupo por las personas menos afortunadas que yo.			
Nunca	Rara vez	A veces	Siempre
Cuando un amigo o amiga empieza a hablar de sus problemas, trato de dirigir la conversación hacia otra cosa (cambiar de tema).*			
Nunca	Rara vez	A veces	Siempre
Puedo saber cuándo los demás están tristes incluso cuando no dicen nada.			
Nunca	Rara vez	A veces	Siempre
Pienso que estoy “en sintonía” y con los estados de ánimo de otras personas, es decir, puedo sentirme como ellos se sienten.			

Nunca	Rara vez	A veces	Siempre
-------	----------	---------	---------

Me enfado cuando alguien llora.*

Nunca	Rara vez	A veces	Siempre
-------	----------	---------	---------

Siento un fuerte impulso de ayudar a una persona cuando veo que se encuentra mal o está molesta.

Nunca	Rara vez	A veces	Siempre
-------	----------	---------	---------

Me parece una tontería que la gente lllore por felicidad.*

Nunca	Rara vez	A veces	Siempre
-------	----------	---------	---------

Me dan ganas de ayudar y proteger a una persona cuando veo que se aprovechan o quieren aprovecharse de él/ella.

Nunca	Rara vez	A veces	Siempre
-------	----------	---------	---------

Anexo 5: Procedimiento experimental

Anexo 5.1: Viñeta 1 – Situación positiva

Por favor, lea el siguiente extracto de una noticia presente en un medio de comunicación nacional y luego responda las preguntas consiguientes del formulario.

Reportaje: Las realidades múltiples que deja SENAME

El 5 de enero de 2021 se promulgó la ley que crea dos nuevos servicios posteriores a SENAME: Servicio Mejor Niñez y Servicio de reinserción social juvenil. El primero entró en vigencia hace unas semanas, el 1 de octubre, y el segundo comenzará sus funciones en enero del 2023, dejando atrás a la alicaída institución de SENAME, que tuvo distintas visiones sobre su funcionamiento durante 42 años. En este reportaje conversamos con jóvenes egresados de la institución y encontramos sus diversas realidades.

Uno de ellos es José (seudónimo), un joven de 20 años que ingresó a SENAME por haber infringido la ley, a los 14 años. Hoy, ya egresado, nos cuenta que está viviendo con una tía y está estudiando en un instituto técnico de la región de O'Higgins. También trabaja los fines de semana, para ahorrar o aportar en la casa. Respecto a su paso por SENAME, nos comenta:

“Fue algo que marcó mi vida en muchas cosas y lo recuerdo con cosas buenas y malas, había gente que me daba ánimos para seguir adelante y otras que no, como en todos lados. Creo que eso le pega a todos de manera distinta”.

A menos de 3 meses del fin definitivo de SENAME, son muchos los desafíos que quedan por cubrir para las dos nuevas instituciones, que ya trabajan rápidamente para su puesta en marcha definitiva.

Anexo 5.2: Viñeta 2 – Situación Negativa

Por favor, lea el siguiente extracto de una noticia presente en un medio de comunicación nacional y luego responda las preguntas consiguientes del formulario.

Reportaje: Las realidades múltiples que deja SENAME

El 5 de enero de 2021 se promulgó la ley que crea dos nuevos servicios posteriores a SENAME: Servicio Mejor Niñez y Servicio de reinserción social juvenil. El primero entró en vigencia hace unas semanas, el 1 de octubre, y el segundo comenzará sus funciones en enero del 2023, dejando atrás a la alicaída institución de SENAME, que tuvo distintas visiones sobre su funcionamiento durante 42 años. En este reportaje conversamos con jóvenes egresados de la institución y encontramos sus diversas realidades.

Uno de ellos es José (seudónimo), un joven de 20 años que ingresó a SENAME por haber infringido la ley, a los 14 años. Hoy, ya egresado, nos cuenta que vive con una tía y es parte de una banda criminal, en la que se encarga de hacer recados y transportar distintas especies. No se involucra en acciones demasiado visibles como robos o ataques a bandas rivales, para no llamar la atención de las policías. Respecto a su paso por SENAME, nos comenta:

“Fue algo que marcó mi vida en muchas cosas y lo recuerdo con cosas buenas y malas, había gente que me daba ánimos para seguir adelante y otras que no, como en todos lados. Creo que eso le pega a todos de manera distinta”.

A menos de 3 meses del fin definitivo de SENAME, son muchos los desafíos que quedan por cubrir para las dos nuevas instituciones, que ya trabajan rápidamente para su puesta en marcha definitiva.

Anexo 5.3: Viñeta 3 – Control

Por favor, lea el siguiente extracto de una noticia presente en un medio de comunicación nacional y luego responda las preguntas consiguientes del formulario.

Servicio Mejor Niñez: “Con los niños no podemos seguir experimentando”

A partir del 1 de octubre de este año comienza la implementación de la ley que crea el Servicio Nacional de Protección Especializada a la Niñez y Adolescencia (Mejor Niñez). La entidad viene a reemplazar el trabajo del Sename tras reconocerse la falla del Estado en la protección de niños, niñas y adolescentes (NNA).

El nuevo servicio viene a implementar mejoras en su forma de concebir la protección especializada de la niñez y adolescencia, en palabras de su Directora, se deja de depender del Ministerio de Justicia para depender del Ministerio del Desarrollo Social y Familia.

Esto quiere decir que tiene como foco de atención no solo a los niños, sino también a sus familias, este pasaría de tener un sentido punitivo para tener una mirada y sentido mucho más social y familiar.

“Lo primero que hay que tener claro es que Mejor Niñez no es ni un cambio de nombre ni tampoco un cambio cosmético, en la forma y en el fondo, Mejor Niñez no es más de lo mismo ni lo será”, asegura María José Castro, directora del Servicio Mejor Niñez.

Anexo 6: Medición de identidad social y estigma

Anexo 6.1 : *Escala de Estigma (Moris & Saavedra, 2022)*

De acuerdo a la información leída sobre SENAME, por favor indique su preferencia con cada una de las afirmaciones siguientes.

Ítem				
Las personas que han estado en el SENAME nunca cambian.				
1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
"Dale la mano a un egresado de SENAME y te tomará el codo"				
1	2	3	4	5

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	----------	------------	-----------------------

No debemos esperar mucho de una persona que ha estado en el SENAME.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Intentar rehabilitar a una persona que estuvo en el SENAME es una pérdida de tiempo y dinero.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Nunca sabes cuándo una persona que estuvo en el SENAME está diciendo la verdad.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Hay que estar constantemente alerta con las personas egresadas de SENAME.

1	2	3	4	5
Totalmente desacuerdo	Desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Las personas egresadas de SENAME solo piensan en sí mismos.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Las personas que estuvieron en el SENAME son simplemente malos de corazón.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

No querría que un ser querido fuera amigo de alguien que estuvo en el SENAME.

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

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	----------	------------	-----------------------

Las personas que estuvieron en el SENAME son simplemente inmorales.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Me gustaría pasar tiempo con algunas personas que estuvieron en el SENAME.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Las personas que estuvieron en el SENAME solo respetan la fuerza bruta.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Anexo 6.2: Identidad Social (Haslam et al, 2018; Greene, 2004; elaboración propia)

De acuerdo a la información leída en el extracto anterior, por favor indique su preferencia con cada una de las afirmaciones siguientes, donde 1 es *totalmente en desacuerdo*, 4 es *ni en acuerdo ni en desacuerdo* y 7 es *totalmente de acuerdo*.

Ítem						
Me identifico con los jóvenes egresados de SENAME						
1	2	3	4	5	6	7

Siento un fuerte vínculo con los jóvenes egresados de SENAME

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Me interesa mucho lo que los demás piensan de los jóvenes egresados de SENAME.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Si una noticia en los medios de comunicación criticara a los jóvenes egresados de SENAME,
me sentiría avergonzado.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Tengo las mismas limitaciones para vivir que los jóvenes egresados de SENAME.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

Tengo los mismos valores que los jóvenes egresados de SENAME

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Anexo 7: Debriefing

Usted ha participado en el presente estudio, llamado 'Rol de la representación social de medios de comunicación en el estigma hacia jóvenes egresados de SENAME'.

Investigaciones previas han mostrado que el estigma hacia un grupo social se ve reducido si las personas mantienen contacto directo con ese grupo, pero esta reducción del estigma puede verse obstaculizada por la identidad social de cada grupo.

Este estudio tiene por objetivo observar cómo las personas pueden pensar hacia los jóvenes egresados de SENAME, si es que se les muestra una noticia que los represente de una forma con la que los participantes se puedan sentir identificados o no.

En este caso se le ha mostrado una de tres variantes de un extracto de una noticia. Estas han sido manipuladas significativamente para cumplir el objetivo de este estudio, por lo que en ningún caso representan información que se pueda aplicar fuera del contexto de esta investigación.

A todos los participantes se les dieron las mismas indicaciones y se midió cómo pensaban de los jóvenes egresados de SENAME. No se le informó previamente esta información, porque podría haber afectado en sus respuestas y reducido la confiabilidad final del estudio.

Este es el final de la encuesta. ¡Agradecemos su participación!

Por favor, pulse en la parte inferior para enviar sus respuestas.