






## RESEARCH PAPER / ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN



# Immigration: an invasion or an opportunity to the country. The effect of real news frames of immigration on ethnic attitudes (*Inmigración: invasión u oportunidad para el país. El efecto del enfoque de noticias reales sobre la inmigración en las actitudes étnicas*)

Lucía López-Rodríguez <sup>a</sup>, Alexandra Vázquez <sup>b</sup>, Isabel Cuadrado <sup>a</sup>,  
Marco Brambilla <sup>c</sup>, Miriam Rodrigo<sup>a</sup> and John F. Dovidio <sup>d</sup>

<sup>a</sup>Centro de Estudio de las Migraciones y las Relaciones Interculturales (CEMyRI), Universidad de Almería;

<sup>b</sup>Universidad Nacional de Educación a Distancia; <sup>c</sup>Università degli Studi Milano-Bicocca; <sup>d</sup>Yale University

## ABSTRACT

How immigration is framed in the media can influence ethnic attitudes and support for anti-immigration policies. This work analysed the effects of media representations about immigration (as an invasion or an opportunity for the economic growth of the country) on the perceptions (i.e., perceived [im]morality, realistic and symbolic threat) and emotions of anger and fear of Spanish (Study 1) and Italian participants (Study 2), and their willingness to accept anti-immigration policies proposed by far-right parties such as Vox (in Spain) or La Lega (in Italy). Results showed direct effects of news frames on perceived immorality, threat and anger in Spain. News frames indirectly affected support for anti-immigration policies through perceived immorality and realistic threat (serially). In Italy, news frames only affected perceived immorality and anger among Italians with rightist orientation. The opportunity-frame (vs. invasion-frame) was indirectly associated with less support for anti-immigration policies, through perceived immorality, for those with a more conservative orientation. These findings suggest that news frames can indirectly influence the support for anti-immigration parties through psychosocial processes in an era of political populism.

## RESUMEN

El enfoque que los medios de comunicación adoptan sobre la inmigración puede influir en las actitudes étnicas y el apoyo a políticas antiinmigración. En este trabajo se analizan los efectos de las representaciones mediáticas (extraídas de noticias reales) sobre la inmigración (como invasión o como oportunidad de crecimiento económico del país) sobre las percepciones de [in]moralidad, amenaza realista y simbólica y las emociones de ira y de miedo de participantes españoles (Estudio 1) e italianos (Estudio 2) hacia inmigrantes marroquíes o árabes, y su predisposición a aceptar políticas antiinmigración propuestas por partidos de extrema derecha como Vox (en España) o La Lega (en Italia). En España, los resultados revelaron

## ARTICLE HISTORY

Received 11 January 2020

Accepted 22 February 2020

## KEYWORDS

ethnic attitudes; ethnic stereotypes; far-right policies; immorality; perceived threat

## PALABRAS CLAVE

actitudes étnicas; estereotipos étnicos; medidas políticas de extrema derecha; inmoralidad; amenaza percibida

**CONTACT** Lucía López-Rodríguez  [lucialopez@ual.es](mailto:lucialopez@ual.es)  Departamento de Psicología y CEMyRI, Universidad de Almería, Almería, España.

English version: pp. 452–469 / Versión en español: pp. 470–488

References / Referencias: pp. 488–491

Translation from English / Traducción del inglés: Mercè Rius

© 2020 Fundacion Infancia y Aprendizaje

efectos directos del enfoque de la noticia sobre las percepciones de inmoralidad y amenaza y sobre la emoción de ira. El efecto del encuadre noticioso sobre el apoyo a políticas antiinmigración fue indirecto, a través de la inmoralidad percibida y de la amenaza realista (de forma secuencial). En Italia, el enfoque adoptado por las noticias solo influyó en la inmoralidad percibida y en la ira entre los participantes con una ideología más conservadora. Para estos participantes, el enfoque de oportunidad (frente al de invasión) se relacionó indirectamente con un menor nivel de apoyo a políticas antiinmigración a través de la inmoralidad percibida. Estos resultados sugieren que el enfoque adoptado por las noticias al referirse a la inmigración puede influir indirectamente, a través de procesos psicosociales, en el apoyo a los partidos contrarios a la inmigración en una era de populismo político.

Over the last years, Europe has witnessed the rise of nationalist political parties that often engage with a xenophobic populist discourse against immigration. The last European Parliament elections showed a substantial growth of nationalism throughout Europe (European Parliament, 2019; see Laffan, 2019). Surprisingly, even Spain, up to now a country quite reticent to support far-right politics, has experienced the sudden upsurge of a far-right party, Vox. This party became the third-largest party in Spain in the last elections (10 November 2019). In Italy, La Lega, a previous separatist party (called La Lega Nord) with a mutated discourse against immigration, has unprecedented support from Italian public opinion, being one of the most voted parties in the country. Both Vox and La Lega maintain comparable narratives that associate immigration with delinquency and less resources for nationals.

These populist discourses are spread thanks to the general access to the media and social networks (see, for example, Ernst, Engesser, Büchel, Blassnig, & Esser, 2017). Therefore, how media frame immigration can influence people's attitudes towards immigrants and willingness to support anti-immigration policies. The current work analysed the effect of media representations regarding immigration (as an invasion vs. as an opportunity to the country) using real news on the perceived (im)morality, realistic and symbolic threat, the emotions of anger and fear towards Moroccan/Arab immigrants, and on the willingness to accept policies from anti-immigration parties such as Vox or La Lega among Spanish and Italian people.

### **Influence of the mass media on ethnic attitudes and its political implications**

The values that shape the way news is presented in the media have an impact on political evaluations through processes of agenda setting, priming and framing (Price & Tewksbury, 1997). Mass media can influence the salience of certain issues, such as immigration or gender violence, by establishing a specific agenda, and, through the basic mechanism of priming, news can make certain issues more accessible to our memory. The media can also influence public opinion by offering frames to process and interpret information by emphasizing some values and facts over others (Nelson, Clawson, & Oxley, 1997).

Framing influences how we think about reality by offering interpretative schemas (Scheufele, 2000). The specific frame adopted makes selective aspects of the reality salient and thus promotes a particular definition, interpretation or moral evaluation of the described information (Entman, 1993). Therefore, news frames can work as independent variables, as they can alter the process of reception and impact of the news on the formation of people's judgements and attitudes (Igartua, Otero, Muñiz, Cheng, & Gómez, 2007).

The widespread use of negative news about immigration in the mass media contributes to the perception of immigration as a social problem. According to Igartua et al. (2007), selecting and emphasizing specific negative aspects of immigration (e.g., delinquency) and excluding or minimizing others such as its economic contribution may alter the cognitive and affective responses of the audience. Media representation of immigration can have considerable effects on attitudes towards immigration and immigrants (e.g., Igartua & Cheng, 2009) and the perceived risks and benefits of immigration (for a recent review about the media effects on attitudes towards migration, see Meltzer et al., 2017). The tone of the news can clearly influence anti-immigration attitudes. Using a time-series analysis, Boomgaarden and Vliegenthart (2009) found that the more positively the news represents immigrants, the less audiences are concerned about immigration. These researchers also found that high visibility of immigrants might have a positive effect, because it may increase feelings of familiarity and sympathy. The tone of immigration news has a more prominent effect than real-world immigration figures. In their longitudinal studies, by using a multilevel design, van Klingeren, Boomgaarden, Vliegenthart, and de Vreese (2015) found that a positive tone in the way immigrants are presented in the news reduced negative attitudes towards immigration (whereas a negative tone did not worsen immigration attitudes), independent of other potentially threatening influences such as the actual rate of immigration.

The effect of media is stronger when involving devalued targets towards whom people ascribe negative stereotypes as compared to targets towards whom the stereotypes are positive. Brader, Valentino, and Suhay (2008) found that in the US, news about the costs of immigration (compared to those emphasizing the benefits of immigration) increased white opposition more for Latino immigrants than for European immigrants. They also found evidence that the anxiety triggered by the group cues (i.e., Latinos vs. Europeans) in the immigration discourse mediated the impact of these cues on opinion and political behaviour. In Spain, Igartua, Moral, and Fernández (2011) manipulated news' frame (immigrants as delinquents vs. immigrants' economic contribution) and ethnic origin of immigrants (Moroccans vs. Latin Americans) in an article about the consequences of increasing immigration in Spain. Participants who received a delinquency frame showed more negative beliefs and attitudes towards immigration than those who read a story emphasizing immigrants' economic contribution to the country. The delinquency frame evoked more negative emotions when immigrants were of Moroccan origin.

According to Price and Tewksbury (1997), the persuasive effects of media exposure can have relevant political implications. As explained by Boomgaarden and Vliegenthart (2007), the news content is a contextual factor that can influence voting intentions for anti-immigration parties, even when controlling for other contextual indicators such as unemployment. Boomgaarden and Vliegenthart (2009, p. 537) contend that 'if media coverage results in changes in anti-immigration attitudes, it might well be that these dynamics account for stronger successes of extreme right parties at the polls'.

Aichholzer and Zandonella (2016) suggested that triggering negative emotions and social threat associated with immigrants seems to be an effective communication strategy to mobilize the vote for radical right parties. These authors found that perceived threat linked to immigration strongly and directly predicted support for radical right parties. Perceived threat of immigration has been confirmed to be an important factor when trying to explain the support for right-wing Eurosceptic parties and Euroscepticism (Vergani et al., 2019). Atwell Seate and Mastro (2015) found that exposure to a news segment discussing the negative implications of illegal immigration (i.e., increases in crime, threats to the US culture and threats to the economy) directly influenced attitudes in a way that dehumanized immigrants and aroused anxiety towards undocumented immigrants. Although there was no direct effect of news on restrictive immigration policies, news had an indirect effect on immigration policy attitudes through feeling of threat (intergroup anxiety).

In the current research, we analysed the effect of media representations regarding immigration (as an invasion vs. as an opportunity to the country) using real news on psychosocial variables such as perceived immigrants' (im)morality, realistic threat (to material resources and the safety of the ingroup), symbolic threat (to the value system of the ingroup) and emotions of anger and fear towards Moroccan/Arab immigrants. We also explored the mediational role of these psychosocial variables in the relation between mass media representation and the willingness to accept policies against immigration from radical right parties: Vox (in Spain) and La Lega (in Italy). Showing similar effects of news framing across two national contexts would help demonstrate the robustness and generalizability of the findings.

### **Negative stereotypes: the prominent role of (im)morality**

Negative stereotypes have been shown to contribute to negative attitudes towards immigrants (Stephan, Renfro, Esses, Stephan, & Martin, 2005). Two dimensions have been traditionally established as the most important when making social judgements: warmth and competence. Warmth reflects whether someone's intentions are beneficial or harmful, whereas competence involves whether they have the capacity to fulfill their intentions (Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002). Evidence has proved that the dimension of warmth did not constitute a unitary dimension but was instead composed of two distinct subdimensions: sociability and morality (Leach, Ellemers, & Barreto, 2007), with morality being the one that carried the weight of warmth.

The stereotype dimension of morality assesses if a person or a group is honest, sincere or trustworthy, and basically, if they can entail a benefit or a harm for me or my ingroup (Brambilla, Rusconi, Sacchi, & Cherubini, 2011). Consequently, morality has a prominent role in social judgement and guides our social perception (see Brambilla & Leach, 2014). Moral characteristics are more relevant and diagnostic than sociability or competence in the impression-formation process (Brambilla et al., 2011) and in global impressions of outgroups (Brambilla, Sacchi, Rusconi, Cherubini, & Yzerbyt, 2012). The perception of morality influences the initial emotional responses to unknown targets and the tendency to help them (Pagliaro, Brambilla, Sacchi, D'Angelo, & Ellemers, 2013). This dimension is also more diagnostic when assessing immigrants with a different ethnic origin: Moroccans were considered less moral (i.e., less honest, sincere

and trustworthy) than Ecuadorians or Romanians in a southern region of Spain (Almería) characterized by the highest rate of immigrants (López-Rodríguez, Cuadrado, & Navas, 2013). Recent research (Sayans-Jiménez, Rojas, & Cuadrado, 2017) has highlighted the importance of considering the negative aspect of morality (i.e., immorality) when analysing social perception.

To our knowledge, previous research in the literature has not analysed the effects of real news about immigration on the stereotype dimensions of (im)morality. Assessing others' morality is also essential to determining the tendency to behave cooperatively and in solidarity with them (Brambilla, Sacchi, Pagliaro, & Ellemers, 2013), so it might be associated with anti-immigration policies. Perceived threat can explain the prominent role of morality in intergroup relations (Brambilla et al., 2013, 2012).

### **Realistic and symbolic threat**

Traditionally, stereotypes have been associated with perceived threat. Depending on how the minority group is perceived, the majority group may fear that it will take valuable and limited resources (e.g., employment, social services, health) or threaten its value system (Stephan, Ybarra, & Rios, 2016). Realistic threat refers to the perception that immigrants are a burden on the system and negatively affect the access of the ingroup to valuable resources. Symbolic threat refers to the perception that immigrants may not adapt to the norms and customs of the host society adequately and therefore challenge the dominant worldview and culture. In the context of the southern province of Almería (Spain), previous findings indicate that Moroccan immigrants are perceived as a major source of realistic and symbolic threat compared to Romanian and Ecuadorian immigrants (Navas, Cuadrado, & López-Rodríguez, 2012).

Originally, negative stereotypes were considered as a kind of threat, but in recent research they have been shown to better represent antecedents of perceived threat. Negative stereotypes have a direct but also an indirect effect on ethnic attitudes through realistic and symbolic threat (Stephan et al., 2002). Stereotypes (including perceived morality) are indirectly associated with acculturation preferences through perceived threat (López-Rodríguez, Zagefka, Navas, & Cuadrado, 2014). Based on these findings, we expected that media representations would influence the attribution of (im)morality to immigrants, which in turn would modulate the perception of threat and ultimately support for anti-immigration policies.

### **Intergroup emotions**

Media have the ability to evoke strong emotions (see Nabi, 2009). Emotions depend on relational appraisals, that is, what a social group means for the ingroup in terms of harm or benefits (see Mackie & Smith, 2018). Different interpretations of the events might lead to different kinds of emotions. Intergroup emotions are strongly associated with the type of threat it represents for the ingroup and they trigger action tendencies towards the outgroup. According to Cottrell and Neuberg (2005), emotions are able to organize and coordinate ongoing psychological action such as behavioural tendencies so that people might respond more effectively to events related to their survival. For example, anger occurs when people encounter impediments and barriers to achieving

objectives or something desired. Therefore, it is possible that anger towards a group arises when said group is believed to be taking economic resources away from the ingroup (e.g., work positions or social assistance). By contrast, fear usually arises when outgroup members are perceived as a danger to the physical safety and integrity of the ingroup (Cottrell & Neuberg, 2005). This way, people with fear tend to adopt self-protection and/or avoidance behaviour in response, while people who experience anger are motivated to act against the group they perceive as threatening (Mackie, Devos, & Smith, 2000). We expect that media representations of immigration as an invasion or an opportunity would affect especially the emotion of anger towards immigrants. As perceived morality is indirectly associated with behavioural tendencies towards Moroccan immigrants through positive emotions (Cuadrado, López-Rodríguez, & Constantin, 2020), [im]morality and anger could mediate, serially, the effect of the news manipulation on anti-immigration policies.

## Overview

The present work analysed the direct effects of media representations regarding immigration (as an invasion or as an opportunity) using real news on psychosocial variables such as stereotypes (i.e., perceived [im]morality), perceived threat (i.e., realistic and symbolic threat) and intergroup emotions (i.e., anger and fear). Compared to the opportunity-frame (immigrants' economic contribution), the exposure to news that emphasizes threatening aspects of immigration (invasion condition) was expected to provoke a more negative perception of Moroccan/Arab immigrants regarding their (im) morality, greater realistic and symbolic threat, and more anger and fear.

As previous research has shown that the effects of news frames on immigration policy attitudes seem indirect (e.g., Atwell Seate & Mastro, 2015), we also analysed the indirect effect of media representation on willingness to accept anti-immigration policies proposed by far-right parties such as Vox (among Spanish participants, Study 1) and La Lega (among Italian participants, Study 2), through psychosocial variables. Similar to previous findings (see Atwell Seate & Mastro, 2015), we anticipated that psychosocial variables could mediate the effect of news frames on policy attitudes. Perceived threat is expected to have a prominent role in this process, as it has been strongly associated with support for radical right parties (see Aichholzer & Zandonella, 2016; Vergani et al., 2019). Morality is hypothesized to work as an evaluative appraisal for subsequent perceived threat and emotions (see López-Rodríguez et al., 2014), so a serial mediation with morality (as a first step) and perceived threat and intergroup emotions (as second step) was tested.

We also explored whether political orientation would moderate the effect of the news frame. The moderating role of political orientation in the efficacy of interventions aimed at reducing intergroup prejudice is not consistent in previous research. Some interventions seem more effective for left-wingers (e.g., Prati, Moscatelli, Pratto, & Rubini, 2018), whereas others do for right-wingers (e.g., Hodson, 2011). According to Hodson (2011), intergroup contact often works best among intolerant and cognitively rigid persons by increasing trust and reducing threat. Given the characteristics of the manipulation, we hypothesized that conservatives might be more affected by the news frame.

## Study 1

Study 1 was conducted in a region in the south of Spain (Almería), the province in this country with the highest proportion of foreign population. More than 20% of its population has no Spanish nationality, and 39.6% of the immigrant population is Moroccan (INE, 2019). In the last regional elections of Andalusia on 2 December 2018, the province of Almería showed great support for the Vox party (more than 16%, reaching 29% in some locations; El País, 2018). This support was repeated in the recent General Elections (November 2019). The objective of Study 1 was to analyse the effect of media representations about immigration (invasion vs. opportunity) on the perceptions and emotions of residents in Almería towards Moroccan immigrants and on residents' willingness to accept anti-immigration policies from Vox. Detailed information about participants, materials, data analysis and results can be consulted in the Supplementary Information (SI) stored in OSF: [https://osf.io/zah5q/?view\\_only=c8ed13014ddb428e992b779044cd9698](https://osf.io/zah5q/?view_only=c8ed13014ddb428e992b779044cd9698)

## Method

### Participants

Two hundred and forty-eight people of Spanish nationality from different municipalities of the province of Almería volunteered to participate in the study. Those participants who did not adequately answer all the reading checks ( $n = 17$ ) were not considered for the analyses. The remaining sample was composed of two hundred and thirty-one people of Spanish nationality (63.2% women) ( $M_{\text{age}} = 35.70$ ,  $SD = 13.12$ , age range = 18–70 years).

### Experimental design

The study used a multigroup between-subjects unifactorial design with three experimental conditions (invasion-frame, opportunity-frame and control) with seven dependent variables (morality, immorality, realistic and symbolic threat, anger, fear and support of Vox policies). News frame was manipulated through the presentation of two different real news reports extracted from online newspapers (ABC [Caro, 2019] and Cadena Ser [Villascusa, 2018]). Although the news was real, only part of the information was selected (see SI to read the news). The invasion-frame ( $n = 74$ ) emphasized the enormous increase of immigration in the country, while the opportunity-frame ( $n = 67$ ) emphasized how immigrants contribute positively to the economy of the country. After reading the news, participants described the main ideas of the text and answered two dichotomous questions as reading checks: in the invasion-frame, they were asked whether immigration has increased, and if it was, by land or by sea; in the opportunity-frame, they were asked if immigrants receive more social aid than Spaniards do, and if their jobs are precarious or prestigious. In the control condition ( $n = 90$ ), the participants did not read any news and only responded to the dependent variables.

### Variables and instruments

After reading the manipulation and completing the reading checks, all participants reported their opinion on the following variables:

**Stereotypes of morality and immorality** (Sayans-Jiménez, Cuadrado, Blanc, Ordóñez-Carrasco, & Rojas, 2018). Participants answered the following question: 'In general, from the Moroccans living in Almería, how many do you think can be considered ...?'. The scale was composed of 10 attributes that measured the dimensions of morality (i.e., sincere, honest, respectful, trustworthy and reliable,  $\alpha = .95$ ) and immorality (i.e., malicious, treacherous, aggressive, false and harmful,  $\alpha = .94$ ), using a seven-point Likert response scale (1 = 'none'; 7 = 'all').

**Perceived Threat.** This was measured with the Outgroup Threat Perception Scale (Navas et al., 2012). Participants indicated to what extent they felt that, because of Moroccan immigrants, different issues related to realistic threat (nine items,  $\alpha = .96$ ) or symbolic threat (four items,  $\alpha = .92$ ) were in peril, using a five-point Likert scale (1 = 'nothing'; 5 = 'much').

**Intergroup emotions of anger and fear** (Sayans-Jiménez et al., 2017). The participants indicated to what extent they usually feel the following emotions towards Moroccans living in Almería: rage, fury, anger, irritation and frustration (emotional reaction of anger,  $\alpha = .97$ ); and fear, panic and vulnerability (emotional reaction of fear,  $\alpha = .93$ ), using a six-point Likert response scale from 1 ('nothing at all') to 6 ('completely').

**Support of anti-immigration policies.** A scale was created by selecting some political proposals on immigration included in the electoral programme of Vox (2019). Participants indicated on a Likert scale of seven points (1 = 'strongly disagree'; 7 = 'strongly agree') the extent to which they agreed with 11 anti-immigration policies ( $\alpha = .91$ , see SI).

**Political Orientation.** This was measured using two questions (adapted from Atwell Seate & Mastro, 2015): 'Please indicate how your political beliefs are from left/progressive to right/conservative in relation to economic issues (e.g., social welfare, public spending, tax reductions)' and 'in relation to social issues (e.g., immigration, gay marriage, abortion)' on a Likert scale from 1 ('extreme left') and 7 ('extreme right'). We averaged the two items to form a composite of political orientation,  $r(229) = .72$ ,  $p < .001$ . Among the different experimental conditions there were no differences in political orientation,  $F(2, 228) = 1.85$ ,  $p = .160$ ,  $\eta^2_p = .016$ .

## Procedure

The questionnaire was designed on the Google Form platform. Participants were randomly assigned to the different experimental conditions using Qualtrics. We followed a non-probability sampling with a snowball procedure. The study was announced on Facebook pages dedicated to cultural events of the town, and a research assistant sent the link to acquaintances through social networks. Participants answered the questionnaire online, typically from their homes. Participation was voluntary and anonymous, and participants were debriefed at the end of the questionnaire. No economic compensation was offered. The study was approved by the authors' University Ethics Committee and was in line with the ethical aspects of APA guidelines. See Data Analysis in SI.



## Results

### *Two-way interaction with political orientation*

We employed the Hayes's (2018) PROCESS macro to test a model using news frame as the independent variable, ethnic attitudes as dependent variables and political orientation ( $-SD$ , mean,  $+SD$ ) as moderator. We controlled by heteroscedasticity. There was a marginal two-way interaction between D2 (invasion-frame vs. opportunity-frame) and political orientation on perceived immorality,  $B = -0.28$ ,  $SE = 0.15$ ,  $t(225) = -1.83$ ,  $p = .069$ . Compared to the invasion-frame, the opportunity-frame shows less perception of immorality,  $B = -0.63$ ,  $SE = 0.26$ ,  $t(225) = -2.41$ ,  $p = .017$ , among right-wingers. Participants with centrist orientation and left-wingers were not affected by the manipulation in these variables,  $p > .057$ . Regression analyses with other measures did not yield significant results,  $p > .100$ .

### *Main effects of experimental condition*

The multivariate effect of condition was significant, Wilk's  $\lambda = .87$ ,  $F(14, 444) = 2.29$ ,  $p = .005$ ,  $\eta^2_p = .067$ . The univariate analyses showed that the manipulation affected perceived immorality,  $F_{Welch}(2, 151.02) = 4.85$ ,  $p = .009$ ,  $\eta^2_p = .033$ , but not morality,  $F(2, 228) = 0.09$ ,  $p = .914$ . As can be seen in Table 1 (in SI), pairwise comparisons with Games-Howell tests showed that participants perceived that Moroccans were less immoral in the opportunity-frame compared to the invasion-frame ( $p = .047$ ) or the control condition ( $p = .015$ ). There were no significant differences between the control condition and the invasion-frame ( $p = .917$ ).

News frames had an impact on the perception of realistic threat,  $F(2, 228) = 4.19$ ,  $p = .016$ ,  $\eta^2_p = .035$ , and symbolic threat,  $F(2, 228) = 4.69$ ,  $p = .010$ ,  $\eta^2_p = .040$ . Pairwise comparisons with Bonferroni tests showed more perception of both realistic and symbolic threat in the invasion-frame than in the control condition ( $p = .043/.019$ ) and the opportunity-frame ( $p = .034/.033$ ). There were no significant differences between the control condition and the opportunity-frame ( $p = 1.000/1.000$ ).

Significant differences were found in the emotion of anger,  $F_{Welch}(2, 149.68) = 3.48$ ,  $p = .033$ ,  $\eta^2_p = .023$ . Pairwise comparisons with Games-Howell tests revealed that anger was experienced more in the invasion-frame than in the opportunity-frame ( $p = .046$ ). No other differences were found ( $p > .140$ ). No significant differences were found in emotional reactions of fear,  $F_{Welch}(2, 147.71) = 1.09$ ,  $p = .340$ .

The manipulation had a marginal effect on support for anti-immigration policies,  $F(2, 228) = 2.92$ ,  $p = .056$ ,  $\eta^2_p = .025$ . Participants under the invasion-frame showed marginally greater support for anti-immigration policies than in the control condition ( $p = .087$ ). No other differences were found ( $ps > .146$ ).

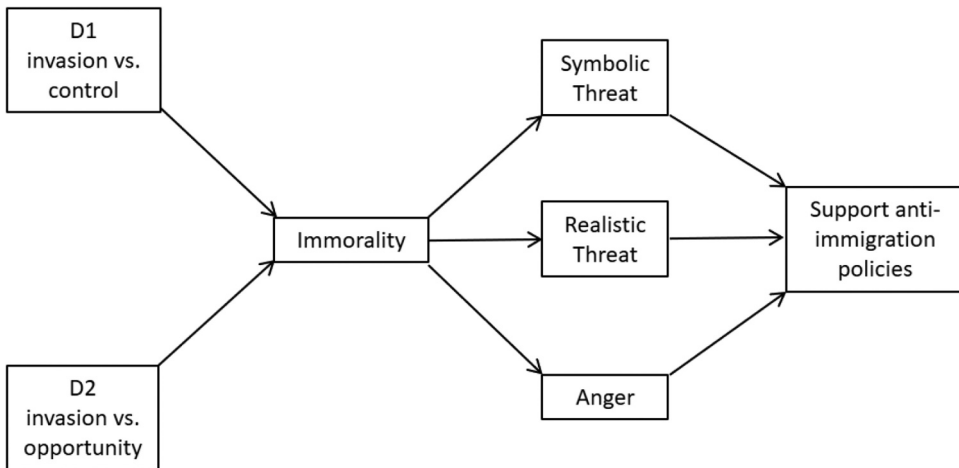
### *Indirect effect on the willingness to support anti-immigration policies*

In order to test the hypothesis that news frames can have an indirect effect on support for anti-immigration policies through psychosocial variables, a serial multiple mediator model (model 81 in PROCESS) was tested (see Figure 1). Coherent with appraisal theories, perceived immorality was specified as first mediator, followed sequentially by realistic threat, symbolic threat and anger acting as mediators in parallel.

**Table 1.** Pearson correlations between variables, and descriptive statistics by condition.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Control		Invasion-frame		Opportunity-frame	
										M	SD	M	SD	M	SD
1. Experimental manipulation	1	-.12	-.03	-.14*	-.17*	-.17**	-.14*	-.10	-.13*	3.10	1.29	3.34	1.03	3.04	0.87
2. Political orientation		1	-.43**	.32**	.50**	.36**	.37**	.37**	.56**	4.42	1.26	4.48	1.10	4.39	1.19
3. Morality			1	-.40**	-.50**	-.45**	-.48**	-.48**	-.51**	3.51	1.21	3.44	1.09	3.04	0.87
4. Immorality				1	.43**	.47**	.47**	.47**	.72**	2.38	1.24	2.84	1.18	2.33	1.08
5. Realistic Threat					1	.82**	.60**	.62**	.62**	1.98	1.11	2.48	1.24	1.97	1.14
6. Symbolic Threat						1	.57**	.57**	.45**	1.81	1.07	1.91	1.07	1.53	0.74
7. Anger							1	.79**	.46**	1.99	1.13	2.20	1.30	1.92	0.95
8. Fear								1	1	3.93	1.60	4.46	1.49	3.95	1.51
9. Anti-immigration policies									1						

Note: Morality/immorality and anti-immigration policies used a Likert scale from 1 to 7. Realistic and symbolic threat from 1 to 5. Anger and fear from 1 to 6. \* $p \leq .05$ ; \*\* $p \leq .01$ .



**Figure 1.** A serial multiple mediator model to predict support for anti-immigration policies.

There was a relative indirect effect of D2 (invasion-frame vs. opportunity-frame) through perceived immorality and realistic threat (acting serially),  $B = -0.19$ ,  $SE = 0.09$ ; 95%  $CI [-0.3802, -0.0372]$ . Framing immigration as an opportunity (vs. as an invasion) was indirectly associated with less support for anti-immigration policies due to less perception of Moroccans as immoral and its impact on realistic threat (see Table 2 in SI). When the position of realistic threat and immorality was inverted, the serial mediation was not supported,  $B = 0.02$ ,  $SE = 0.02$ ; 95%  $CI [-0.0181, 0.0642]$ . In this case, there was an indirect effect only through realistic threat,  $B = -0.45$ ,  $SE = 0.18$ ; 95%  $CI [-0.8102, -0.1093]$ . There was also a relative indirect effect of D1 (invasion-frame vs. control) on anti-immigration policies through realistic threat,  $B = -0.44$ ,  $SE = 0.15$ ; 95%  $CI [-0.7403, -0.1604]$ . In both cases, the effect of the manipulation on anti-immigration policies disappeared once the mediators were considered (see Table 2 in SI). The coefficient of determination of the regression model was quite respectable ( $R^2 = .53$ ). No other serial or simple mediation was significant.

## Discussion

Compared to the invasion-frame, under the opportunity-frame participants considered Moroccans as less immoral, felt less realistic and symbolic threat, and less anger. News frames had an indirect effect on support for anti-immigration policies via realistic threat. These findings suggest that the effect of the news on the willingness to support anti-immigration measures defended by Vox may be partially explained by the realistic threat increased or reduced by the news.

## Study 2

Like Spain, Italy is an important immigrant-receiving country. Foreign citizens residing in Italy in 2019 represent 8.7% of the resident population (Istat, 2019). The largest

**Table 2.** Regression coefficients (B), standard errors (SE) and model summary information for the news frame influence serial multiple mediator model depicted in Figure 1.

Antecedent	Immorality			Realistic Threat			Symbolic Threat			Anger			Anti-immigration policies		
	B	SE	p	B	SE	p	B	SE	p	B	SE	p	B	SE	p
D1 (invasion- control)	0.07	0.18	.694	<b>-0.49</b>	<b>0.16</b>	<b>.002</b>	<b>-0.53</b>	<b>0.16</b>	<b>.001</b>	-0.12	0.15	.395	<b>-0.53</b>	<b>0.24</b>	<b>.030</b>
D2 (invasion- opportunity)	<b>-0.40</b>	<b>0.17</b>	<b>.018</b>	-0.29	0.16	.083	-0.32	0.18	.079	-0.21	0.13	.121	<b>-0.52</b>	<b>0.25</b>	<b>.044</b>
M1 Immorality	—	—	—	<b>0.55</b>	<b>0.08</b>	<b>&lt; .001</b>	<b>0.47</b>	<b>0.08</b>	<b>&lt; .001</b>	<b>0.41</b>	<b>0.08</b>	<b>&lt; .001</b>	-0.09	0.08	.248
M2 Realistic Threat	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	<b>0.88</b>	<b>0.11</b>	<b>&lt; .001</b>
M3 Symbolic Threat	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0.10	0.12	.398
M4 Anger	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0.04	0.11	.746
Constant	3.44	0.13	< .001	0.93	0.31	.003	0.86	0.28	.003	0.48	0.25	.058	1.95	0.24	< .001
	$R^2 = .033$			$R^2 = .287$			$R^2 = .223$			$R^2 = .223$			$R^2 = .529$		
	$F(2, 228) = 4.80, p = .009$			$F(3, 227) = 25.60, p < .001$			$F(3, 227) = 18.94, p < .001$			$F(3, 227) = 10.39, p < .001$			$F(6, 224) = 50.74, p < .001$		

Note: c estimates the total effects of D1 and D2 on Y. c' estimates the direct effect of D1 and D2 on Y. B coefficients are unstandardized.

foreign communities come from Romania, Albania and Morocco. Study 2 was conducted with Italian participants from different regions. The objective of this work was to analyse the effect of media representations regarding immigration (invasion vs. opportunity) on the perceptions and emotions of Italian participants towards Arab immigrants and their willingness to support anti-immigration policies from La Lega. In the last years, the political party La Lega has gained important power, and recently it received 34.33% of the votes in the last European Elections (May 2019; Panorama, n.d.).

## **Method**

### **Participants**

One hundred and forty-two people of Italian nationality and resident in different regions of Italy volunteered to participate in the study. Those participants who did not adequately answer the reading checks ( $n = 6$ ) and answered wrong the attention question ('Please indicate how many times you have suffered an accident that cost you your life',  $n = 11$ ) were not considered for the analyses. The remaining sample was composed of one hundred and twenty-five Italian participants (65.6% women;  $M_{\text{age}} = 32.52$ ,  $SD = 14.83$ , age range = 18–74 years).

### **Experimental design**

The study employed the same design as Study 1 with a variation in the content of the immigration-invasion condition to fit the Italian context (Villa, 2018; see SI). The news of the immigration-invasion condition ( $n = 37$ ) emphasized that illegal immigrants in Italy will increase. The news of the immigration-opportunity condition ( $n = 34$ ) and the control condition ( $n = 54$ ) were the same as in Study 1. As a reading check, participants described the main ideas of the text and answered a simple question related to the respective news with a dichotomous response format: in the invasion-frame, it was asked if the number of illegal immigrants will increase, whereas in the opportunity-frame it was asked if immigrants contribute more or less than their cost.

### **Variables and instruments**

Stereotypes of morality ( $\alpha = .90$ ) and immorality ( $\alpha = .91$ ), realistic threat ( $\alpha = .95$ ) and symbolic threat ( $\alpha = .92$ ), and intergroup emotions of anger ( $\alpha = .92$ ) and fear ( $\alpha = .79$ ) were measured as in Study 1. Correlations and descriptive statistics are shown in Table 3 in SI.

**Support of anti-immigration policies.** A scale was created by selecting 10 political proposals on immigration included in the electoral programme of La Lega ( $\alpha = .90$ , see SI).

**Willingness to volunteer.** Participants were told that the Red Cross periodically seeks volunteers to teach Italian to Arab immigrants who have just arrived. Their job would be to go to one of its regional centres for about three hours per week. No specific training is required, just being of age and having Italian as one's mother tongue.

**Table 3.** Pearson correlations between variables, and descriptive statistics by condition.

											Control		Invasion-frame		Opportunity-frame	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	M	SD	M	SD	M	SD
	1. Experimental manipulation	1	-.18*	.04	-.22*	-.20*	-.03	-.24**	-.23**	-.10	.10	3.07	1.29	3.80	1.47	3.18
2. Political orientation		1	-.50**	.54**	.70**	.63**	.50**	-.42**	.72**	-.43**	4.47	0.82	4.16	1.11	4.24	1.03
3. Morality			1	-.60**	-.64**	-.61**	-.45**	-.31**	-.58**	.47**	3.11	0.86	3.65	1.21	3.09	0.80
4. Immorality				1	.64**	.59**	.65**	.56**	.60**	-.28**	1.93	0.82	2.43	1.02	1.95	0.84
5. Realistic Threat					1	.83**	.63**	.49**	.80**	-.48**	1.97	1.18	2.14	1.17	2.07	0.97
6. Symbolic Threat						1	.52**	.38**	.77**	-.46**	2.41	1.05	2.91	1.29	2.21	0.92
7. Anger							1	.71**	.49**	-.33**	2.69	0.91	3.06	1.04	2.47	0.93
8. Fear								1	.31**	-.14	3.32	1.36	3.88	1.36	3.52	1.28
9. Antimmigration policies									1	-.55**	4.72	1.68	4.22	1.93	4.71	1.66
10. Willingness to be a volunteer										1						

Note: Morality/immorality, anger, fear, anti-immigration policies and willingness to volunteer used a Likert scale from 1 to 7. Realistic and symbolic threat from 1 to 5. \* $p \leq .05$ ; \*\* $p \leq .01$ .

Participants reported to what extent they would be willing to volunteer for this task in their province in a scale from 1 ('strongly disagree') to 7 ('strongly agree').

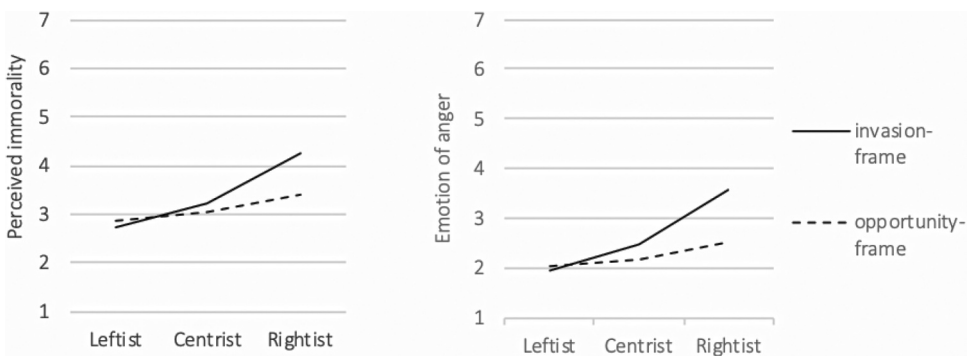
**Political Orientation.** This was measured as in Study 1. We averaged the two items to form a composite of political orientation,  $r(123) = .83, p < .001$ . There were significant differences in political orientation among conditions,  $F(2, 122) = 3.42, p = .036, \eta^2_p = .053$ . Despite randomization, pairwise comparisons with Bonferroni tests showed that in the invasion-frame, participants had a more conservative (rightist) orientation ( $M = 3.80, SD = 1.47$ ) than in the control condition ( $M = 3.07, SD = 1.29; p = .040$ ). Considering this imbalance in political orientation, we decided to analyse only the relation between the frame manipulation and political orientation and not a MANOVA as in Study 1.

### Procedure

The questionnaire was designed and distributed using the Qualtrics Survey Software platform. Participants were randomly allocated to the different experimental conditions. We followed a non-probability sampling with a snowball procedure similar to Study 1. See Data Analysis in SI.

### Results

We employed the Hayes's (2018) PROCESS macro to test a model using news frame as the independent variable, ethnic attitudes as dependent variables and political orientation ( $-SD, \text{mean}, +SD$ ) as moderator. We controlled by heteroscedasticity. There was a marginal two-way interaction between D2 (invasion-frame vs. opportunity-frame) and political orientation on perceived immorality,  $B = -0.34, SE = 0.17, t(119) = -1.93, p = .056$ , and on anger,  $B = -0.38, SE = 0.19, t(119) = -1.98, p = .049$ . Compared to the invasion-frame, the opportunity-frame shows less perceived immorality,  $B = -0.74, SE = 0.27, t(119) = -2.76, p = .007$ , and anger,  $B = -0.93, SE = 0.38, t(119) = -2.47, p = .015$ , among right-wingers (see Figure 2). Participants with moderate (centrist) orientation and left-



**Figure 2.** Two-way interaction between political orientation and manipulation (invasion condition vs. opportunity condition) on perceived immorality and anger.

wingers were not affected by the manipulation in these variables,  $ps > .194$ . Regression analyses with other measures did not yield significant results,  $ps > .171^1$ .

Based on the significant effects found in the previous analysis, a serial mediator model moderated by political orientation was tested using PROCESS (model 84) with immorality as first mediator and anger as second mediator. The index of moderated mediation with immorality as unique mediator was significant,  $B = -0.23$ ,  $SE = 0.13$ , 95%  $CI [-0.5202 \text{ to } -0.0040]$ . News frame about immigration as an opportunity (vs. as invasion) was indirectly associated with less support for anti-immigration policies through a reduction in the perception of immorality,  $B = -0.51$ ,  $SE = 0.21$ , 95%  $CI [-0.9372, -0.1390]$ , but only among right-wingers. There was no indirect effect through immorality for centrists or leftists. The regression model accounted for 38% of the variance,  $F(4, 120) = 19.96$ ,  $p < .001$ ,  $R^2 = .38$ . The moderated mediation was not confirmed for the serial mediation model (condition  $\rightarrow$  immorality  $\rightarrow$  anger  $\rightarrow$  policies),  $B = -0.04$ ,  $SE = 0.04$ , 95%  $CI [-0.1299, 0.0138]$ , or the simple mediation through anger,  $B = -0.04$ ,  $SE = 0.05$ , 95%  $CI [-0.1315, 0.0539]$ .

## Discussion

Study 2, conducted with Italian participants, confirmed that compared to an opportunity-frame, an invasion-frame produced greater perception of immorality and more anger towards Arab immigrants, but only among those with rightist orientation. The news frames seemed not to alter the perception of participants with leftist or centrist orientation. There was an indirect effect of the manipulation on willingness to accept La Lega's policies against immigration through perceived immorality, but once again, only among participants with rightist orientation.

## General discussion

The present work investigated the effect of real media representations (news frame) about immigration on the perceptions and emotions of Spanish and Italian participants towards Moroccan immigrants in Spain (Study 1) and towards Arab immigrants in Italy (Study 2) as well as participants' willingness to accept anti-immigration policies from Vox in Spain and La Lega in Italy.

Findings in Spain showed that, compared to the invasion-frame, under the opportunity-frame participants considered Moroccans as less immoral and felt less realistic and symbolic threat, and less anger. Consequently, we can predict that people who are exposed to news that emphasizes the positive consequences of immigration in Spain will perceive that Moroccan immigrants are less immoral and that social resources or their customs are less threatened; also, they will experience less anger than people exposed to an invasion-frame. These results are consistent with findings of the effect of news frame on attitudes towards immigrants (e.g., Igartua et al., 2007, 2011), but also extended them to new variables such as perceived immorality. In line with Atwell Seate and Mastro (2015), findings in both studies confirm that the effect of news frame on support for immigration policies is not direct, but indirect, through psychosocial variables such as perceived immorality and/or realistic threat. This is not surprising given the strong role of perceived threat on far-right political support (see Aichholzer &



Zandonella, 2016; Vergani et al., 2019). Results in Italy revealed that the manipulation interacted with the political orientation, and only affected right-wingers. Conservative participants under the opportunity-frame showed fewer stereotypes of immorality on Arab immigrants and less anger than under the invasion-frame. This finding might be consistent with previous research that found that some strategies can work better among intolerant and cognitively rigid persons (Hodson, 2011).

The current work is not free of limitations. In some circumstances, there were no differences with the control condition, so we cannot firmly assert either that the invasion-frame worsens attitudes or that the opportunity-frame improves them. Participants in the control condition did not read any news, so they did not do the same task in terms of time and cognitive load compared to the experimental conditions. Although we cannot discard that participants in the experimental conditions were more fatigued than those in the control condition, it is unlikely that fatigue could explain the interactive effects that we found in Study 2. Nevertheless, future studies should include a control condition in which participants read an unrelated topic with similar format and extension. Additionally, some findings in Study 1 were not replicated in Study 2. This could be explained due to low levels of power as we did not achieve the expected sample size needed for adequate power. Therefore, future research should try to replicate this manipulation with a larger sample and with a within-subject design to increase power and confidence in the results. Additionally, we cannot discard a priming effect of the pictures included in the news. The opportunity-frame showed a black woman, whereas the invasion-frame showed black men after arriving at the coast. Future studies should control for priming effects of pictures and not include gender variations. In order to be sure about the mediation role of immorality and realistic threat, new studies should manipulate the perception of immorality and threat, maintaining news frame controlled. Additionally, despite the use of reading checks to guarantee the understanding of the text, we did not include manipulation checks to determine whether the perception of immigrants as an invasion or as a contribution was different depending on the experimental condition. Following studies should consider this aspect.

Despite the limitations, the present research makes some contributions to the literature about how the media can influence ethnic attitudes and support for anti-immigration parties. Real news was used, and the threat-frame did not highlight explicitly the relation between immigration and delinquency as in previous studies (e.g., Igartua et al., 2011). In that way, we showed that news frames can affect the stereotype dimension of immorality, and that this dimension plays a role when predicting support for anti-immigration policies in two European countries. Moreover, in Study 1, we confirmed the powerful impact of negative information (over positive) on perceived threat. The media need to consider that the exposure to this type of news frames can have a greater impact on the audiences and should be careful about how they manage the transmission of this kind of information. In Study 2, an important result was that the news frame only affected conservative participants. Given that they are generally more prompt to accept anti-immigration policies, this finding is suggestive, and future studies should find new evidence in this line.

In conclusion, this research experimentally shows that the mass media have an undeniable and palpable impact on society. The influence that immigration news

generates on us should not be overlooked, given that sometimes media opportunism and its distorted way of exposing the facts affects and changes our perception and emotions (in most cases negatively). The media, however, also have a powerful positive impact: revealing the truth and positive aspects of immigration has the potential to improve attitudes towards immigrants and limit support for political parties that promote policies of social exclusion.

### Note

1. There was significant two-way interaction of D2 in morality,  $B = 0.46$ ,  $SE = 0.21$ ,  $t(119) = 2.22$ ,  $p = .029$ . Simple slopes, however, were not significant: rightist orientation,  $B = -0.78$ ,  $SE = 0.42$ , 95%  $CI [-1.6274, 0.0581]$ ; centrist orientation,  $B = -0.15$ ,  $SE = 0.23$ , 95%  $CI [-0.6061, 0.2966]$ ; leftist orientation,  $B = 0.48$ ,  $SE = 0.29$ , 95%  $CI [-0.0991, 1.0494]$ .

## **Inmigración: invasión u oportunidad para el país. El efecto del enfoque de noticias reales sobre la inmigración en las actitudes étnicas**

En los últimos años, Europa ha sido testigo del ascenso de partidos políticos nacionalistas que suelen adoptar un discurso populista xenófobo en contra de la inmigración. Las últimas elecciones al Parlamento Europeo revelaron un crecimiento sustancial del nacionalismo en toda Europa (2019 2019; véase Laffan, 2019). Sorprendentemente, incluso en España, un país que hasta el momento se había mostrado bastante reticente a apoyar políticas de extrema derecha, se ha asistido al ascenso inesperado de un partido de esas características denominado Vox. En las últimas elecciones generales (10 de noviembre, 2019), este partido se convirtió en el tercero más votado en el país. En Italia, un partido previamente separatista (denominado La Lega Nord) con un discurso transformado en contra de la inmigración, ha obtenido un apoyo por parte de la opinión pública italiana sin precedentes y se ha convertido en uno de los partidos más votados en el país. Tanto Vox como La Lega exhiben narrativas similares en las que se asocia la inmigración con la delincuencia y la escasez de recursos para los nacionales.

Estos discursos populistas se extienden gracias al acceso generalizado a los medios y a las redes sociales (véase, por ejemplo, Ernst, Engesser, Büchel, Blassnig, & Esser, 2017). Por tanto, el modo en que los medios de comunicación representan la inmigración puede influir en las actitudes hacia los inmigrantes y en la predisposición a apoyar políticas en contra de la inmigración. En este trabajo se analizaron los efectos de las representaciones que los medios hacen de la inmigración (como una invasión vs. como una oportunidad para el país), utilizando noticias reales, sobre la percepción de moralidad e inmoralidad, la amenaza realista y simbólica, las emociones de ira y de miedo frente a los inmigrantes marroquíes/árabes y sobre la predisposición a aceptar medidas políticas contrarias a la inmigración de partidos como Vox o La Lega entre población española e italiana respectivamente.

### **Influencia de los medios de comunicación sobre las actitudes étnicas y sus implicaciones políticas**

Los valores que conforman el modo en que se presentan las noticias en los medios de comunicación tienen un impacto importante en las actitudes políticas al condicionar el establecimiento de una determinada agenda (*agenda setting*), la forma en la que se enmarca o encuadra la noticia (*framing*) y los conceptos que se preactivan (a través del proceso de *priming*) en la memoria (Price & Tewksbury, 1997). Los medios de comunicación pueden influir en la prominencia de algunos asuntos, como la inmigración o la violencia de género, estableciendo una agenda específica y, mediante

el mecanismo básico de *priming*, las noticias pueden hacer algunos temas más accesibles a nuestra memoria. Los medios también pueden influir en la opinión pública ofreciendo ciertos enfoques o encuadres a través de los cuales procesar e interpretar la información, enfatizando algunos valores y hechos sobre otros (Nelson, Clawson, & Oxley, 1997). El enfoque (o encuadre) en la comunicación influye en cómo pensamos sobre la realidad, ofreciéndonos esquemas interpretativos (Scheufele, 2000). El enfoque específico adoptado pone de relieve ciertos aspectos selectivos de la realidad y, por tanto, promueve una definición, una interpretación o una evaluación moral determinada de la información que se transmite (Entman, 1993). Por tanto, el enfoque adoptado por la noticia o encuadre noticioso puede funcionar a modo de variable independiente, puesto que puede alterar el proceso de recepción e impacto de la información en la formación de juicios y actitudes de las personas (Igartua, Otero, Muñiz, Cheng, & Gómez, 2007).

El uso extendido de noticias negativas sobre la inmigración en los medios de comunicación contribuye a su percepción como problema social. Según Igartua et al. (2007), la selección y prominencia de aspectos negativos de la inmigración (e.g., la delincuencia) y la exclusión o minimización de otros aspectos como la contribución económica podrían alterar las respuestas cognitivas y afectivas de la audiencia. La representación que los medios hacen del fenómeno migratorio puede tener efectos considerables en las actitudes hacia la inmigración y los inmigrantes (e.g., Igartua & Cheng, 2009) y los beneficios y riesgos percibidos de la inmigración (para una revisión reciente sobre los efectos de los medios en las actitudes frente a la inmigración, véase Meltzer et al., 2017). El tono de la noticia puede influir claramente en actitudes contrarias a la inmigración. A través de un análisis de series temporales, Boomgaarden y Vliegenthart (2009) observaron que cuanto más positiva era la representación de la inmigración en las noticias, menor era la preocupación de la audiencia sobre este asunto. Estos investigadores también observaron que una mayor visibilidad de los inmigrantes en los medios podría tener un efecto positivo, puesto que incrementa la sensación de familiaridad y de simpatía. El tono de las noticias sobre inmigración parece tener incluso un efecto más prominente que las cifras reales sobre la inmigración. En una serie de estudios longitudinales con un diseño multinivel, van Klingeren, Boomgaarden, Vliegenthart, y de Vreese (2015) observaron que un tono positivo en la manera de presentar a los inmigrantes en las noticias reducía las actitudes negativas hacia la inmigración (mientras que un tono negativo no empeoraba las actitudes hacia la inmigración), independientemente de otras influencias potencialmente amenazantes como la tasa real de inmigración.

El efecto de los medios de comunicación aumenta en el caso de grupos tradicionalmente estigmatizados sobre los que existen estereotipos negativos, en comparación con otros grupos sobre los que predominan estereotipos positivos. Brader, Valentino, y Suhay (2008) observaron que, en EE. UU., las noticias sobre los costes de la inmigración (en comparación con aquellas en las que se resaltaban los beneficios de la inmigración) incrementaban la oposición de la población blanca hacia los inmigrantes latinos en mayor medida que hacia los inmigrantes de origen europeo. Estos autores también hallaron evidencia de que la ansiedad provocada por las claves grupales (e.g., latinos frente a europeos) en el discurso sobre la inmigración mediaba el impacto de dichas claves en la opinión y en el comportamiento político. En España, Igartua et al. (2011) manipularon el encuadre de las noticias (inmigrantes como delincuentes frente

a inmigrantes como contribución económica) y su origen étnico (marroquíes frente a latinoamericanos) en un artículo sobre las consecuencias del aumento de la inmigración en el país. Los participantes expuestos a un encuadre de la inmigración como delincuencia expresaron creencias y actitudes más negativas que aquellos que leyeron una noticia en la que se enfatizaba la contribución económica de los inmigrantes en el país. El enfoque de la delincuencia evocó más emociones negativas cuando los inmigrantes eran de origen marroquí.

Según Price y Tewksbury (1997), los efectos persuasivos de la exposición mediática pueden tener implicaciones políticas importantes. Como explican Boomgaarden y Vliegenthart (2007), el contenido de las noticias es un factor contextual que puede influir en la intención de voto a favor de partidos en contra de la inmigración, incluso cuando se controlan otros indicadores contextuales como el desempleo. Estos autores afirman que ‘si la cobertura mediática lleva a cambios en las actitudes antiinmigración, podría ser que estas dinámicas expliquen el auge de los partidos de extrema derecha en las elecciones’ (Boomgaarden & Vliegenthart, 2009, p. 537).

Aichholzer y Zandonella (2016) sugieren que provocar emociones negativas y amenaza social en relación con la inmigración podría ser una estrategia de comunicación efectiva para movilizar el voto a favor de partidos de la derecha radical. Estos autores observaron que la amenaza percibida vinculada a la inmigración predecía de manera directa y clara el apoyo a partidos radicales de derechas. La amenaza percibida de la inmigración se ha confirmado como un factor importante para explicar el apoyo a los partidos euroescépticos de derechas y el euroescepticismo (Vergani et al., 2019). Atwell Seate y Mastro (2015) observaron que la exposición a noticias en las que se discutían las implicaciones negativas de la inmigración ilegal (el aumento de la criminalidad, la amenaza a la cultura estadounidense o la amenaza a la economía) influía directamente en las actitudes de manera que se deshumanizaba a los inmigrantes y aumentaba la ansiedad por la presencia de inmigrantes indocumentados. No obstante, no se observó un efecto directo en el apoyo a políticas restrictivas sobre la inmigración, aunque sí un efecto indirecto de las noticias en las actitudes hacia políticas de inmigración a través del sentimiento de amenaza (ansiedad intergrupala).

En esta investigación analizamos, utilizando noticias reales, el efecto de las representaciones que los medios hacen de la inmigración (como invasión o como oportunidad para el país) sobre variables psicosociales como la percepción de los inmigrantes como personas morales o inmorales, la amenaza realista (a los recursos materiales y a la seguridad del endogrupo), la amenaza simbólica (al sistema de valores del endogrupo) y las emociones de ira y miedo hacia los inmigrantes marroquíes (en España) o árabes (en Italia). También exploramos si estas variables psicosociales pueden mediar la relación entre el encuadre de las noticias y la disposición a aceptar políticas en contra de la inmigración de partidos de extrema derecha: Vox (en España) y La Lega (en Italia). La observación de efectos similares del enfoque de las noticias en dos contextos nacionales distintos contribuiría a demostrar la solidez de los resultados y su capacidad de generalización.

## **Estereotipos negativos: el papel destacado de la (in)moralidad**

Se ha demostrado que los estereotipos negativos contribuyen a las actitudes negativas hacia los inmigrantes (Stephan, Renfro, Esses, Stephan, & Martin, 2005). Tradicionalmente, se

han establecido dos dimensiones como las más importantes a la hora de emitir juicios sociales: calidez y competencia. La calidez refleja si las intenciones del otro son buenas o dañinas, mientras que la competencia implica que la persona tiene la capacidad de materializar sus intenciones (Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002). Existe evidencia que demuestra que la calidez no constituye una dimensión unitaria, sino que se compone de dos subdimensiones diferenciadas: sociabilidad y moralidad (Leach, Ellemers, & Barreto, 2007), y que la moralidad es la responsable de la importancia de la calidez.

La dimensión estereotípica de moralidad evalúa si un individuo (o grupo) es honesto, sincero o digno de confianza y, básicamente, si puede suponer un beneficio o perjuicio para el evaluador o su endogrupo (Brambilla, Rusconi, Sacchi, & Cherubini, 2011). En consecuencia, la moralidad desempeña un papel destacado en los juicios sociales y guía nuestra percepción social (véase Brambilla & Leach, 2014). Las características sobre moralidad son más relevantes y de mayor valor diagnóstico que las de sociabilidad o competencia en el proceso de formación de impresiones (Brambilla et al., 2011), y en la formación de impresiones globales sobre el exogrupo (Brambilla, Sacchi, Rusconi, Cherubini, & Yzerbyt, 2012). La percepción de moralidad, además, influye en la respuesta inicial hacia individuos desconocidos y en la tendencia a ayudarlos (Pagliaro, Brambilla, Sacchi, D'Angelo, & Ellemers, 2013). Esta dimensión también tiene mayor valor diagnóstico en la evaluación de inmigrantes con distinto origen étnico. En una zona del sur de España (Almería), caracterizada por un alto índice de inmigrantes, se comprobó que los inmigrantes marroquíes se percibían como menos morales (es decir, menos honestos, sinceros o dignos de confianza) que ecuatorianos o rumanos (López-Rodríguez, Cuadrado, & Navas, 2013). En investigaciones recientes (Sayans-Jiménez, Rojas, & Cuadrado, 2017) se ha subrayado la importancia de tener en cuenta el aspecto negativo de la moralidad (es decir, la inmoralidad) en el análisis de la percepción social.

Por lo que sabemos, investigaciones previas no han analizado los efectos de noticias reales sobre la inmigración en las dimensiones estereotípicas de moralidad e inmoralidad. Evaluar la moralidad de los demás resulta también esencial para determinar la tendencia a actuar cooperativa y solidariamente con ellos (Brambilla et al., 2013), por lo que podría relacionarse con políticas antiinmigración. La amenaza percibida puede explicar el papel destacado de la moralidad en las relaciones intergrupales (Brambilla et al., 2013, 2012).

### **Amenaza realista y amenaza simbólica**

Tradicionalmente, los estereotipos se han relacionado con la amenaza percibida. Dependiendo de cómo se percibe el grupo minoritario, el grupo mayoritario podría temer que aquel acapare recursos valiosos y limitados (e.g., empleo, servicios sociales, servicios médicos) o suponga una amenaza para su sistema de valores (Stephan, Ybarra, & Rios, 2016). La amenaza realista hace referencia a la percepción de que los inmigrantes constituyen una carga para el sistema y afectan negativamente al acceso del endogrupo a recursos valiosos. La amenaza simbólica, por su parte, hace referencia a la percepción de que los inmigrantes pueden no adaptarse adecuadamente a las normas y costumbres de la sociedad de acogida y, por tanto, representan un desafío a la concepción del mundo y la cultura

dominantes. En el contexto de la provincia andaluza de Almería (España), investigaciones anteriores han revelado que los inmigrantes marroquíes son percibidos como una mayor fuente de amenaza, tanto realista como simbólica, en comparación con inmigrantes procedentes de Rumanía y de Ecuador (Navas et al., 2012).

Inicialmente, los estereotipos negativos se llegaron a considerar un tipo de amenaza más, pero investigaciones posteriores revelaron que representarían más bien un antecedente de la amenaza percibida. Los estereotipos negativos tienen un efecto directo, pero también indirecto, en las actitudes étnicas a través de la amenaza realista y simbólica (Stephan et al., 2002). Los estereotipos (incluida la moralidad percibida) están relacionados indirectamente con las preferencias de aculturación de la mayoría a través de la amenaza percibida (López-Rodríguez et al., 2014). Basándonos en estos resultados, esperamos que las representaciones mediáticas puedan influir en la atribución de (in)moralidad a los inmigrantes marroquíes y árabes, y esto, a su vez, afecte a la percepción de amenaza y, en último término, al apoyo a políticas antimigratorias.

## Emociones intergrupales

Los medios tienen la capacidad de provocar emociones fuertes (véase Nabi, 2009). Las emociones dependen de evaluaciones relacionales, es decir, lo que un grupo social significa para el endogrupo en términos de beneficios o perjuicios (véase Mackie & Smith, 2018). Las distintas interpretaciones de los acontecimientos podrían producir distintos tipos de emociones. Las emociones intergrupales están muy vinculadas al tipo de amenaza que se percibe hacia el endogrupo y provocan tendencias comportamentales hacia el exogrupo. Según Cottrell y Neuberg (2005), las emociones son capaces de organizar y coordinar actuaciones psicológicas persistentes tales como tendencias comportamentales, de modo que las personas podrían responder con mayor eficacia a eventos relacionados con su supervivencia. Por ejemplo, la ira aparece cuando las personas encuentran obstáculos y barreras que les impiden alcanzar sus objetivos o algo deseado. Por tanto, es posible que la ira hacia un grupo determinado surja cuando se considere que este grupo está absorbiendo recursos económicos, quitándoselos al endogrupo (e.g., puestos de trabajo o ayudas sociales). Por el contrario, el miedo suele surgir cuando los miembros del exogrupo se perciben como un peligro para la seguridad y la integridad física del endogrupo (Cottrell & Neuberg, 2005). De este modo, las personas que sienten miedo tienden a adoptar comportamientos de auto-protección o de evitación, mientras que las personas que sienten ira están motivadas para actuar contra el grupo que perciben como el origen de la amenaza (Mackie, Devos, & Smith, 2000). En el presente estudio, esperamos que las representaciones mediáticas de la inmigración como invasión o como oportunidad influyan particularmente en las emociones de ira hacia los inmigrantes. Dado que la moralidad percibida está vinculada indirectamente a las tendencias comportamentales hacia los inmigrantes marroquíes a través de las emociones positivas (Cuadrado, López-Rodríguez, & Constantin, 2020), la (in)moralidad y la ira podrían mediar, de forma secuencial (en serie), el efecto de la manipulación en las políticas antimigratorias.

## Descripción general

En este trabajo se analizaron, utilizando noticias reales, los efectos directos de las representaciones mediáticas de la inmigración (como invasión o como oportunidad) en variables psicosociales tales como los estereotipos (moralidad e inmoralidad), la amenaza percibida (realista y simbólica) y las emociones intergrupales (ira y miedo). En comparación con el enfoque de oportunidad (los inmigrantes contribuyen a la economía), se esperaba que la exposición a noticias que subrayan aspectos amenazantes de la inmigración (condición de invasión) provocase una percepción más negativa de los inmigrantes marroquíes/árabes (mayor inmoralidad y menor moralidad), mayor amenaza realista y simbólica y mayor nivel de ira y miedo.

Dado que anteriores investigaciones sugieren que los efectos del enfoque de las noticias sobre las políticas relativas a la inmigración podrían ser indirectos (e.g., Atwell Seate & Mastro, 2015), analizamos también el efecto indirecto de la representación mediática en la predisposición a aceptar políticas antimigratorias propuestas por partidos de extrema derecha como Vox (entre los participantes españoles, Estudio 1) y La Lega (entre los italianos, Estudio 2), a través de su efecto en las variables psicosociales. De forma similar a los hallazgos obtenidos por investigaciones anteriores (véase Atwell Seate & Mastro, 2015), anticipamos que las variables psicosociales podrían mediar el efecto del enfoque de las noticias en las actitudes políticas. Se espera que la amenaza percibida desempeñe un papel destacado en este proceso, puesto que se la asocia estrechamente con el apoyo a partidos de la derecha radical (véase Aichholzer & Zandonella, 2016; Vergani et al., 2019). Hipotetizamos, además, que la amenaza percibida y las emociones hacia el exogrupo podrían derivar de la interpretación evaluativa de las dimensiones estereotípicas de moralidad e inmoralidad. La percepción de (in)moralidad puede constituir la interpretación evaluativa que justifique y suscite las emociones asociadas al grupo (véase López-Rodríguez et al., 2014). Por lo tanto, se puso a prueba una mediación secuencial con (in)moralidad (en un primer paso) y amenaza percibida y emociones intergrupales (en un segundo paso).

También se comprobó si la orientación política podría moderar el efecto del enfoque de las noticias. El rol moderador de la orientación política en la eficacia de las intervenciones dirigidas a reducir el prejuicio intergrupar no es consistente en los hallazgos de investigaciones previas. Algunas intervenciones parecen más eficaces para las personas con una orientación de izquierdas (e.g., Prati, Moscatelli, Pratto, & Rubini, 2018), mientras que otras intervenciones parecen más efectivas para personas con una orientación conservadora (e.g., Hodson, 2011). Según Hodson (2011), el contacto intergrupar suele funcionar mejor entre las personas intolerantes y cognitivamente rígidas al incrementarse la confianza y reducirse la amenaza. Dadas las características de la manipulación, hipotetizamos que los conservadores podrían verse más influenciados por el enfoque de las noticias.

## Estudio 1

El Estudio 1 se llevó a cabo en una provincia del sur de España (Almería) con la mayor proporción de población extranjera en el país. Más del 20% de su población es de nacionalidad no española, y el 39.6% de la población inmigrante es marroquí (Instituto Nacional de Estadística [INE], 2019). En las últimas elecciones autonómicas andaluzas del día 2 de diciembre de 2018, la provincia de Almería expresó un gran apoyo al



partido político Vox (más de 16%, alcanzando un 29% en algunas localidades; El País, 2018). Este apoyo se repitió en las últimas elecciones generales (noviembre, 2019). El objetivo del Estudio 1 era analizar el efecto de las representaciones mediáticas de la inmigración (invasión vs. oportunidad) en las percepciones y emociones de los residentes en Almería hacia los inmigrantes marroquíes y en la predisposición de los residentes a aceptar las políticas antimigratorias de Vox. Puede consultarse información detallada sobre los participantes, materiales, análisis de datos y resultados en la Información Suplementaria (IS) disponible en OSF: [https://osf.io/zah5q/?view\\_only=c8ed13014ddb428e992b779044cd9698](https://osf.io/zah5q/?view_only=c8ed13014ddb428e992b779044cd9698)

## **Método**

### **Participantes**

En este estudio participaron de manera voluntaria 248 personas de nacionalidad española de diversos municipios de la provincia de Almería. Los participantes que no respondieron adecuadamente a todas las pruebas de comprensión lectora ( $n = 17$ ) no se tuvieron en cuenta en los análisis. La muestra final estaba formada por 231 participantes de nacionalidad española (63.2% mujeres) ( $M_{\text{edad}} = 35.70$ ,  $DT = 13.12$ , rango de edad = 18–70 años).

### **Diseño experimental**

El estudio utilizó un diseño multigrupal intersujeto con tres condiciones experimentales (enfoque-invasión, enfoque-oportunidad, control) con siete variables dependientes (moralidad, inmoralidad, amenaza realista, amenaza simbólica, ira, miedo y apoyo a las políticas de Vox). El enfoque de las noticias fue manipulado mediante la presentación de dos noticias reales extraídas de periódicos en línea [ABC (Caro, 2019) y Cadena Ser (Villascusa, 2018)]. Aunque las noticias eran reales, solo se seleccionó una parte de la información (véase IS para leer las noticias). En el enfoque-invasión ( $n = 74$ ) se destacó el gran incremento de la inmigración en el país, mientras que en el enfoque-oportunidad ( $n = 67$ ) se puso de relieve la contribución positiva que los inmigrantes hacen a la economía del país. Tras leer las noticias, los participantes describieron las ideas principales del texto y respondieron a dos preguntas dicotómicas a modo de prueba de comprensión lectora: en el enfoque-invasión, se les preguntó si la inmigración había aumentado y si la entrada era por tierra o por mar; en el enfoque-oportunidad, se les preguntó si los inmigrantes recibían más ayudas sociales que los españoles y si sus empleos eran precarios o de prestigio. En la condición de control ( $n = 90$ ), los participantes no leyeron ninguna noticia y solo respondieron a las variables dependientes.

### **VARIABLES e INSTRUMENTOS**

Tras leer las noticias en las condiciones de manipulación y completar las pruebas de lectura, los participantes expresaron su opinión sobre las siguientes variables:

**Estereotipos de moralidad e inmoralidad (Sayans-Jiménez et al., 2018).** Los participantes respondieron a la siguiente pregunta: ‘En general, de los marroquíes que viven en Almería, ¿cuántos crees que pueden ser considerados personas ...?’ Esta escala estaba formada por 10 atributos que medían la dimensión de moralidad (sinceras,

honestas, respetuosas, de confianza y formales,  $\alpha = .95$ ) y de inmoralidad (traicioneras, malintencionadas, agresivas, falsas y dañinas,  $\alpha = .94$ ), utilizando una escala tipo Likert de siete puntos (1 = 'ninguna'; 7 = 'todas').

**La amenaza percibida.** Se midió utilizando la Escala de Percepción de Amenaza Exogrupal (Navas, Cuadrado, & López-Rodríguez, 2012). Los participantes indicaron en qué medida sentían que, a causa de los inmigrantes marroquíes, estaban en peligro cuestiones relacionadas con la amenaza realista (nueve ítems,  $\alpha = .96$ ) o simbólica (cuatro ítems,  $\alpha = .92$ ), utilizando una escala tipo Likert de cinco puntos (1 = 'nada'; 5 = 'mucho').

**Emociones intergrupales de ira y miedo (Sayans-Jiménez et al., 2017).** Los participantes indicaron en qué grado suelen sentir las siguientes emociones hacia los marroquíes que viven en Almería: rabia, furia, enfado, irritación y frustración (reacción emocional de ira,  $\alpha = .97$ ); y temor, pánico y vulnerabilidad (reacción emocional de miedo,  $\alpha = .93$ ) utilizando una escala tipo Likert de seis puntos, de 1 ('en absoluto') a 6 ('totalmente').

**Apoyo a las políticas antimigratorias.** Se creó una escala seleccionando algunas propuestas políticas sobre la inmigración incluidas en el programa electoral de Vox (2019). Utilizando una escala tipo Likert de siete puntos (1 = 'totalmente en desacuerdo'; 7 = 'totalmente de acuerdo'), los participantes indicaron su grado de acuerdo o desacuerdo con 11 políticas contra la inmigración ( $\alpha = .91$ , véase IS).

**Orientación política.** Se midió con las siguientes dos preguntas (adaptadas de Atwell Seate & Mastro, 2015): 'Por favor, indica tus creencias políticas de izquierda/progresivas a derecha/conservadoras en relación con temas económicos (e.g., bienestar social, gasto público, reducciones de impuestos)' y 'en relación con temas sociales (e.g., inmigración, matrimonio homosexual, aborto)' utilizando una escala tipo Likert de 1 ('extrema izquierda') a 7 ('extrema derecha'). Se calculó la media de los dos ítems para formar un valor compuesto de orientación política,  $r(229) = .72, p < .001$ . No se observaron diferencias en la orientación política entre las distintas condiciones experimentales,  $F(2, 228) = 1.85, p = .160, \eta^2_p = .016$ .

### **Procedimiento**

El cuestionario fue diseñado en la plataforma Google Form y los participantes fueron asignados aleatoriamente a una de las condiciones experimentales utilizando la plataforma de Qualtrics. Se llevó a cabo un muestreo no probabilístico siguiendo el procedimiento 'bola de nieve'. El estudio se divulgó a través de las páginas de Facebook dedicadas a acontecimientos culturales locales, y un miembro del equipo de investigación distribuyó el enlace a través de las redes sociales. Los participantes respondieron al cuestionario en línea, mayoritariamente desde sus casas. La participación fue voluntaria y anónima y, al finalizar el cuestionario, se ofreció un breve informe sobre la investigación. No se ofreció ningún tipo de compensación económica por participar en el estudio. La investigación fue aprobada por el Comité de Ética e Investigación de la Universidad y se desarrolló respetando las directrices de APA sobre los aspectos éticos en la investigación. Véase la sección Análisis de Datos en IS.

## Resultados

### Interacción con la orientación política

Con el objetivo de poner a prueba la posible interacción entre la manipulación y la orientación política de los participantes, utilizamos la macro PROCESS de Hayes (2018) con el enfoque de la noticia como variable independiente, las actitudes étnicas como variables dependientes y la orientación política ( $-DT$ , media,  $+DT$ ) como variable moderadora. Se controló la heteroscedasticidad. Se observó una interacción marginal entre D2 (enfoque-invasión vs. enfoque-oportunidad) y la orientación política sobre la inmoralidad percibida,  $B = -0.28$ ,  $ET = 0.15$ ,  $t(225) = -1.83$ ,  $p = .069$ . En comparación con el enfoque de invasión, el encuadre noticioso de oportunidad revela una percepción menor de inmoralidad,  $B = -0.63$ ,  $ET = 0.26$ ,  $t(225) = -2.41$ ,  $p = .017$ , entre los participantes más conservadores. Los participantes con tendencias políticas de centro o de izquierda no se veían afectados por la manipulación en estas variables,  $p > .057$ . Los análisis de regresión con otras medidas no arrojaron resultados significativos,  $p > .100$ .

### Efectos principales de la condición experimental

El efecto multivariado de la condición experimental fue significativo,  $\lambda$  de Wilk = .87,  $F(14, 444) = 2.29$ ,  $p = .005$ ,  $\eta^2_p = .067$ . Los análisis univariados revelaron que la manipulación influía en la inmoralidad percibida,  $F_{\text{Welch}}(2, 151.02) = 4.85$ ,  $p = .009$ ,  $\eta^2_p = .033$ ; pero no en la moralidad,  $F(2, 228) = 0.09$ ,  $p = .914$ . Como puede observarse en la Tabla 1 (en IS), las comparaciones por pares con las pruebas de Games-Howell revelaron que los participantes percibían a los inmigrantes marroquíes como menos inmorales en la condición de enfoque-oportunidad que en la de enfoque-invasión ( $p = .047$ ) o en la de control ( $p = .015$ ). No se observaron diferencias significativas entre la condición de control y la de enfoque-invasión ( $p = .917$ ).

El enfoque de la noticia influyó en la percepción de amenaza, tanto realista,  $F(2, 228) = 4.19$ ,  $p = .016$ ,  $\eta^2_p = .035$ , como simbólica,  $F(2, 228) = 4.69$ ,  $p = .010$ ,  $\eta^2_p = .040$ . Las comparaciones por pares con pruebas de Bonferroni revelaron una percepción mayor de amenaza, tanto realista como simbólica, en la condición de enfoque-invasión que en la de control ( $p = .043/.019$ ) y en la de enfoque-oportunidad ( $p = .034/.033$ ). No se observaron diferencias significativas entre la condición de control y la condición de enfoque-oportunidad ( $p = 1.000/1.000$ ).

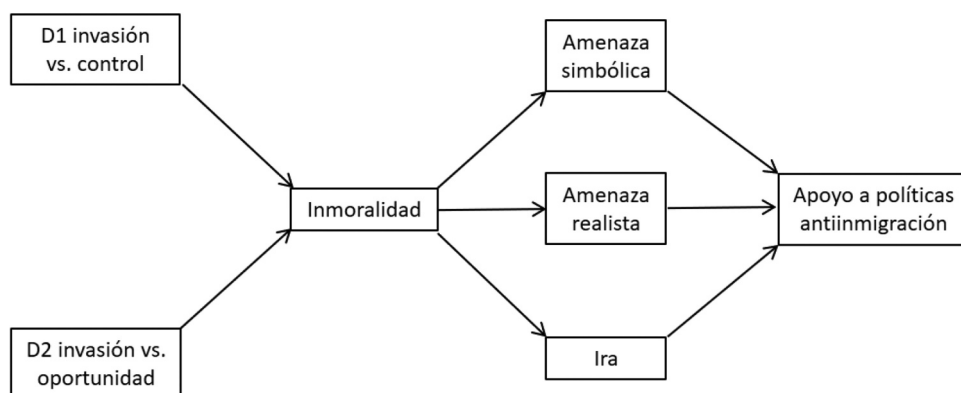
Se observaron diferencias significativas en la emoción de ira,  $F_{\text{Welch}}(2, 149.68) = 3.48$ ,  $p = .033$ ,  $\eta^2_p = .023$ . Las comparaciones por pares con pruebas de Games-Howell revelaron que la ira era un sentimiento más presente en la condición de enfoque-invasión que en la de enfoque-oportunidad ( $p = .046$ ). No se observaron otras diferencias ( $p > .140$ ). Tampoco se observaron diferencias significativas entre las reacciones emocionales de miedo,  $F_{\text{Welch}}(2, 147.71) = 1.09$ ,  $p = .340$ .

La manipulación tuvo un efecto marginal sobre el apoyo a las políticas antiinmigración,  $F(2, 228) = 2.92$ ,  $p = .056$ ,  $\eta^2_p = .025$ . Los participantes en la condición enfoque-invasión mostraron un apoyo marginalmente mayor a estas políticas que los de la condición de control ( $p = .087$ ). No se observaron otras diferencias significativas ( $ps > .146$ ).

**Tabla 1.** Correlaciones de Pearson entre las variables y estadísticos descriptivos por condición.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Control		Enfoque invasión		Enfoque oport.		
										M	DT	M	DT	M	DT	
1. Manipulación experimental	1	-.12	-.03	-.14*	-.17**	-.14*	-.10	-.13*								
2. Orientación política		1	-.43**	.32**	.50**	.36**	.37**	.56**								
3. Moralidad			1	-.40**	-.50**	-.45**	-.48**	-.51**								
4. Inmoralidad				1	.43**	.47**	.47**	.32**								
5. Amenaza realista					1	.82**	.62**	.72**								
6. Amenaza simbólica						1	.57**	.62**								
7. Ira							1	.79**								
8. Miedo								1								
9. Políticas antimigratorias									1							
										3.10	1.29	3.34	1.03	3.04	0.87	
										4.42	1.26	4.48	1.10	4.39	1.19	
										3.51	1.21	3.44	1.09	3.04	0.87	
										2.38	1.24	2.84	1.18	2.33	1.08	
										1.98	1.11	2.48	1.24	1.97	1.14	
										1.81	1.07	1.91	1.07	1.53	0.74	
										1.99	1.13	2.20	1.30	1.92	0.95	
										3.93	1.60	4.46	1.49	3.95	1.51	

Nota: Para moralidad/inmoralidad y políticas antiinmigración se utiliza una escala tipo Likert de 1 a 7. Para amenaza realista y amenaza simbólica, de 1 a 5. Para ira y miedo, de 1 a 6. \* $p \leq .05$ ; \*\* $p \leq .01$ .



**Figura 1.** Modelo de mediación múltiple en serie para predecir el apoyo a las políticas antiinmigración.

### ***Efecto indirecto en la predisposición a apoyar las políticas antiinmigración***

Para poner a prueba la hipótesis de que el enfoque de las noticias puede ejercer un efecto indirecto sobre el apoyo a políticas antiinmigración a través de variables psicosociales, se probó un modelo de mediación múltiple en serie (modelo 81 en la macro para SPSS PROCESS; véase [Figura 1](#)). En línea con las teorías de la evaluación cognitiva (*cognitive appraisal*), la inmoralidad percibida se definió como primer mediador, seguido secuencialmente por la amenaza realista, la amenaza simbólica y la ira como mediadores en paralelo.

Se observó un efecto relativo indirecto de D2 (enfoque-invasión vs. enfoque-oportunidad) a través de la inmoralidad percibida y la amenaza realista (en serie),  $B = -0.19$ ,  $ET = 0.09$ ; 95%  $CI [-0.3802, -0.0372]$ . Presentar la inmigración como oportunidad (vs. invasión) se relacionaba indirectamente con un apoyo menor a políticas antiinmigración debido a una menor percepción de los inmigrantes marroquíes como inmorales y a su impacto en la percepción de amenaza realista (véase [Tabla 2](#) en IS). Cuando se invierte la posición de la amenaza realista y la inmoralidad, no se confirma la mediación en serie,  $B = 0.02$ ,  $ET = 0.02$ ; 95%  $CI [-0.0181, 0.0642]$ . En este caso, se halló un efecto indirecto únicamente a través de la amenaza realista,  $B = -0.45$ ,  $ET = 0.18$ ; 95%  $CI [-0.8102, -0.1093]$ . También se observó un efecto indirecto de D1 (enfoque-invasión vs. control) en las políticas antiinmigración únicamente a través de la amenaza realista,  $B = -0.44$ ,  $ET = 0.15$ ; 95%  $CI [-0.7403, -0.1604]$ . En ambos casos, el efecto de la manipulación en las políticas de antiinmigración desapareció cuando se incluían los mediadores (véase [Tabla 2](#) en IS). El coeficiente de determinación del modelo de regresión fue bastante aceptable ( $R^2 = .53$ ). Ninguna otra mediación simple o en serie fue confirmada.

### ***Discusión***

En comparación con el enfoque-invasión, los participantes de la condición enfoque-oportunidad consideraban a los inmigrantes marroquíes menos inmorales, sentían menos amenaza realista y simbólica y menos ira hacia ellos. El enfoque de la noticia ejercía un efecto indirecto en el apoyo a las políticas antiinmigración, mediado, en

**Tabla 2.** Coeficientes de regresión (B), errores típicos (ET) y resumen de los datos del modelo de mediación múltiple en serie para el efecto del enfoque de la noticia descrito en la Figura 1.

Antecedente	Inmoralidad			Amenaza realista			Amenaza simbólica			Ira			Políticas antiinmigración			
	B	ET	p	B	ET	p	B	ET	p	B	ET	p	B	ET	p	
D1 (invasión- control)	0.07	0.18	.694	<b>-0.49</b>	<b>0.16</b>	<b>.002</b>	<b>-0.53</b>	<b>0.16</b>	<b>.001</b>	-0.12	0.15	.395	<b>c</b>	<b>-0.53</b>	<b>0.24</b>	<b>.030</b>
D2 (invasión- oportunidad)	<b>-0.40</b>	<b>0.17</b>	<b>.018</b>	-0.29	0.16	.083	-0.32	0.18	.079	-0.21	0.13	.121	<b>c</b>	-0.07	0.18	.697
M1	—	—	—	<b>0.55</b>	<b>0.08</b>	<b>&lt; .001</b>	<b>0.47</b>	<b>0.08</b>	<b>&lt; .001</b>	<b>0.41</b>	<b>0.08</b>	<b>&lt; .001</b>	<b>c</b>	-0.04	0.18	.828
M2	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	<b>0.88</b>	<b>0.11</b>	<b>&lt; .001</b>	
M3	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0.10	0.12	.398	
M4	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0.04	0.11	.746	
Constante	3.44	0.13	< .001	0.93	0.31	.003	0.86	0.28	.003	0.48	0.25	.058	1.95	0.24	< .001	
	$R^2 = .033$			$R^2 = .287$			$R^2 = .223$			$R^2 = .223$			$R^2 = .529$			
	$F(2,228) = 4.80, p = .009$			$F(3,227) = 25.60, p < .001$			$F(3,227) = 18.94, p < .001$			$F(3,227) = 10.39, p < .001$			$F(6,224) = 50.74, p < .001$			

Nota: c es la estimación del efecto total de D1 y D2 sobre Y. c' es la estimación del efecto directo de D1 y D2 sobre Y. Los coeficientes B no están estandarizados.

ambos casos, por la amenaza realista. Estos resultados sugieren que el efecto del encuadre de las noticias en la predisposición a apoyar algunas medidas políticas contrarias a la inmigración defendidas por Vox podría en parte explicarse por el aumento o la reducción del nivel de amenaza realista causado por el enfoque de la noticia.

## Estudio 2

Como España, Italia es un importante país receptor de inmigración. Los extranjeros residentes en Italia en 2019 representaban un 8.7% de la población (Istat, 2019). Las comunidades extranjeras más numerosas provienen de Rumanía, Albania y Marruecos. El Estudio 2 se realizó con participantes italianos de diversas regiones. El objetivo del Estudio 2 fue analizar el efecto de las representaciones de la inmigración en los medios de comunicación (invasión vs. oportunidad) sobre las percepciones y emociones de los participantes italianos hacia los inmigrantes árabes, así como su predisposición a apoyar políticas antiinmigración propuestas por La Lega. En los últimos años, el Partido político de La Lega ha adquirido una relevancia importante y, recientemente, ha conseguido el 34.33% de los votos en las últimas elecciones europeas (mayo 2019; *Panorama*, s.f.).

## Método

### Participantes

Un total de 142 personas de nacionalidad italiana y residentes en distintas regiones de Italia participaron voluntariamente en el estudio. Los participantes que no respondieron correctamente las pruebas de lectura ( $n = 6$ ) y respondieron incorrectamente al control atencional ('Por favor, indica cuántas veces has sufrido un accidente que te ha costado la vida',  $n = 11$ ) fueron excluidos de los análisis. La muestra final estaba compuesta por 125 participantes de nacionalidad italiana (65.6% mujeres;  $M_{\text{edad}} = 32.52$ ,  $DT = 14.83$ , rango de edad = 18–74 años).

### Diseño experimental

Este estudio utiliza el mismo diseño que el Estudio 1 con alguna variación en el contenido de la condición enfoque-invasión para adaptarlo al contexto italiano (Villa, 2018; véase IS). Las noticias en la condición enfoque-invasión ( $n = 37$ ) destacaban que el número de inmigrantes ilegales en Italia se incrementaría. Las noticias de la condición inmigración-oportunidad ( $n = 34$ ) y las de la condición de control ( $n = 54$ ) eran las mismas que en el Estudio 1. Como prueba de comprensión lectora, los participantes describieron las ideas principales del texto y contestaron a una pregunta sencilla sobre las respectivas noticias con respuesta en formato dicotómico: en el enfoque de invasión se preguntó si el número de inmigrantes ilegales se incrementaría, mientras que en el de oportunidad se preguntó si los inmigrantes contribuyen más o menos que los costes que suponen.

### Variables e instrumentos

Como en el Estudio 1, se midieron los estereotipos de moralidad ( $\alpha = .90$ ), inmoralidad ( $\alpha = .91$ ), amenaza realista ( $\alpha = .95$ ), amenaza simbólica ( $\alpha = .92$ ) y las emociones intergrupales de ira ( $\alpha = .92$ ) y miedo ( $\alpha = .79$ ). En la *Tabla 3* (IS) se muestran las correlaciones y los estadísticos descriptivos.

**Tabla 3.** Correlaciones de Pearson entre las variables y estadísticos descriptivos por condición.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Control		Enfoque invasión		Enfoque oport.	
											M	DT	M	DT	M	DT
1. Manipulación experimental	1	-.18*	.04	-.22*	-.20*	-.03	-.24**	-.23**	-.10	.10						
2. Orientación política		1	-.50**	.54**	.70**	.63**	.50**	-.42**	.72**	-.43**	3.07	1.29	3.80	1.47	3.18	1.29
3. Moralidad			1	-.60**	-.64**	-.61**	-.45**	-.31**	-.58**	.47**	4.47	0.82	4.16	1.11	4.24	1.03
4. Inmoralidad				1	.64**	.59**	.65**	.56**	.60**	-.28**	3.11	0.86	3.65	1.21	3.09	0.80
5. Amenaza realista					1	.83**	.63**	.49**	.80**	-.48**	1.93	0.82	2.43	1.02	1.95	0.84
6. Amenaza simbólica						1	.52**	.38**	.77**	-.46**	1.97	1.18	2.14	1.17	2.07	0.97
7. Ira							1	.71**	.49**	-.33**	2.41	1.05	2.91	1.29	2.21	0.92
8. Miedo								1	.31**	-.14	2.69	0.91	3.06	1.04	2.47	0.93
9. Políticas antiinmigración									1	-.55**	3.32	1.36	3.88	1.36	3.52	1.28
10. Disposición a participar en voluntariado										1	4.72	1.68	4.22	1.93	4.71	1.66

Nota: Para medir moralidad/inmoralidad, ira, miedo, políticas antimigratorias, y predisposición a realizar voluntariado se utilizó una escala tipo Likert de 1 al 7. Para la amenaza realista y simbólica, de 1 al 5. \* $p \leq .05$ ; \*\* $p \leq .01$ .



**Apoyo a políticas antiinmigración.** Se creó una escala seleccionando 10 propuestas políticas sobre la inmigración incluidas en el programa electoral de La Lega ( $\alpha = .90$ , véase IS).

**Disposición a participar en voluntariado.** Se informó a los participantes de que, periódicamente, la Cruz Roja buscaba voluntarios que enseñasen italiano a los inmigrantes árabes recién llegados. El trabajo consistiría en acudir a uno de los centros regionales durante unas 3 horas por semana. No era necesaria ninguna formación específica, bastaba con ser mayor de edad y hablantes nativos de italiano. Los participantes indicaron el grado en que estarían dispuestos a presentarse voluntarios para hacer este trabajo en su provincia, sobre una escala de 1 ('totalmente en desacuerdo') a 7 ('totalmente de acuerdo').

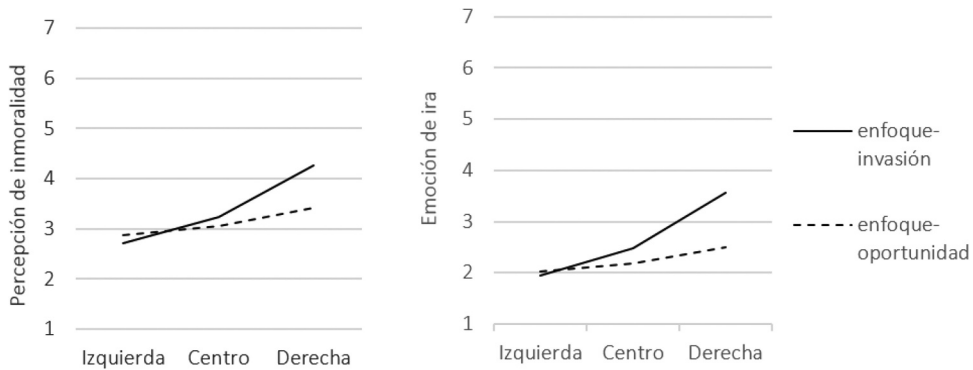
**Orientación política.** Se midió como en el Estudio 1. Se calculó la media de los dos ítems para obtener un valor compuesto de la orientación política,  $r(123) = .83$ ,  $p < .001$ . Se observaron diferencias significativas en la orientación política entre las condiciones,  $F(2, 122) = 3.42$ ,  $p = .036$ ,  $\eta^2_p = .053$ . A pesar de la aleatoriedad, las comparaciones por pares con pruebas de Bonferroni revelaron que los participantes en la condición enfoque-invasión exhibieron una orientación política más conservadora ( $M = 3.80$ ,  $DT = 1.47$ ) que los de la condición de control ( $M = 3.07$ ,  $DT = 1.29$ ;  $p = .040$ ). Teniendo en cuenta este desequilibrio en la orientación política, decidimos analizar únicamente la interacción entre la manipulación del enfoque y la orientación política y no se llevó a cabo un MANOVA como en el Estudio 1.

### **Procedimiento**

El cuestionario fue diseñado y distribuido utilizando la plataforma Qualtrics Survey Software. Los participantes fueron asignados aleatoriamente a las distintas condiciones experimentales. El muestreo fue no probabilístico mediante un procedimiento de 'bola de nieve' similar al Estudio 1. Véase la sección Análisis de Datos en el apartado IS.

### **Resultados**

Se utilizó la macro PROCESS de Hayes (2018) para verificar la interacción entre manipulación y orientación política, con el enfoque de la noticia como variable independiente, las actitudes étnicas como variables dependientes y la orientación política ( $-DT$ , media,  $+DT$ ) como variable moderadora, controlando por la heteroscedasticidad. Se observó una interacción marginal entre D2 (enfoque-invasión vs. enfoque-oportunidad) y orientación política sobre la inmoralidad percibida,  $B = -0.34$ ,  $ET = 0.17$ ,  $t(119) = -1.93$ ,  $p = .056$ , y sobre la ira,  $B = -0.38$ ,  $ET = 0.19$ ,  $t(119) = -1.98$ ,  $p = .049$ . En comparación con el enfoque-invasión, el enfoque-oportunidad reveló menor nivel de inmoralidad percibida,  $B = -0.74$ ,  $ET = 0.27$ ,  $t(119) = -2.76$ ,  $p = .007$ , y de ira,  $B = -0.93$ ,  $ET = 0.38$ ,  $t(119) = -2.47$ ,  $p = .015$ , entre los participantes más conservadores (véase Figura 2). Los participantes con orientación política moderada (de centro), o de izquierda, no se vieron afectados por la manipulación en estas variables,  $ps > .194$ . Los análisis de regresión con otras medidas no arrojaron resultados significativos,  $ps > .171$ <sup>1</sup>.



**Figura 2.** Interacción entre la orientación política y la manipulación (condición invasión vs. condición oportunidad) en la percepción de inmoralidad y la emoción de ira.

Sobre la base de los efectos significativos observados en los análisis previos, se puso a prueba un modelo de mediación en serie moderado por la orientación política utilizando la macro PROCESS (modelo 84) con inmoralidad como primer mediador e ira como segundo mediador. El índice de mediación moderada con inmoralidad como único mediador fue significativo,  $B = -0.23$ ,  $ET = 0.13$ , 95%  $CI [-0.5202$  a  $-0.0040]$ . El enfoque de la noticia como oportunidad (vs. invasión) estaba relacionado indirectamente con un menor apoyo a las políticas antiinmigración a través de la percepción de inmoralidad,  $B = -0.51$ ,  $ET = 0.21$ , 95%  $CI [-0.9372$ ,  $-0.1390]$ , pero solo entre los participantes con una ideología más de derechas. No se observó un efecto indirecto mediado por inmoralidad entre los partidarios de centro y de izquierdas. El modelo de regresión explicaba un 38% de la varianza,  $F(4, 120) = 19.96$ ,  $p < .001$ ,  $R^2 = .38$ . No se confirmó esta mediación moderada en el modelo de mediación en serie (condición  $\rightarrow$  inmoralidad  $\rightarrow$  ira  $\rightarrow$  política),  $B = -0.04$ ,  $ET = 0.04$ , 95%  $CI [-0.1299$ ,  $0.0138]$ ; o en la mediación simple de ira,  $B = -0.04$ ,  $ET = 0.05$ , 95%  $CI [-0.1315$ ,  $0.0539]$ .

## Discusión

El Estudio 2, realizado con una muestra de nacionalidad italiana, confirmó que, en comparación con el enfoque de oportunidad, el enfoque de invasión produce mayor percepción de inmoralidad y mayor ira hacia los inmigrantes árabes, pero solo entre los participantes con una ideología política más conservadora. El enfoque de la noticia no parecía alterar la percepción de los participantes más liberales o de centro. Se observó un efecto indirecto de la manipulación en la predisposición a aceptar las políticas de La Lega contra la inmigración a través de la inmoralidad percibida pero, de nuevo, solo entre los participantes más conservadores.

## Discusión general

En este trabajo se investiga el efecto de las representaciones que los medios de comunicación hacen (enfoque de la noticia) de la inmigración en las percepciones y las emociones de participantes españoles e italianos sobre los inmigrantes

marroquíes en España (Estudio 1) y sobre los inmigrantes árabes en Italia (Estudio 2), así como la predisposición de los participantes a aceptar las políticas antiinmigración de Vox en España y de La Lega en Italia.

Los resultados del estudio realizado en España demuestran que, en comparación con el enfoque-invasión, los participantes de la condición enfoque-oportunidad consideraban a los marroquíes menos inmorales, sentían menos amenaza realista y simbólica y menos ira. Por tanto, podemos predecir que las personas expuestas a noticias que enfatizan las consecuencias positivas de la inmigración en España podrían percibir que los inmigrantes marroquíes son menos inmorales y que los recursos sociales o sus costumbres corren menos peligro. Además, sentirán menos ira e indignación que las personas expuestas a noticias que enfatizan aspectos negativos de la inmigración. Estos resultados son coherentes con los hallazgos sobre el efecto del encuadre noticioso en las actitudes hacia los inmigrantes (e.g., Igartua et al., 2007, 2011), pero también los amplían a nuevas variables como la inmoralidad percibida. En la misma línea que Atwell Seate y Mastro (2015), los resultados de ambos estudios confirman que el efecto del enfoque de la noticia en el apoyo a políticas de inmigración no es directo sino indirecto, a través de variables psicosociales como la percepción de inmoralidad y/o amenaza realista. Esto no es sorprendente, dado el importante papel de la amenaza percibida en el apoyo a partidos políticos de extrema derecha (véase Aichholzer & Zandonella, 2016; Vergani et al., 2019). Los resultados en Italia revelaron que la manipulación interactuaba con la orientación política y solo afectaba a los participantes más conservadores. Los participantes conservadores en la condición enfoque-oportunidad expresaron menos estereotipos de inmoralidad sobre los inmigrantes árabes y menos ira que los participantes en la condición enfoque-oportunidad. Este hallazgo podría ser coherente con investigaciones previas que revelan que algunas estrategias funcionan mejor entre personas que muestran más intolerancia y mayor rigidez cognitiva (Hodson, 2011).

El presente trabajo no está libre de limitaciones. En general, no existían diferencias entre la condición de control y las de manipulación, por lo que no podemos afirmar con certeza que el enfoque-invasión empeora las actitudes ni que el enfoque-oportunidad las mejora. Además, los participantes de la condición de control no leyeron ninguna noticia, por lo que no realizaron el mismo trabajo en términos de tiempo y carga cognitiva en comparación con las condiciones experimentales. Aunque no podemos descartar que los participantes en las condiciones experimentales estuviesen más fatigados que los participantes en la condición de control, es poco probable que la fatiga pueda explicar los efectos de interacción que hallamos en el Estudio 2. No obstante, futuros estudios deberían incluir una condición de control en la que los participantes leyesen un texto sobre un tema diferente, pero de formato y extensión similares a los de las condiciones experimentales. Además, algunos resultados del Estudio 1 no se reproducen en el Estudio 2. Esta diferencia podría explicarse por el bajo nivel de poder estadístico, ya que no alcanzamos el tamaño de muestra que necesitábamos para lograr un poder estadístico adecuado. Por tanto, futuras investigaciones deberían tratar de reproducir esta manipulación con una muestra más amplia y con un diseño intrasujeto para incrementar el poder estadístico y la fiabilidad de los resultados. Además, no podemos descartar un efecto de *priming* de las imágenes incluidas en las noticias. En la condición enfoque-oportunidad se mostró una mujer negra, mientras que en la condición de enfoque-invasión se mostraron hombres negros que llegaban a la costa.

En futuros estudios se deberían controlar los posibles efectos de *priming* de las imágenes y no incluir variaciones de género. Por otra parte, para poder estar seguros sobre el rol mediador de la inmoralidad y la amenaza realista, nuevos estudios deberían manipular la percepción de inmoralidad y de amenaza, manteniendo controlado el enfoque de la noticia. Asimismo, a pesar de incluir pruebas de lectura para garantizar la comprensión del texto, no se incluyeron pruebas para controlar el efecto de manipulación y determinar si la percepción de los inmigrantes como invasión o como contribución era ciertamente distinta en función de la condición experimental. Futuros estudios deberían tener en cuenta este aspecto.

A pesar de las limitaciones, esta investigación aporta algunas contribuciones a la literatura sobre cómo los medios pueden influir en las actitudes étnicas y en el apoyo a partidos antiinmigración. Se utilizaron noticias reales en las que el enfoque amenazante no destacaba explícitamente la relación entre inmigración y delincuencia, como ocurre en estudios anteriores (e.g., Igartua et al., 2011). Los hallazgos parecen sugerir que el enfoque de las noticias puede influir en la dimensión estereotípica de inmoralidad, y esta dimensión desempeña un papel importante en la predicción del apoyo a políticas antimigratorias en dos países europeos. Además, en el Estudio 1 se confirmó el fuerte impacto de la información negativa (frente a la positiva) en la amenaza percibida. Los medios de comunicación deberían tener en cuenta que la exposición a este tipo de enfoques puede tener mayor impacto en las audiencias y deberían ser muy prudentes a la hora de gestionar la divulgación de este tipo de información. En el Estudio 2, un resultado importante fue que el enfoque de la noticia solo afectó a los participantes más conservadores. Dado que, por lo general, estos están más predispuestos a aceptar políticas antimigratorias, este hallazgo resulta sugerente y futuros estudios deberían tratar de buscar nuevas evidencias en esta línea.

En conclusión, esta investigación demuestra experimentalmente que los medios de comunicación ejercen un impacto innegable y palpable en la sociedad. No deberíamos subestimar el efecto que las noticias sobre la inmigración ejercen en nuestra opinión, puesto que, en ocasiones, el oportunismo mediático y su exposición distorsionada de los hechos afecta y modifica nuestra percepción y nuestras emociones (en la mayoría de los casos, negativamente). No obstante, los medios ejercen también un impacto positivo muy potente: mostrar la verdad y los aspectos positivos de la inmigración tiene el potencial de mejorar las actitudes hacia la población inmigrante y prevenir el apoyo a partidos políticos que fomentan políticas de exclusión social.

## Nota

1. Se observa una interacción significativa de D2 en moralidad,  $B = 0.46$ ,  $ET = 0.21$ ,  $t(119) = 2.22$ ,  $p = .029$ . Sin embargo, los efectos simples, aunque iban en dirección opuesta, no eran significativos: orientación política de derechas,  $B = -0.78$ ,  $ET = 0.42$ , 95% CI [-1.6274, 0.0581]; orientación política de centro,  $B = -0.15$ ,  $ET = 0.23$ , 95% CI [-0.6061, 0.2966]; orientación política de izquierdas,  $B = 0.48$ ,  $ET = 0.29$ , 95% CI [-0.0991, 1.0494].

## Acknowledgements / Agradecimientos

This work has been supported by the National Project about 'Research Challenges' entitled 'Limitations of the classic strategies for reducing prejudice and new proposals to improve intergroup

relations based on morality' (RTI2018 –098576-A-I00) funded by the Ministry of Science, Innovation and Universities of Spain within the national programme oriented to the challenges of society, within the framework of the state plan for scientific and technical research and innovation 2017-2020. / *Este trabajo ha sido financiado gracias a los fondos del Proyecto de I+D+i 'Retos Investigación', titulado 'Limitaciones de las estrategias clásicas de reducción del prejuicio y nuevas propuestas para la mejora de las relaciones intergrupales basadas en la moralidad' (RTI2018-098576-A-I00) financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España dentro del programa estatal de I+D+i orientado a los retos de la sociedad, en el marco del plan estatal de investigación científica y técnica y de innovación 2017-2020.*

## Disclosure statement / Conflicto de intereses

No potential conflict of interest was reported by the authors. / *Los autores no han referido ningún potencial conflicto de interés en relación con este artículo.*

## ORCID

Lucía López-Rodríguez  <http://orcid.org/0000-0002-9153-0220>

Alexandra Vázquez  <http://orcid.org/0000-0002-6040-9102>

Isabel Cuadrado  <http://orcid.org/0000-0002-0946-2696>

Marco Brambilla  <http://orcid.org/0000-0002-4774-3309>

John F. Dovidio  <http://orcid.org/0000-0002-6110-8344>

## References / Referencias

- Aichholzer, J., & Zandonella, M. (2016). Psychological bases of support for radical right parties. *Personality and Individual Differences*, 96, 185–190. doi:10.1016/j.paid.2016.02.072
- Atwell Seate, A., & Mastro, D. (2015). The effect of media exposure on perceptions of group entitativity: A preliminary examination. *Communication Research Reports*, 32, 29–34. doi:10.1080/08824096.2014.989972
- Boomgaarden, H. G., & Vliegenthart, R. (2007). Explaining the rise of anti-immigrant parties: The role of news content in the Netherlands, 1990–2002. *Electoral Studies*, 26, 404–417. doi:10.1016/j.electstud.2006.10.018
- Boomgaarden, H. G., & Vliegenthart, R. (2009). How news content influences anti-immigration attitudes: Germany, 1993–2005. *European Journal of Political Research*, 48, 516–542. doi:10.1111/j.1475-6765.2009.01831.x
- Brader, T., Valentino, N. A., & Suhay, E. (2008). What triggers public opposition to immigration? Anxiety, group cues, and immigration threat. *American Journal of Political Science*, 52, 959–978. doi:10.1111/j.1540-5907.2008.00353.x
- Brambilla, M., & Leach, C. W. (2014). On the importance of being moral: The distinctive role of morality in social judgment. *Social Cognition*, 32, 397–408. doi:10.1521/soco.2014.32.4.397
- Brambilla, M., Rusconi, P., Sacchi, S., & Cherubini, P. (2011). Looking for honesty: The primary role of morality (vs. sociability and competence) in information gathering. *European Journal of Social Psychology*, 41, 135–143. doi:10.1002/ejsp.744
- Brambilla, M., Sacchi, S., Pagliaro, S., & Ellemers, N. (2013). Morality and intergroup relations: Threats to safety and group image predict the desire to interact with outgroup and ingroup members. *Journal of Experimental Social Psychology*, 49, 811–821. doi:10.1016/j.jesp.2013.04.005
- Brambilla, M., Sacchi, S., Rusconi, P., Cherubini, P., & Yzerbyt, V. Y. (2012). You want to give a good impression? Be honest! Moral traits dominate group impression formation. *British Journal of Social Psychology*, 51, 149–166. doi:10.1111/j.2044-8309.2010.02011.x

- Caro, L. (2019). *La inmigración irregular por mar se duplica hasta febrero: De 2.502 rescatados en 2018 a 5.040*. Retrieved from [https://www.abc.es/espana/abci-inmigracion-irregular-mar-duplica-hasta-febrero-2502-rescatados-2018-5040-201903140232\\_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F](https://www.abc.es/espana/abci-inmigracion-irregular-mar-duplica-hasta-febrero-2502-rescatados-2018-5040-201903140232_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F)
- Cottrell, C., & Neuberg, S. (2005). Different emotional reactions to different groups: A sociofunctional threat-based approach to “Prejudice”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, 770–789. doi:10.1037/0022-3514.88.5.770
- Cuadrado, I., López-Rodríguez, L., & Constantin, A. A. (2020). “A matter of trust”: Perception of morality increases willingness to help through positive emotions. *Group Processes & Intergroup Relations*, 23, 462–480. doi:10.1177%2F1368430219838606
- El País. (2018). *Elecciones Autonómicas 2018*. Retrieved from <https://resultados.elpais.com/ecciones/2018/autonomicas/01/04.html>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43, 51–58. doi:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Ernst, N., Engesser, S., Büchel, F., Blassnig, S., & Esser, F. (2017). Extreme parties and populism: An analysis of Facebook and Twitter across six countries. *Information, Communication & Society*, 20, 1347–1364. doi:10.1080/1369118X.2017.1329333
- European Parliament. (2019). *European election results*. Retrieved from <https://europarl.europa.eu/election-results-2019/en/seats-political-group-country/2019-2024/>
- Fiske, S., Cuddy, A., Glick, P., & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 878–902. doi:10.1037//0022-3514.82.6.878
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (2th ed.). New York, NY: Guilford Press.
- Hodson, G. (2011). Do ideologically intolerant people benefit from intergroup contact? *Current Directions in Psychological Science*, 20, 154–159. doi:10.1177/0963721411409025
- Igartua, J. J., & Cheng, L. (2009). Moderating effect of group cue while processing news on immigration. Is framing effect a heuristic process? *Journal of Communication*, 59, 726–749. doi:10.1111/j.1460-2466.2009.01454.x
- Igartua, J. J., Moral, F., & Fernández, I. (2011). Cognitive, attitudinal and emotional effects of the news frame and group cues on processing news about immigration. *Journal of Media Psychology*, 23, 174–185. doi:10.1027/1864-1105/a000050
- Igartua, J. J., Otero, J. A., Muñoz, C., Cheng, L., & Gómez, J. (2007). Efectos cognitivos y afectivos de los encuadres noticiosos de la inmigración. In J. J. Igartua & C. Muñoz (Eds.), *Medios de comunicación, inmigración y sociedad* (pp. 197–232). Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2019). *Estadística del Padrón Continuo a 1 de enero de 2019*. Retrieved from <https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?type=pcaxis&path=/t20/e245/p08/&file=pcaxis&dh=0&capsel=1>
- Istat. (2019). *Stranieri residenti al 1° gennaio*. Retrieved from <http://dati.istat.it/Index.aspx?QueryId=19105>
- Laffan, B. (2019). The European Parliament in turbulent political times: Concluding reflections. *Journal of European Integration*, 41, 405–416. doi:10.1080/07036337.2019.1599881
- Leach, C., Ellemers, N., & Barreto, M. (2007). Group virtue: The importance of morality (vs. competence and sociability) in the positive evaluation of in-groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93, 234–249. doi:10.1037/0022-3514.93.2.234
- López-Rodríguez, L., Cuadrado, I., & Navas, M. (2013). Aplicación extendida del Modelo del Contenido de los Estereotipos (MCE) hacia tres grupos de inmigrantes en España. *Estudios de Psicología*, 34, 197–208. doi:10.1174/021093913806751375
- López-Rodríguez, L., Zagefka, H., Navas, M., & Cuadrado, I. (2014). Explaining majority members’ acculturation preferences for minority members: A mediation model. *International Journal of Intercultural Relations*, 38, 36–46. doi:10.1016/j.ijintrel.2013.07.001

- Mackie, D. M., Devos, T., & Smith, E. R. (2000). Intergroup emotions: Explaining offensive action tendencies in an intergroup context. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 602–616. doi:10.1037//0022-3514.79.4.602
- Mackie, D. M., & Smith, E. R. (2018). Intergroup emotions theory: Production, regulation, and modification of group-based emotions. *Advances in Experimental Social Psychology*, 58, 1–69. doi:10.1016/bs.aesp.2018.03.001
- Meltzer, C. E., Schemer, C., Boomgaarden, H. G., Strömbäck, J., Jacob-Moritz, E., Theorin, N., & Heidenreich, T. (2017). Media effects on attitudes toward migration and mobility in the EU: A comprehensive literature review. *Reminder project*. Retrieved from <https://www.reminder-project.eu/publications/literature-reviews/media-effects-attitudes-migration/>
- Nabi, R. L. (2009). Emotion and media effects. In R. L. Nabi & M. B. Oliver (Eds.), *The SAGE handbook of media processes and effects* (pp. 205–221). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Navas, M., Cuadrado, I., & López-Rodríguez, L. (2012). Escala de Percepción de Amenaza Exogrupal (EPAE): Fiabilidad y evidencias de validez. *Psicothema*, 24, 477–482.
- Nelson, T. E., Clawson, R. A., & Oxley, Z. M. (1997). Media framing of a civil liberties conflict and its effect on tolerance. *American Political Science Review*, 91, 567–583. doi:10.2307/2952075
- Pagliari, S., Brambilla, M., Sacchi, S., D'Angelo, M., & Ellemers, N. (2013). Initial impressions determine behaviours: Morality predicts the willingness to help newcomers. *Journal of Business Ethics*, 117, 37–44. doi:10.1007/s10551-012-1508-y
- Panorama. (in press). *I numeri (record) della crescita della Lega di Matteo Salvini*. Retrieved from <https://www.panorama.it/news/politica/crescita-lega-matteo-salvini-elezioni-voti/>
- Prati, F., Moscatelli, S., Pratto, F., & Rubini, M. (2018). Multiple and counterstereotypic categorization of immigrants: The moderating role of political orientation on interventions to reduce prejudice. *Political Psychology*, 39, 829–848. doi:10.1111/pops.12445
- Price, V., & Tewksbury, D. (1997). News values and public opinion: A theoretical account of media priming and framing. In G. Barnett & F. J. Boster (Eds.), *Progress in the communication sciences* (pp. 173–212). Greenwich, CT: Ablex.
- Sayans-Jiménez, P., Cuadrado, I., Blanc, A., Ordóñez-Carrasco, J., & Rojas, A. (2018). Morality stereotype content scale (MSCS): Rasch analysis and evidences of validity. *Ceskoslovenska Psychologie*, 62, 366–381.
- Sayans-Jiménez, P., Rojas, A., & Cuadrado, I. (2017). Is it advisable to include negative attributes to assess the stereotype content? Yes, but only in the morality dimension. *Scandinavian Journal of Psychology*, 58, 170–178. doi:10.1111/sjop.12346
- Scheufele, D. A. (2000). Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication. *Mass Communication and Society*, 3, 297–316. doi:10.1207/S15327825MCS0323\_07
- Stephan, W., Renfro, C., Esses, V., Stephan, C., & Martin, T. (2005). The effects of feeling threatened on attitudes toward immigrants. *International Journal of Intercultural Relations*, 29, 1–19. doi:10.1016/j.ijintrel.2005.04.011
- Stephan, W., Ybarra, O., & Rios, K. (2016). Intergroup threat theory. In T. D. Nelson (Ed.), *Handbook of prejudice, stereotyping and discrimination* (2nd ed., pp. 255–273). New York, NY: Psychology Press.
- Stephan, W. G., Boniecki, K. A., Ybarra, O., Bettencourt, A., Ervin, K. S., Jackson, L. A., & Renfro, C. L. (2002). The role of threats in the racial attitudes of Blacks and Whites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 1242–1254. doi:10.1177/01461672022812009
- van Klingeren, M., Boomgaarden, H. J., Vliegenthart, R., & de Vreese, C. H. (2015). Real world is not enough: The media as an additional source of negative attitudes toward immigration, comparing Denmark and the Netherlands. *European Sociological Review*, 31, 268–283. doi:10.1093/esr/jcu089
- Vergani, M., Bliuc, A. M., Stuart, A., Badea, C., Muntele, D., & McGarty, C. (2019). United in diversity, divided in adversity? Support for right-wing Eurosceptic parties in the face of threat differs across nations. *Frontiers in Psychology*, 10, 1880. doi:10.3389/fpsyg.2019.01880

- Villa, M. (2018). *I nuovi irregolari in Italia*. Retrieved from <https://www.ispionline.it/it/pubblicazione/i-nuovi-irregolari-italia-21812>
- Villascusa, A. (2018). *Así contribuyen los inmigrantes a la economía*. Retrieved from [https://cadenaser.com/programa/2018/06/22/hora\\_14\\_fin\\_de\\_semana/1529675792\\_830521.html](https://cadenaser.com/programa/2018/06/22/hora_14_fin_de_semana/1529675792_830521.html)
- Vox. (2019). *Programa Electoral*. Retrieved from <https://www.voxespana.es/espana/programa-electoral-vox>