

Tema 11: Estereotipos

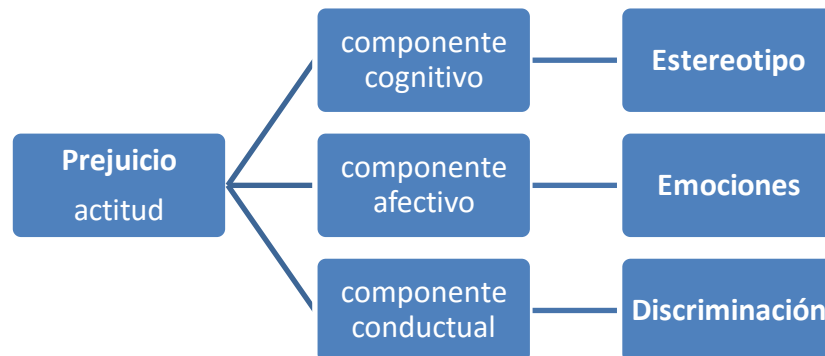
1. Introducción

Los **estereotipos** son **generalizaciones sobre grupos sociales**. La palabra la tomó **Walter Lippman** en 1922 de los moldes que utilizan en las imprentas. Pretende hacer hincapié en el modo en el que se reproducen una y otra vez imágenes y creencias que tiene la sociedad sobre determinados grupos sociales. Intentó denunciar el riesgo de etiquetar a las personas sobre la base de explicaciones estereotipadas, en una época en la que el racismo no estaba censurado ni en los entornos académicos. Desde una perspectiva racista, la imagen negativa de los negros en EEUU, en aquella época, se fundamentaba en características innatas, que justificaban la situación social en la que vivían.

2. Nociones básicas en el estudio de los estereotipos

Hay que distinguir entre **prejuicio**, **estereotipos** y **discriminación**.

Prejuicio: actitud, positiva o negativa, hacia los miembros de determinados grupos. Sus 3 componentes son:



Estereotipos sociales: creencias sobre las características que poseen un conjunto de personas, derivadas simplemente de su pertenencia a un determinado grupo o categoría social.

Generalizamos y aplicamos las características a cualquier persona del grupo aunque no la conozcamos.

Para **Tajfel** los **estereotipos** son **imágenes mentales muy simplificadas** sobre personas o grupos que son **compartidas por un gran número de personas**. Destaca el **consenso social** y cultural para poder comprender los procesos psicosociales que subyacen a su funcionamiento.

Los estereotipos **se organizan en esquemas** que contienen las **creencias y expectativas** sobre un grupo y sus miembros. Incluyen creencias sobre diferentes aspectos como rasgos físicos, de

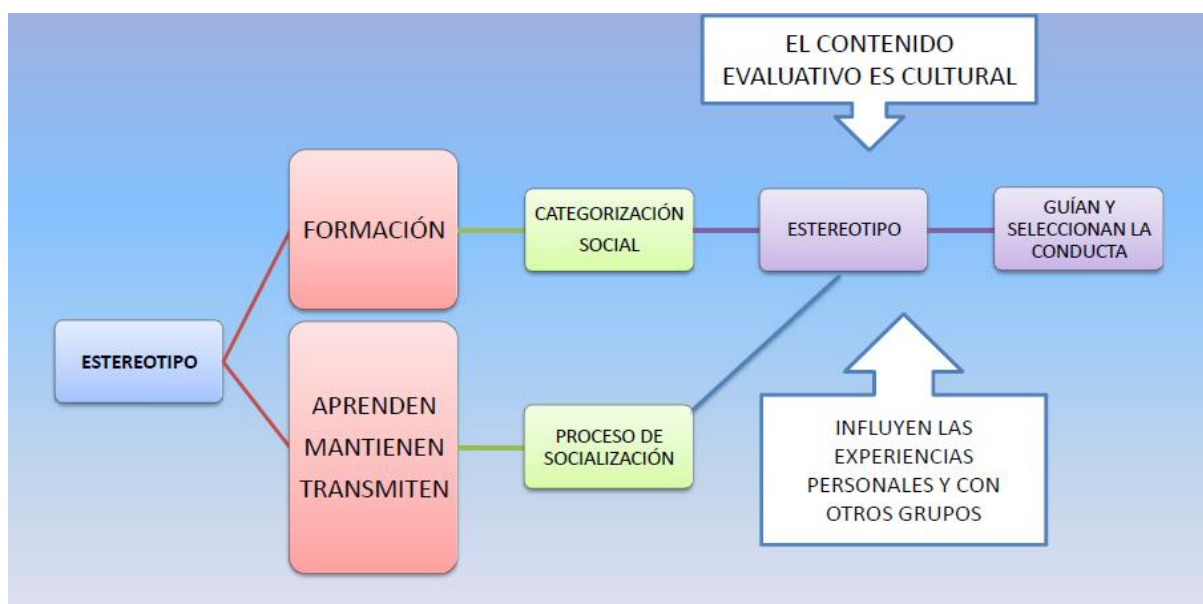
personalidad, roles y profesiones o valores y preferencias (interesados por la cultura, religiosos...). Estas creencias y expectativas sobre los atributos de los miembros del grupo están relacionadas entre sí, y constituyen una especie de **teorías ingenuas que guían nuestras actitudes y conductas** hacia ellos (Fiske). Las características que forman el esquema tienen connotaciones evaluativas, por tanto, **los estereotipos son creencias que implican una valoración de las personas**.

No todas las personas suscriben los estereotipos en la misma medida. Hay que diferenciar entre aspectos culturales e individuales.

Estereotipia: grado o intensidad con que una persona asume las creencias estereotipadas y compartidas.

Hay que considerar hasta qué punto los estereotipos reflejan la realidad o son generalizaciones sesgadas. Se ha dejado de estudiar porque es difícil comprobar cuantos miembros del grupo coinciden con los atributos que les asigna el estereotipo (suelen ser aspectos no observables), y porque tratar a cualquier individuo como si fuera una representación de su grupo nunca puede ser exacto. **En general, los estereotipos se consideran imágenes mentales sesgadas y poco veraces.**

3. Procesos implicados en la formación y el mantenimiento de los estereotipos



Los estereotipos se aprenden, se mantienen y se modifican mediante el proceso de socialización, y su transmisión se produce a través de diferentes fuentes.

El proceso deriva de la categorización social (desde pequeños categorizamos a las personas por su sexo, etnia, edad...). Pero, **el contenido de los estereotipos y el carácter evaluativo de ese contenido es cultural**, y su aprendizaje no es asimilable al correspondiente a la categorización de

objetos. Las creencias compartidas en una cultura se adquieren a través de los agentes socializadores. **A través de la cultura aprendemos los aspectos valorativos vinculados a los estereotipos** que se aplican a los grupos. **Aunque también influyen las experiencias personales, ese contenido cultural afecta sustancialmente** a los procesos psicológicos implicados en las relaciones con los miembros de otros grupos.

Las creencias estereotipadas son una consecuencia del proceso de psicológico básico de categorización social. **Categorizar y estereotipar no son la misma cosa**. El estereotipo va más allá al incorporar **expectativas** sobre cómo son o cómo se comportan los miembros de un grupo, y están mediados por el contexto social y por las relaciones intergrupales.

¿Por qué categorizamos la realidad social? (E. Gaviria)

Debemos elegir con quien nos relacionamos. A veces decidimos en función de experiencias personales y otras veces nos fijamos en sus rasgos físicos o conductuales para categorizar a la persona y activar un esquema del que inferir cómo comportarnos con esa persona. **Es un proceso bastante automático** que ocurre también en otras especies.

Los psicólogos evolucionistas creen que fue útil para nuestros ancestros **distinguir entre amigos y enemigos** en un ambiente en el que la cooperación era vital.

Neuberg y Cottrell sugieren que las personas tendemos a hacer categorizaciones sociales en relación con determinadas dimensiones más fácilmente que con otras, en concreto, en relación con aquellas **características que hayan aportado información relevante para la eficacia biológica inclusiva**, como el sexo, la edad o la pertenencia grupal.

Clasificar a otros como miembros del endogrupo o del exogrupo activa dos circuitos cerebrales o programas de toma de decisiones muy diferentes:

- **Exogrupo:** da lugar a **percepciones y caracterizaciones globales, abstractas y negativas**, que provocan conductas defensivas, competitivas, explotadoras o agresivas.
- **Endogrupo:** **procesos cognitivos más complejos**. Discriminamos entre los miembros en función de su potencial para contribuir a nuestra eficacia biológica inclusiva. De ahí, la visión más heterogénea del endogrupo, que da lugar a conductas más variadas, que según a quien vayan dirigidas, pueden ser prosociales/cooperativas, o competitivas/agresivas, pudiendo llegar incluso a la exclusión social.

Estos programas de categorización son flexibles y sensibles al contexto. El principio que en última instancia regula nuestra categorización sobre los otros se basa en un juicio implícito sobre si será más ventajoso para nosotros cooperar o competir con ellos. **Según nos convenga, usaremos la lente endogrupal o exogrupal para ver a los demás**.

ESENCIALISMO (SESGO)

Una vez que se clasifica a las personas en grupos, existe una tendencia a percibir las categorías sociales como “naturales” (etnia, edad o sexo)

EFECTO DE ASIMILACIÓN

Enfatiza la similitud entre los miembros de una categoría
(todos los hombres son iguales)

EFECTO DE CONTRASTE

Acentúa Diferencias entre categorías:(los alemanes son más serios que los españoles)

HOMOGENEIDAD EXOGRUPAL:

Sesgo que lleva a percibir al exogrupo como semejantes y al endogrupo como diferenciados

Efecto de asimilación: acentúa la similitud entre los elementos de una misma categoría.

Efecto de contraste: acentúa las diferencias entre categorías (ej. los del norte son más trabajadores que los del sur).

Sesgo de homogeneidad exogrupal: es más acusado si los grupos son poco familiares o si se tiene una imagen de ellos muy abstracta (esquemas y no ejemplares). La causa puede ser que conocemos a muchos miembros del **endogrupo por experiencia directa**, y el conocimiento de los miembros del **exogrupo** se debe, en gran medida, al **aprendizaje cultural indirecto**.

Esencialismo: tendencia a percibir las categorías sociales como “naturales”, es decir, como se perciben las clasificaciones que aplicamos a planta y animales, lo que implica que se les atribuya características esenciales a su pertenencia grupal. Se aplica más a grupos que se definen en función de claves físicas (sexo, etnia, edad...), que se interpretan como causas biológicas subyacentes.

El cambio de los estereotipos a nivel individual es difícil, ya que son estructuras cognitivas muy rígidas:

- Tendemos a prestar más atención a lo que confirma nuestras expectativas previas e **ignoramos o modificamos lo que es inconsistente con nuestras creencias**, salvo que la incongruencia llame de forma especial nuestra atención.
- Otro proceso que impide el cambio individual de los estereotipos es la **tendencia a reinterpretar la información inconsistente** o a **considerar el caso como atípico** (atribuiremos la inconsistencia a características personales pero no modificaremos nuestro estereotipo sobre ese grupo). Podemos incluir a la persona en un subtipo que incluye a quienes no se ajustan totalmente al estereotipo convencional.

- Para que se produzca el cambio en los estereotipos deben producirse **cambios sociales, políticos o económicos** que varíen las relaciones entre los grupos.
- Al clasificar a las personas lo habitual es que se utilicen conjuntamente diferentes categorías (edad, etnia, sexo, profesión...).
- Los estereotipos no solo afectan a los procesos cognitivos. **La mayoría de los estereotipos tienen connotaciones afectivas y motivacionales que influyen en esa categorización**, lo que origina que se distorsione la realidad y a exagerar las diferencias entre los grupos y a subestimar las variaciones individuales dentro de un mismo grupo. **En función de nuestros intereses, las personas de otros grupos se pueden percibir de forma más o menos positiva.**
- Los estereotipos **cambian a lo largo del tiempo y en las diferentes culturas**. Están estrechamente relacionados con el contexto social en el que se manifiestan y con las relaciones entre grupos en esa sociedad y, por tanto, se modifican cuando cambian las relaciones entre los grupos (ej. creencias sobre los roles hombre/mujer en el último siglo, o los estereotipos hacia los afroamericanos desde la declaración de los derechos civiles). Los estereotipos cambian cuando hay cambios sociales, políticos o económicos que varían las relaciones entre los grupos.
- Los estereotipos **contribuyen a configurar una realidad social** dentro de una determinada cultura, ya que **guían el comportamiento hacia los grupos**. Pueden producir el efecto de **profecía autocumplida**.

Todo esto corresponde al **nivel explícito de los estereotipos** (consciente). Los estereotipos funcionan también de **forma implícita** (Greenwald y Banaji). Actúan como creencias de las que no somos conscientes, pero una vez activados, pueden determinar el comportamiento manifiesto hacia quienes se dirigen. Al funcionar de manera inconsciente, son difíciles de identificar, pero eso no evita que influyan. **Los estereotipos implícitos predicen mejor las expresiones sutiles de prejuicio** que las medidas explícitas obtenidas a través de autoinformes.

4. La medida de los estereotipos

La medida de los estereotipos tiene como fin evaluar:

- su **contenido cultural**: atributos que se aplican al grupo.
- el **grado de estereotipia**¹ de los individuos: hasta qué punto cada persona suscribe el contenido de los estereotipos.

El investigador debe elaborar instrumentos específicos adaptados a los objetivos de estudio, teniendo en cuenta lo que quiere medir, el contexto y la población en los que va a tomar esa medida. Entre estas medidas destacan las listas de adjetivos, la estimación de porcentajes y la razón diagnóstica.

¹ Estereotipia y estereotipo se utilizan comúnmente como sinónimos, aunque no son lo mismo.

Lista de adjetivos

Se utiliza para averiguar el contenido de los estereotipos. Lo desarrollaron Katz y Braly (1993) con muestras de estudiantes a los que pidieron que seleccionaran, de una lista de 84 adjetivos, aquellos que consideraban más típicos de los diez grupos evaluados (estadounidenses de origen europeo, de origen africano, alemanes, turcos, ingleses, italianos, irlandeses, japoneses, judíos y chinos). Entre los resultados se comprobó que el estereotipo de los estadounidenses blancos (trabajadores, inteligentes y materialistas) era más positivo que el de los negros (supersticiosos, holgazanes y despreocupados).

Es habitual que la **lista de adjetivos** se obtenga a partir de **estudios previos** que emplean una técnica de **respuesta abierta**, seleccionándose posteriormente, aquellos rasgos que se mencionan con mayor frecuencia. Esto permite obtener características que no están sesgadas por las creencias previas de los investigadores.

Sangrador (1996) hizo un estudio en España con una muestra de 2500 personas repartidas proporcionalmente por las diferentes comunidades autónomas. Tras estudios previos, obtuvo una lista de 80 adjetivos. Cada entrevistado elegía 5 adjetivos para cada grupo: andaluces, aragoneses, castellanos, catalanes, gallegos, madrileños, valencianos, vascos, españoles y europeos. Lo importante no es encontrar características que se atribuyan mucho a los miembros de un grupo, sino que se le apliquen de forma distintiva en comparación con otros grupos. En este estudio se opta por una medida denominada “**saliencia transversal**”, que consiste en una comparación transversal (a través de todos los grupos analizados) de la frecuencia con la que cada adjetivo se aplica a los diferentes grupos de estudio. Se aplica la “**máxima saliencia transversal**” a aquellos rasgos cuya frecuencia de atribución ha sido máxima para uno de ellos en comparación con el resto.

Resultados del estudio de Sangrador (1996)	
Andaluces	Alegres, abiertos, graciosos, juerguistas, amables, exagerados, charlatanes, vagos, cariñosos, sencillos, bebedores, religiosos.
Aragoneses	Testarudos, nobles, brutos, leales.
Castellanos	Serios, conservadores, honrados, sobrios.
Catalanes	Tacaños, trabajadores, independientes, cerrados, emprendedores, egoístas, individualistas, materialistas, ambiciosos, antipáticos.
Gallegos	Supersticiosos, desconfiados, hogareños, aventureros, humildes.
Madrileños	Chulos, orgullosos, fanfarrones, clasistas.
Valencianos	Ningún rasgo de máxima saliencia transversal.
Vascos	Separatistas, fuertes, violentos, extremistas, comilones, tradicionalistas, idealistas.
Espanoles	Buena gente, amantes de su tierra, hospitalarios, generosos, solidarios, serviciales, machistas, apasionados.
Europeos	Fríos, inteligentes, responsables, prácticos, cultos.

Una vez conocidos **los atributos**, se pueden utilizar para medir el **grado de estereotipia** de cada persona.

Estimación de porcentajes

Este método se basa en la **estimación del porcentaje de miembros de un determinado grupo que posee un determinado atributo**. Se pide a los participantes que indique el porcentaje de individuos de ese grupo que posee cada atributo (Brigham, 1971). Puede utilizarse con un doble objetivo:

- **Comprobar hasta qué punto un rasgo o característica se considera estereotípico o no**, calculando algún índice que permita analizar si existen creencias compartidas sobre la asignación de un atributo (se considera estereotípico, si la mayoría de la muestra adjudica un atributo a más de un 80% de los miembros del grupo en cuestión).
- Para **medir el grado de estereotipia**, una vez que se sabe cuál es el contenido de los estereotipos.

La razón diagnóstica

Permite predecir la **probabilidad de asignar una característica más a un grupo que a otro**. Al igual que la estimación de porcentajes, es útil para comprobar el contenido de los estereotipos y el grado de estereotipia.

Para calcular esa razón, **se divide el porcentaje asignado a los miembros de un grupo al que se supone que se estereotipa es una determinada característica (numerador de la razón) por el porcentaje que se asigna a la población en general o a los miembros de otro grupo con el que se les compara (denominador)**.

Por ejemplo, si se considera “religiosos” al 75% de los marroquíes, y al 50% de la población en general, la razón será $75/50=1,5$. Si la razón supera 1, la característica es importante para describir al grupo.

Se ha empleado para evaluar el contenido de los estereotipos de género en muestras estadounidenses y españolas, ya que permite paliar algunos de los problemas asociados a las medidas generales de estos estereotipos. De los datos derivados de esta medida se puede deducir que, si se cree que la proporción de hombres que poseen un rasgo (p.e. competitivo) es el doble que la de mujeres, en ausencia de otros datos específicos de una persona, la probabilidad de que se le asigne más esa característica a un hombre que a una mujer será el doble en cualquier contexto.

Esta técnica también **permite obtener una medida individual de estereotipia**, a partir de la suma de las razones diagnósticas de los diferentes rasgos estereotipados. Para ello se emplea un cuestionario que recoge características que reflejan el contenido de los estereotipos culturales y se trata de medir en qué proporción cada persona asigna más esos atributos al grupo estereotipado que a otro con el que se compara.

Resumiendo, independientemente de la técnica utilizada:

- cuando el objetivo es medir el contenido de los estereotipos de un grupo, lo importante es que esa medida refleje las características que se asignan diferencialmente a ese grupo.
- cuando el objetivo es medir la estereotipia, la medida tiene que recoger la variabilidad entre las personas que estereotipan y las que no y, por lo tanto, es necesario conocer previamente el contenido de esos estereotipos.

Otras medidas de estereotipia

Dado que los estereotipos son la base cognitiva de las actitudes hacia un grupo, las mismas técnicas que se emplean para medir actitudes (tanto explícitas como implícitas) pueden utilizarse para medir estereotipia:

- **Diferencial semántico:**
 - para valorar el **contenido de estereotipos**: se considera que un rasgo forma parte del estereotipo cuando la media de las puntuaciones asignadas se desvía significativamente de la media teórica (se puede utilizar con **escalas tipo Likert**, por ejemplo, porcentajes). Ejemplo de valoración de alemanes (escala 1..7)
 - amistosos...hostiles: 4
 - trabajadores...perezosos: 1
 - ordenados...desordenados: 2
 - el estereotipo incluye los rasgos trabajadores y ordenados, porque son los más extremos.
 - **medir diferencias individuales**: podemos calcular un índice de estereotipia individual sumando las puntuaciones en las escalas que definen el estereotipo.
 - Si en el ejemplo anterior tenemos las puntuaciones (4,1,2) y (6,2,3), el estereotipo de la primera persona suma 7 y el de la segunda 11. A partir de estos datos es posible calcular las diferencias entre ambas acerca del estereotipo que mantienen comparando sus puntuaciones.

Ver en el capítulo 6 el procedimiento de **medidas implícitas (priming y test de asociaciones implícitas IAT)**. Ambos se han utilizado en el estudio de los estereotipos. Winttenbrink (2001) en EEUU, encontró que tras activar subliminalmente la palabra “negro”, los participantes blancos reconocían más rápidamente palabras relativas al estereotipo de este grupo social (atlético, agresivo...), lo que indica una **activación automática de dicho estereotipo**, siendo más acusada en las personas con mayor prejuicio racista.

Blair y Banaji comprobaron que los estereotipos de género se activaban cuando se “primaban”, y que los efectos se reducían, o incluso desaparecían, cuando se suscitaban aspectos relacionados con la desconfirmación de esos estereotipos.

Se han utilizado conjuntamente medidas implícitas y explícitas para comprobar la relación que mantienen entre sí, y para predecir conductas relacionadas con estereotipos y prejuicios hacia los grupos.

Los **avances en neurociencia** han posibilitado que se incorporen métodos de investigación basados en respuestas neuronales al estudio de la estereotipia (Quadflieg y Macrae, 2011).

Lista de adjetivos

- Describa los rasgos que definen más adecuadamente a los madrileños
- Seleccione, a partir de una lista, los 5 adjetivos que mejor describen a los madrileños

Estimación de porcentajes

- ¿Qué porcentaje de madrileños cree usted que es servicial?

Razón diagnóstica

- Estime el porcentaje de madrileños que son serviciales
- Estime el porcentaje de personas serviciales en la población en general

Diferencial semántico

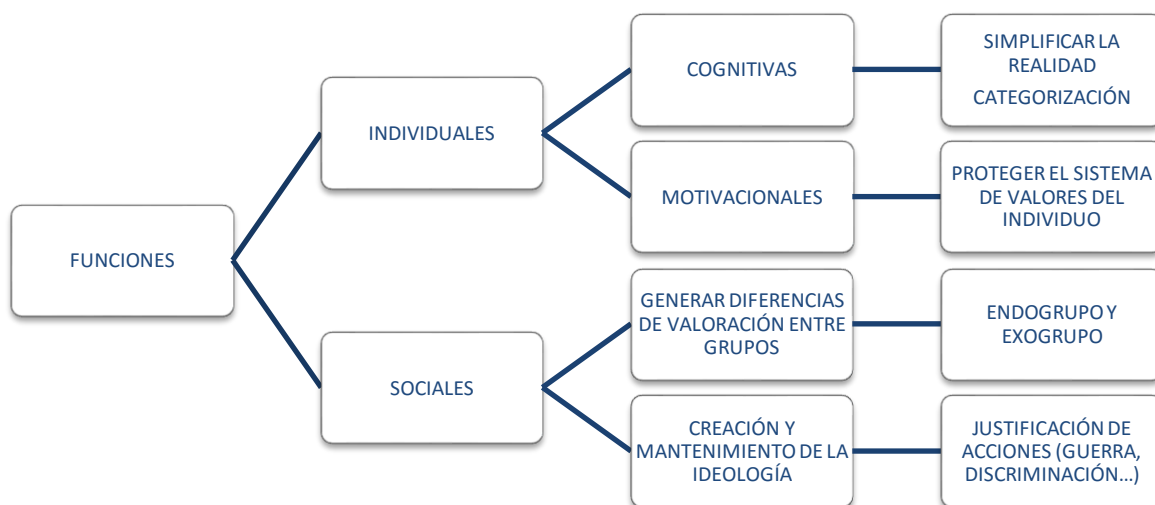
- Señale en qué medida los madrileños son:
Antipáticos -3 -2 -1 0 1 2 3 Simpáticos

Escala tipo Likert

- Utilizando una escala de 1 (nada) a 7 (totalmente), evalúe a los madrileños en las características que presentamos a continuación: serviciales, simpáticos...

5. Funciones de los estereotipos

Los estereotipos, además de tener un papel en la categorización, sirven para justificar las actitudes hacia los miembros de determinados grupos, muchas veces reaccionarias, favoreciendo las desigualdades, la segregación, el enfrentamiento mutuo e, incluso, la agresión y las guerras. Se puede afirmar que los estereotipos no solo reflejan las situaciones sociales, sino que sirven para explicarlas, contribuyendo, a veces, a configurar la realidad social (Sangrador).



Para **Tajfel**, el funcionamiento y el uso de los estereotipos se pueden estructurar en dos bloques:

- **Funciones individuales o psicológicas:**

- **Función cognitiva:** asociada al proceso de categorización. La categorización es fundamental para manejar con mayor facilidad el entorno social al simplificarlo. A pesar de que los sesgos que originan las categorías, pueden llevar a percepciones erróneas, los estereotipos nos aportan información que, aunque no es exacta, no podemos descartar la existencia de un cierto “fondo de verdad” en ellos que advierte de la existencia de una base real. Según Ryan, los estereotipos pueden ser útiles, lo que no implica que siempre sean exactos o que su uso no sea prejuicioso.
- **Función motivacional:** orientada a la defensa y protección del sistema de valores de cada persona. Las categorías no son neutras, ni tampoco los estereotipos. Los estereotipos cumplen una función motivacional para la persona al corresponder a una división de su mundo social de acuerdo con sus valores en categorías diferentes y, en general, “mejores o peores”. Su contenido puede contribuir a mantener los valores relacionados con diferencias sociales.

COGNITIVA
<ul style="list-style-type: none"> •Categorización •Organizar la información sobre un grupo •Reducir el esfuerzo cognitivo

MOTIVACIONAL
<ul style="list-style-type: none"> •Defensa y protección del sistema de valores de cada persona. •División del mundo social de acuerdo con sus valores en categorías diferentes. •Justificación del estereotipo

- **Funciones sociales:**

- Generar diferencias en la valoración de unos grupos respecto a otros (fundamentalmente endogrupo-exogrupo). Favorece la valoración positiva de nuestro grupo en comparación con los otros, produciendo “favoritismo endogrupal”. Esto relaciona con la búsqueda de una identidad social positiva. Los estereotipos afectan a nuestra identidad social y por tanto tienen consecuencias motivacionales que influyen en nuestra autoestima.
- Creación y mantenimiento de una ideología que permite explicar y justificar las acciones hacia determinados grupos. La percepción de unos grupos de forma más negativa que otros facilita la justificación de ciertas conductas discriminatorias. Por ejemplo, la sobreprotección a las mujeres se explica por el estereotipo femenino. Su carácter compartido hace que los estereotipos sirvan para explicar acontecimientos sociales: cómo actúan los grupos, por qué lo hacen, como se conforma y mantiene una estructura social...

GENERAR DIFERENCIAS DE VALORES ENTRE LOS GRUPOS
<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación <u>endogrupo y exogrupo</u>

MANTENIMIENTO DE UNA IDEOLOGÍA
<ul style="list-style-type: none"> • Explicar y justificar las acciones hacia determinados grupos.

Amenaza del estereotipo: el **rendimiento** de una persona que pertenece a un grupo negativamente estereotipado **se ve afectado** cuando es consciente de que los prejuicios asociados a su grupo respecto a una determinada tarea, de modo que **llega a sentirse amenazada porque su rendimiento pueda confirmar ese estereotipo negativo** sobre las capacidades de su grupo (Shapiro, Steele). La explicación se basa en diferentes procesos psicológicos que, si se dan juntos, pueden ocasionar una especie de “hecatombe” que lleva al fracaso en la tarea.

Amenaza del estereotipo – «Soy mujer, negra y pobre, luego se me dan mal las tareas intelectuales» E. Gavira

Si un chico suspende matemáticas se suele atribuir a la falta de esfuerzo; si lo hace una chica es porque “a las chicas se les dan mal las matemáticas”. Es una interpretación muy frecuente que ha sido estudiada por los efectos que produce, en concreto, por un descenso real del rendimiento y, a la larga un desinterés por el tema o, incluso, un problema de salud.

Este proceso ocurre cuando en un suceso se dan las siguientes condiciones:

- a) **se hace saliente la pertenencia grupal.**
- b) **se identifica a la persona con ese grupo o categoría.**
- c) **El grupo se describe, explícita o implícitamente, como poco competente en ese ámbito.**

Las personas rinden mal en una tarea cuando se hace saliente su pertenencia a un grupo estigmatizado y como esas mismas personas rinden igual que las demás cuando dichas condiciones desaparecen.

Nadie está libre de esta amenaza. Todo es cuestión de dar con las circunstancias apropiadas para provocarla. Se ha encontrado que afecta a los negros en tareas intelectuales, a las mujeres y a los latinos en matemáticas, a los hombres en tareas relacionadas con sensibilidad emocional, a los blancos en pruebas atléticas... Por ejemplo, en situación de amenaza, los hombres occidentales rinden más en tareas matemáticas que las mujeres, pero menos que los asiáticos. Y se da la paradoja de que las mismas mujeres asiáticas rinden menos cuando se hace saliente su género y más cuando se hace saliente su origen cultural.

Las medidas conductuales y la Neurociencia Social han permitido analizar el fenómeno desde varios niveles. Se ha llegado a determinar que no se trata de una reducción del esfuerzo para afrontar la tarea, ni de que existan presiones externas para que las personas se ajusten al estereotipo negativo de su grupo. Parece tratarse de una combinación de factores cognitivos y motivacionales. Se da un **descenso en las expectativas de eficacia unido a un aumento de ansiedad o estrés ante la posibilidad de confirmar el estereotipo negativo**, lo que **hace que las personas dedique su atención a su propio rendimiento** (para no fallar) **más que a la tarea en sí** y, al mismo tiempo, intenten reprimir o negar esas emociones negativas para no ponerse en evidencia ante los demás. Todo esto **supone un consumo de los recursos cognitivos que serían necesarios para realizar correctamente la tarea.**

El contexto escolar es especialmente propicio, dado su énfasis en la evaluación de las capacidades. La multiculturalidad en los centros educativos hace que sean un campo abonado para este tipo de amenazas. Se han propuesto algunas soluciones como inculcar en los individuos la idea de que la inteligencia no es una entidad fija, sino maleable, presentar las pruebas académicas de forma que no hagan salientes las diferencias grupales, enfatizar la capacidad de todos los alumnos para lograr notas más altas, activar en los miembros del grupo estigmatizado su pertenencia a una categoría que no esté negativamente relacionada con la tarea o fomentar las oportunidades de contacto y amistad entre etnias.

Otra función de los estereotipos es el **control social**. Los estereotipos controlan el comportamiento de las personas de dos maneras:

- **Describen cómo son y se comportan los individuos que pertenecen a un grupo.** Actúan como un ancla que marca lo que es normativo, ejerciendo una **presión implícita** para que se ajusten a las expectativas.
- **Prescriben cómo deben ser y comportarse.** Es una **presión más explícita**, en la que los estereotipos pueden dar lugar a **sanciones** si una persona actúa de forma contraestereotípica, como veremos en los estereotipos de género. Al limitar las posibilidades de los miembros del grupo estereotipado, los estereotipos refuerzan el poder de unos grupos sobre otros.

Según **Fiske**, existe una **interacción entre el estatus de poder y la forma de estereotipar**, mediatizada por la atención. Las personas que no tienen poder, prestan más atención a las que si lo tienen para saber cómo tienen que comportarse con ellos. Por el contrario, las personas que ejercen el poder no necesitan una imagen detallada de los grupos inferiores para dominar en la interacción con ellos, por lo que se basan más en el esquema general de los estereotipos que en sus diferencias idiosincrásicas (motivo básico de control).

Teoría de la justificación del sistema (Jost y Banaji, 1994): aborda la importancia que tienen los estereotipos en relación con las ideologías que sostienen un sistema social en el que existen desigualdades. La idea central de esta teoría es que **los estereotipos hacia los grupos que están en desventaja contribuyen a que se mantenga el orden social establecido, a justificarlo y a reproducirlo**.

Siempre, un sistema con desigualdades sociales requiere una justificación ideológica fundamental e importante para mantenerse, y los estereotipos servirían a esa función ideológica de justificación del sistema.

La teoría mantiene que **los miembros de los grupos en desventaja también sostienen esos estereotipos**, lo que explicaría que personas que perteneces a grupos estereotipados negativamente suscriban y apliquen el estereotipo a otros miembros de su grupo e, incluso a ellas mismas.

La teoría también aborda el tema del “**fondo de verdad**” de los estereotipos negando que esas creencias sean verdaderas en su origen. Lo que sucede es que, aunque esos estereotipos sean falsos originariamente, **acaban siendo ciertos** porque las personas se conforman con aquello que los demás esperan de ellas (profecía autocumplida).

Esta teoría **no es aplicable a todos los estereotipos, solo a lo que tienen que ver con situaciones de orden social**, que contribuyen a que se mantengan las diferencias en relaciones de poder.

6. El modelo del contenido de los estereotipos – Fiske

El contenido de los estereotipos puede variar en función de los cambios sociales y a lo largo del tiempo, ofreciéndonos la Historia múltiples muestras de cómo cambian las creencias sobre grupos. Por ejemplo, Hitler cambió la visión que tenían los alemanes de los judíos; la incorporación de la mujer al mercado laboral ha cambiado los roles sociales.

Debido a la variabilidad de sus contenidos, los estereotipos no se han estudiado de forma sistemática, ya que parecía difícil encontrar principios generales homogéneos aplicables a cualquier tipo de estereotipos, mientras que en el estudio de los procesos implicados en la estereotipia sí se ha investigado cómo se puede generalizar a través de distintas situaciones y contextos.

Fiske ha iniciado una línea de investigación sistemática en torno al contenido de los estereotipos, basada en el postulado de que las creencias estereotipadas sobre un grupo se fundamentan en las relaciones estructurales que mantienen los grupos.

Modelo del contenido de los estereotipos (Fiske): las creencias estereotipadas pueden agruparse en torno a dos dimensiones:

- **Competencia o capacidad instrumental:** incluye características asociadas a inteligencia, habilidad para alcanzar metas prestigiosas o racionalidad
- **Cordialidad:** características relacionadas con aspectos como amabilidad, honestidad, simpatía o sinceridad.

La competencia y la cordialidad reflejan las dos dimensiones clásicas que se han obtenido en el ámbito de los **estereotipos de género: instrumental/agente y expresivo/comunal**.

Según el modelo, cuando evaluamos a los miembros de grupos sociales podemos considerarlos altos o bajos en competencia y en cordialidad. Las dos dimensiones combinan dando lugar a cuatro posibles categorías:

- Competentes y cordiales
- Competentes y fríos
- Incompetentes y cordiales

- Incompetentes y fríos

Los estereotipos pueden ser mixtos (contener características positivas y negativas). Esto se refleja en que una alta competencia suele estar acompañada de baja cordialidad, mientras que una alta cordialidad suele ir acompañada de baja competencia.

Fiske postula que **las creencias estereotipadas que se mantienen sobre los miembros de un grupo en cordialidad y competencia derivan de las relaciones estructurales entre los grupos**. Concretamente, de las evaluaciones que realizamos acerca del estatus que poseen y de si compiten o no con nuestro grupo por la obtención de recursos. Comprueba que:

- Los grupos se perciben como **más competentes** si tienen **alto estatus y poder**, y como más **incompetentes** si su **estatus y poder es bajo**.
- Los grupos se perciben como **más cordiales si cooperan con nuestro grupo** (o si no compiten con él por recursos), y como **fríos si compiten con él**.

También establece y demuestra empíricamente que el estatus y la competitividad, así como las percepciones de cordialidad y competencia derivadas de estas variables, determinarían el **tipo de emoción que los grupos suscitan**.

CORDIALIDAD	COMPETENCIA	
	Baja	Alta
Alta	Prejuicio Paternalista Bajo estatus, no competitivos Compasión, simpatía (ancianos, discapacitados, amas de casa)	Admiración Alto estatus, no competitivos Orgullo, admiración (Endogrupo, grupos aliados)
Baja	Prejuicio despectivo Bajo estatus, competitivos Desprecio, aversión, ira, resentimiento (Receptores de ayudas sociales, pobres)	Prejuicio envidioso Alto estatus, competitivos Envidia, celos (Asiáticos, judíos, ricos, feministas)
Ejemplo de cuatro tipos de exogrupos. Combinación del estatus y la competitividad y las formas de prejuicio correspondientes en función de la percepción de cordialidad y competencia (Fiske)		

Estos planteamientos se han demostrado de forma consistente en diferentes estudios realizados dentro y fuera de EEUU. En muestras españolas se ha encontrado que **la activación de las dimensiones de competencia y cordialidad se produce de manera automática en relación con dos aspectos, como son el poder y los estereotipos de género**.

Resultados obtenidos en la investigación utilizando el modelo del contenido de los estereotipos:

- **Los grupos estudiados se agrupan según las dimensiones de competencia y cordialidad.**
- La mayoría de los grupos son valorados más altos en una dimensión que en la otra, es decir, **existe un estereotipo mixto sobre ellos**.

- Existe una **relación positiva entre estatus percibido y competencia** y **negativa entre competitividad y cordialidad**.
- Existe una **relación negativa entre las dos dimensiones de los estereotipos** (cordialidad y competencia): la mayoría de los grupos con alta cordialidad se valoran como incompetentes.
- **En función del estatus y del grado de competitividad que se percibe en un grupo, el tipo de emociones y de prejuicio hacia los miembros de ese grupo varían.** Por ejemplo, un grupo que compite con el nuestro genera emociones ambivalentes hacia sus miembros (envidia) cuando se los considera de alto estatus (prejuicio envidioso) o negativas (desprecio) cuando se los considera de bajo estatus (prejuicio despectivo).

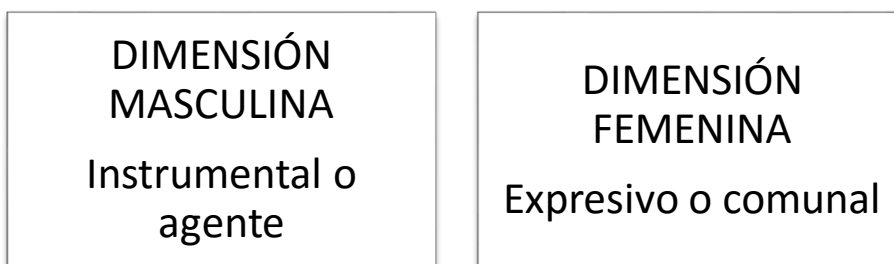
7. Los estereotipos de género

Definición y componentes

Todos mantenemos **creencias sobre las características que poseen hombres y mujeres** por el simple hecho de pertenecer a uno de estos grupos. **Tendemos a pensar que las mujeres son más emocionales, sensibles, débiles, amantes de los niños, comprensivas, tiernas o afectuosas y que los hombres son más independientes, ambiciosos, duros, agresivos, competitivos, egoístas o individualistas**. No quiere decir que sean de este modo, sino que comparativamente tendemos a percibirlos así.

En la investigación sobre el género se denomina:

- **Expresivo o comunal**: lo relacionado con la **dimensión femenina**.
- **Instrumental o agente**: lo relacionado con la **dimensión masculina**.



Tradicionalmente la masculinidad se ha asociado con la dimensión agéntica y la feminidad con la comunal (Bakan, 1966). **Parson y Bales** (1955) las llamaban:

- **Orientación de rol instrumental**: comportamientos dirigidos a la productividad, eficacia, autonomía, independencia y competición para el logro de ciertas tareas.

- **Orientación de rol expresiva**: relacionada con factores afectivo/emocional y relacional, y con el mantenimiento de la cohesión grupal.

ORIENTACIÓN DE ROL INSTRUMENTAL	ORIENTACIÓN DE ROL EXPRESIVA
<ul style="list-style-type: none"> • Productividad • Eficacia • Autonomía • Independencia • Competición. 	<ul style="list-style-type: none"> • Factores afectivo/emocional y • Mantenimiento de la cohesión grupal

Cuddy (2008) relacionó estos términos y las dimensiones de cordialidad y competencia. Señaló que:

- **la comunión (comunal) está estrechamente relacionada con la dimensión de cordialidad**
- **la agencia no lo está tanto con la competencia.** La agencia se refiere a la realización de una acción eficazmente, mientras que la competencia alude a la posesión de habilidades y capacidades, pudiendo tomar forma tanto de acción potencial como real.
- No relacionaron los términos expresividad/cordialidad ni instrumentalidad/competencia, pero parece que hay alguna relación.

Los estereotipos de género se empezaron a estudiar en los 70. Los resultados han llegado a influir en tribunales, como en el caso de Ann Hopkins contra Price Waterhouse donde participaron importantes psicólogos sociales (p.e., Susan Fiske). Ha habido muchos estudios y avances en los estereotipos de género.

Las primeras investigaciones confirmaron empíricamente la existencia de los estereotipos de género (Broverman, Vogel, Clarkson y Rosenkrantz). Se le pedía a un primer grupo de estudiantes que indicaran cinco características que, a su juicio, describieran a una “mujer típica” y cinco que describieran lo que la mayoría consideraban una “mujer típica”. Lo mismo con el “hombre típico”. Obtuvieron un listado de 122 adjetivos bipolares. En una segunda fase, una muestra de hombres y otra de mujeres debían indicar el grado en el que cada uno de esos adjetivos era aplicable a un hombre típico, a una mujer típica y a sí mismos. Los rasgos seleccionados por más del 75% de la muestra se consideran estereotípicos. Encontraron 29 rasgos característicos de los hombres (agresivo, independiente...) y 12 de las mujeres (preocupada por los sentimientos de los demás, con necesidad de protección...).

Deux y Lewin (1984) encontraron que entre el contenido de los estereotipos de género, además de rasgos, se incluyen roles, ocupaciones y características físicas.

- **Estereotipos de rasgo:** hacen referencia a las características de personalidad que se considera que definen de manera diferente a hombres y mujeres.
- **Estereotipos de rol:** incluyen las funciones que se consideran más apropiadas para hombre y mujeres (hombres: líderes; mujeres: tareas domésticas, criar a los hijos).
- **Estereotipos de ocupación:** la mujeres suelen ser maestras, peluqueras, enfermeras... y los hombres pilotos, mecánicos, bomberos o carpinteros.
- **Características físicas:** las mujeres suelen tener voz suave, complexión ligera...; los hombres son más altos, fuertes, y tienen la voz grave.



Estos componentes son relativamente independientes, pero basándose en uno de ellos la gente extiende sus juicios a los otros tres. La información sobre un componente afecta al resto ya que tratamos de mantener consistencia entre ellos.

Estudios sobre los estereotipos de género en España

- López-Sáez y Morales (1995) estudiaron la estereotipia de rasgo y la de rol.
- Comprobaron el contenido de los estereotipos de rasgo y su grado de estereotipia utilizando una medida de razón diagnóstica.
- Presentaban un listado de 20 rasgos y los participantes indicaban el porcentaje de mujeres y hombres que, a su juicio, poseían cada uno de esos rasgos.
- Para medir el grado de estereotipia de rol, emplearon una escala de 15 ítems sobre dilemas a los que se enfrenta la mujer (p.e., ¿debe pedir permiso el padre o la madre para cuidar a un hijo enfermo?).
- **Los resultados revelaron la existencia de estereotipos en los rasgos** (mujeres: amantes de los niños, tiernas...; hombres: líderes, amantes del peligro...).
- **Se encontraron diferencias en el grado de estereotipia de rol** (mujeres: cuidar a los niños, tareas domésticas...; hombres: trabajo asalariado fuera de casa), **pero estaban moderados por cuatro variables: edad, nivel educativo, hábitat y sexo.** Las personas de más edad, con nivel educativo bajo, que viven en ciudades pequeñas y son hombres tenían más tendencia a

considerar que mujeres y hombres deben realizar diferentes actividades. Sin embargo **estas variables no influían en la estereotipia de rasgo**.

- En 2001 se analizó una muestra nueva y se comprobó que **los estereotipos de rasgo no se habían modificado**; continúan asignándose más rasgos expresivo-comunales a las mujeres e instrumental-agentes a los hombres.
- Respecto a los roles **se hayo un descenso de la estereotipia**, más acusado **en el componente de rol laboral** que en el familiar.

Las investigaciones han demostrado la existencia de **subtipos de hombres y mujeres sobre los que existen estereotipos concretos**:

- Mujeres: tradicionales (amas de casa), independientes (profesionales), “sexys”, deportistas o feministas.
- Hombres: atléticos, obreros, empleados de oficina, ejecutivos, “machos”.

Las características de la situación pueden primar que se usen determinados rasgos asociados a diferentes subtipos al percibir a una persona (p.e., en un contexto profesional se ha demostrado que una mujer directiva se puede percibir como menos competente si es atractiva que si no lo es, factor que no influye para una recepcionista; una mujer se percibe como menos competente profesionalmente después informar sobre una reciente maternidad).

La dimensión descriptiva y prescriptiva de los estereotipos de género y sus funciones

Dimensión descriptiva: características que se asocian a mujeres y hombres (cómo creemos que son y se comportan hombres y mujeres).

Dimensión prescriptiva: carácter normativo y preceptivo (cómo deberían ser y comportarse hombres y mujeres).

El estereotipo femenino incluye prescripciones como que **una mujer debería ser dócil, tener habilidades interpersonales, cooperar con los demás...** No cumplir con ello puede llevar a **fuertes sanciones sociales** (Fiske). Una mujer que se comporta de modo agresivo, duro y competitivo suele ser evaluada negativamente; **lo mismo ocurre si un hombre es cálido, dulce y sensible** pues se espera que sea agresivo y competitivo.

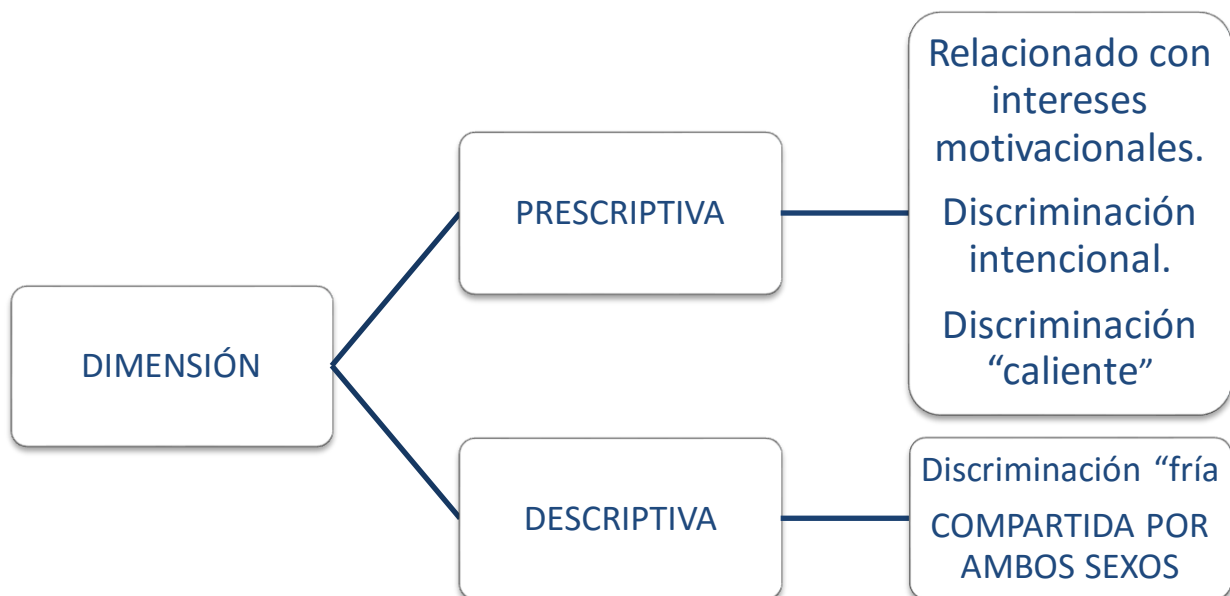
Según Burgess y Borgida (1999):

- **El componente descriptivo tiene una función cognitiva de categorización**. Organiza y estructura el flujo de información sobre hombres y mujeres al que hacemos frente diariamente.

- **El componente prescriptivo está relacionado con intereses motivacionales.** Puede reforzar o justificar el sistema de valores sexista de los individuos y mantener la estructura de poder social existente que favorece a los hombres, recompensando a quienes confirman los roles y sancionando a quienes los violan.

Según estas autoras, las dos dimensiones de los estereotipos de género dan lugar a discriminación, aunque a través de procesos diferentes:

- **Los aspectos descriptivos conllevan una forma de discriminación no intencionada.** Al ser **automáticos** y sobre-aprendidos, suelen ocasionar un tipo de discriminación cognitiva ("**discriminación fría**").
- **Los aspectos prescriptivos son conscientes y provocan una discriminación intencionada,** basada en **reacciones emocionales negativas** hacia quienes trasgreden las prescripciones de su rol de género. Se trata de un tipo de **discriminación "caliente"** (hostil, intencionada) que, según Fiske, está relacionada con la amenaza percibida por los hombres y posee una fuerte carga emocional, tomando la forma de evaluaciones interpersonales negativas y llegando incluso al acoso sexual.



Basándose en las creencias **prescriptivas**, **discriminan más los hombres, ya que les ayuda a mantener las desigualdades de poder** que les favorecen en la sociedad.

Hombres y mujeres pueden ser igualmente propensos a discriminar basándose en creencias **descriptivas**, porque se trata de representaciones culturales que son compartidas por personas de ambos sexos.

La discriminación procedente del componente **prescriptivo** es **más fácil de detectar** porque es más **explícita**.

Huici (1984) ha estudiado las funciones individuales y sociales y ha comprobado que existen diferencias en la evaluación de un mismo trabajo científico dependiendo de si su autor es un hombre (se valora más) o una mujer (se valora menos). También resalta la función de justificación, es decir, la vinculación existente entre el contenido de los estereotipos de género y las prácticas discriminatorias. No asociar a las mujeres con la dimensión de competencia (instrumental-agente), y sí con la afectiva (expresivo-comunal), sirve para justificar la ausencia de mujeres en posiciones de poder en las organizaciones.

La **evolución de los estereotipos** de género:

- **Mujeres: aumentan los rasgos masculinos** o instrumentales y **mantienen los femeninos** o expresivos.
- **Hombres: se siguen definiendo con características instrumentales, y no han variado respecto a las expresivas.**