



1. INTRODUCCIÓN

Sabemos más de otros grupos debido a la información que nos proporcionan los miembros de nuestro propio grupo que por la experiencia directa.

Origen del término: Walter Lippman (1922): La opinión pública se genera por un curioso procesamiento de repetición de las mismas imágenes en el pensamiento de las personas, similar al proceso de **estereotipia** de las imprentas. No vemos antes de definir, sino que definimos antes de ver.

2. NOCIONES BÁSICAS EN EL ESTUDIO DE LOS ESTEREOTIPOS

Qué son los estereotipos

Son un conjunto de creencias compartidas sobre las características de un grupo social.

Aspectos definitorios de los estereotipos (Fiske)

- Simplifican o exageran los rasgos atribuidos a un grupo
- Sirven para justificar o racionalizar las reacciones afectivas y conductuales hacia un grupo.
- Son rígidos y resistentes al cambio, aunque se obtenga información que los desconfirme.
- Son creencias compartidas por los miembros de una cultura.

Relación de los estereotipos con los términos “prejuicio” y “discriminación”

Un prejuicio es una actitud y cualquier actitud consta de tres componentes: (esto lo vimos en el tema 5)

- 1.**Cognitivo:** Lo constituyen los estereotipos.
- 2.**Afectivo:** Las emociones suscitadas por el grupo
- 3.**Conductual:** La discriminación dirigida a sus miembros

Los estereotipos pueden expresarse como las creencias culturales sobre las características de los miembros de un grupo o como las creencias personales sobre esas características.

Estereotipia: Concepto que se utiliza para referirse al grado en que una persona asume esas creencias estereotipadas y compartidas.

Procesos implicados en la formación y mantenimiento de los estereotipos

Su origen es un proceso cognitivo básico que realizamos de forma automática: **la categorización**. No sólo clasificamos objetos, también categorizamos a otros seres humanos.

Categorización social: Proceso que permite clasificar a las personas en grupos en función de las características que tienen en común.

Cuadro 10.1 - ¿Porqué categorizamos la realidad social de la forma en que lo hacemos?



CAPÍTULO 10: ESTEREOTIPOS

Los individuos deben ser selectivos a la hora de relacionarse. Sin embargo no siempre podemos realizar un análisis exhaustivo sino que nos fijamos en sus rasgos externos para clasificarlos dentro de una categoría conocida.

La categorización social es un proceso cognitivo bastante automático que permite procesar gran cantidad de información de forma rápida y eficaz. Nuestra capacidad para categorizar la realidad social ha evolucionado porque resultó útil para nuestros ancestros en la supervivencia.

El hecho de clasificar a otros como miembros del endogrupo o del exogrupo activa dos circuitos cerebrales o programas de toma de decisiones muy diferentes.

Como miembro del **exogrupo** dan lugar a percepciones y caracterizaciones globales, abstractas y negativas que provocan conductas defensivas, competitivas etc. Sin embargo la categorización del **endogrupo** es más compleja ya que tendemos a discriminar entre los miembros del endogrupo en función de su potencial para contribuir a nuestra eficacia biológica. Por lo tanto la visión del endogrupo no es tan homogénea como la del exogrupo.

Los programas cognitivos con los que categorizamos a los demás son flexibles y sensibles al contexto. **El que hoy es nuestro amigo, puede mañana no serlo.**

La categorización de las personas por su pertenencia grupal genera diversos efectos automáticos que afectan a procesos cognitivos, afectivos y emocionales. Uno de estos procesos es la **homogeneidad exogrupal**: Percibir a los miembros del exogrupo más semejantes entre sí y a los miembros del endogrupo de forma más diferenciada: **Un español pensando que los alemanes son todos iguales, y los españoles son más diferenciados entre sí.**

Los estereotipos no sólo afectan a procesos cognitivos, también tienen connotaciones afectivas y motivacionales que influyen en esa categorización.

¿Cómo se adquieren o se aprenden los estereotipos?

Se aprenden a través del proceso de socialización (**padres, amigos, medios de comunicación**) y también a partir de nuestras propias vivencias.

El **factor motivacional** también es importante ya que en función de nuestros intereses podemos percibir como inferiores a los miembros del exogrupo.

¿Cuáles son los procesos que contribuyen al mantenimiento de los estereotipos?

Cuando una persona no encaja con el estereotipo de un grupo solemos incluirla en otra categoría o subtipo. Al clasificar a las personas se pueden utilizar conjuntamente diferentes categorías (**edad, etnia, sexo, profesión, etc**)

Los estereotipos funcionan como esquemas que nos conducen a ignorar de forma sutil la información inconsistente con nuestros estereotipos hasta hacerla consistente con ellos, reinterpretando la inconsistencia o considerando el caso como atípico.

Existe tendencia a procesar la información congruente con el estereotipo en lugar de la incongruente.



Correlación ilusoria: Percibir asociaciones entre variables que realmente no están relacionadas. La relación se establece entre miembros de grupos minoritarios y conductas infrecuentes, que suelen ser de signo negativo. **Asociar una conducta negativa (robar) a un grupo minoritario (inmigrantes)**

Profecía autocumplida: Si el estereotipo de los inmigrantes incluye la creencia de que tienen un nivel escolar más bajo que los españoles, es posible que los profesores se comporten con ellos en función de esa creencia.

Greenwald y Banaji: Los estereotipos funcionan no sólo en el nivel explícito sino también en el implícito. En el nivel implícito los estereotipos actúan como creencias que no reconocemos, pero una vez activados pueden determinar el comportamiento manifiesto hacia quienes se dirigen. Los **estereotipos implícitos** predicen mejor las expresiones sutiles de prejuicio que las medidas obtenidas a través de autoinformes.

3. LAS MEDIDAS DE LOS ESTEREOTIPOS

Sus objetivos son:

Evaluar el contenido cultural de los estereotipos: Creencias compartidas en una cultura sobre qué características o atributos poseen la mayoría de los miembros de determinado grupo social.

Valorar el grado de estereotipia de los individuos: Describe el grado en el que una persona aplica esas creencias al evaluar a los miembros de ese grupo.

Existen una serie de técnicas específicas para medir los estereotipos:

Lista de adjetivos

Se utiliza para averiguar el contenido de los estereotipos.

A un grupo de estudiantes estadounidenses se les pidió que seleccionaran de una lista de 84 adjetivos, aquellos que consideraban más típicos de los diez grupos evaluados. (Cuadro 10.2, pag 364-365)

Es habitual que la lista de adjetivos que se va a utilizar en el estudio, se obtenga a partir de un estudio previo que emplea técnicas de respuesta abierta, pidiendo a los componentes de una muestra que generen libremente características que describen a los miembros del grupo, seleccionándose posteriormente aquellos rasgos que se mencionan con mayor frecuencia.

Estimación de porcentajes

La lista de adjetivos no permite estimar el grado de estereotipia de los individuos. Para solucionar este problema se utiliza la estimación de porcentajes.

Consiste en pedir a los participantes del estudio que indiquen el porcentaje de individuos del grupo que posee cada atributo.

Permite medir de forma escalar la estereotipia y además se puede emplear para comprobar hasta qué punto un rasgo o característica se considera estereotípico o no.

La razón diagnóstica



CAPÍTULO 10: ESTEREOTIPOS

Se trata de una medida de estereotipia que permite predecir la probabilidad de asignar una característica más a un grupo que a otro.

Se divide el porcentaje de miembros de un grupo que se supone tiene una determinada característica (por ej. El 75% de los marroquíes son religiosos) por el porcentaje de personas que en general se supone que tienen esa característica (por ej. 50%).

- Si la razón obtenida en la muestra es estadísticamente **superior a 1**, esa característica es importante para representar al grupo. En el caso de los marroquíes el resultado sería 1,5, por lo tanto sí que podríamos utilizar la característica de la religión para representarlos.
- Si por el contrario es **inferior a 1**, ese atributo no representa al grupo.

Otras medidas de estereotipia

Las mismas técnicas que se emplean para medir actitudes, (implícitas o explícitas) pueden utilizarse para medir la estereotipia.

Diferencial semántico: Se utiliza para valorar el contenido de los estereotipos y para medir diferencias individuales. Un rasgo forma parte del estereotipo cuando la medida de las puntuaciones asignadas se desvía de la media teórica. Este mismo procedimiento se puede utilizar con **escalas tipo Likert** de diferentes rangos.

Ejemplo: Evaluación de los alemanes con una escala que oscila del 1 al 7 y cuyas puntuaciones medias son:

- amistosos/hostiles: 4
- trabajadores/perezosos: 1
- Ordenados/desordenados: 2

El estereotipo de los alemanes incluirá los rasgos trabajadores y ordenados ya que son los rasgos más polarizados. El rasgo amistosos/hostiles no lo tendríamos en cuenta ya que 4 estaría en el centro teórico de la escala, por lo tanto no tendría polarización.

Cuadro 10.3 Métodos de medidas explícitas utilizados en el estudio de los estereotipos.

Lista de adjetivos

- a) – Describa los rasgos que mejor definen a los andaluces
- b) – Señale en la siguiente lista, los 5 adjetivos que mejor describen a los andaluces.

Estimación de porcentajes

¿Qué porcentaje de andaluces cree usted que es hospitalario?

Razón diagnóstica



CAPÍTULO 10: ESTEREOTIPOS

- Estime el porcentaje de andaluces que son hospitalarios
- Estime el porcentaje de personas hospitalarias en la población general

Diferencial semántico o atributos bipolares

- Señale en qué medida los andaluces 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 andaluces en las características que presentamos a continuación: hospitalarios, simpáticos, etc...

Al igual que ocurría con las actitudes (Tema 5), también se utilizan medidas implícitas, como la **preactivación o “priming”** y el **Test de Asociaciones Implícitas (IAT)**.

Ambas técnicas se han utilizado en estudios sobre estereotipos de diferentes grupos: raciales, de edad, de género, de estatus.

Ejemplo: Tras activar subliminalmente la palabra “negro”, los participantes blancos reconocían más rápidamente palabras relativas al estereotipo de este grupo social (atlético, agresivo).

Por otra parte, también se comprobó que los estereotipos de género se activaban cuando se primaban y que los efectos de la estereotipia producida por el priming se reducían cuando se suscitaban aspectos relacionados con la desconfirmación de esos estereotipos.

4. FUNCIONES DE LOS ESTEREOTIPOS

No sólo se utilizan para categorizar sino también para explicar conflictos que están ocurriendo en muchos países o para justificar que a las mujeres les resulte difícil acceder a un puesto de responsabilidad. No sólo reflejan la realidad sino que sirven para explicarla y crearla.

Funciones Psicológicas o individuales

- **Función de simplificación de la realidad:** Nos facilitan la organización y el uso eficaz de información relevante sobre un grupo. Nos aportan información sobre la conducta esperada de una persona.

Los estereotipos suelen tener connotaciones positivas o negativas y rara vez son neutros. Este fenómeno hace referencia a la disminución en el rendimiento en situaciones en las que las personas se sienten amenazadas por la posibilidad de que su desempeño confirme su estereotipo. **El cuadro siguiente es un ejemplo de ello:**

Cuadro 10.4 Soy mujer, negra, y pobre, luego se me dan mal las tareas intelectuales.

Las personas rinden mal en una tarea cuando se hace saliente de alguna forma su pertenencia a un grupo estigmatizado. Se produce un descenso real del rendimiento y a la larga un desinterés total por el tema. Es lo que se conoce como **amenaza del estereotipo**.



En realidad parece tratarse de una combinación de factores cognitivos y motivacionales, de un descenso en las expectativas de eficacia y todo ello unido a un aumento de ansiedad o estrés.

El contexto escolar es especialmente propicio, dado su énfasis en la evaluación de las capacidades.

- **Función de proteger el sistema de valores del individuo:** Las categorías sociales están cargadas de valor para las personas.

Funciones Sociales

Tajfel señala 3

- **Búsqueda de una identidad positiva:** Clasificamos diferencialmente a los miembros del endo y del exogrupo, fomentando la visión positiva de nuestro grupo en comparación con los otros, es decir, produciendo *favoritismo grupal*.
- **Justificación de acciones contra otros grupos:** La percepción de los miembros de unos grupos de forma más negativa que los de otros facilita la justificación y racionalización de ciertas conductas discriminatorias.
- **Explicación de la realidad social:** Explican cómo actúan los grupos, porqué lo hacen y cómo se conforma y mantiene la estructura social.

Función de control Social (Fiske) – Mientras que los grupos de menor poder se forman impresiones más detalladas de los más poderosos, éstos tienden a tener imágenes más estereotipadas de los grupos inferiores.

Función Ideológica: “Justificación y legitimación de un sistema u organización social”. Se refiere a los procesos por los cuales se mantienen y hacen legítimas convenciones sociales a expensas de los intereses personales y del grupo. Los estereotipos mantienen y justifican un sistema social determinado que sigue favoreciendo a los grupos dominantes.

5. MODELO SOBRE EL CONTENIDO DE LOS ESTEREOTIPOS

Las creencias estereotipadas se rigen por unos principios que permiten agruparlas en torno a dos dimensiones:

Competencia o capacidad instrumental, que aglutinaría características asociadas a inteligencia, habilidad para alcanzar metas prestigiosas o racionalidad.

Sociabilidad o afectividad: En la que se agruparía aquel contenido que se refiere a características relacionadas con aspectos como amistad, simpatía o sensibilidad.

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



Las dos dimensiones se pueden combinar dando lugar a cuatro posibles categorías (Cuadro 10.5 pág 374):

- Competentes y sociables (alta-alta) – Admiración
- Competentes y fríos (alta-baja) – Prejuicio envidioso
- Incompetentes y sociables (baja-alta) – Prejuicio paternalista
- Incompetentes y fríos (baja-baja) – Prejuicio despectivo

Estas 4 dimensiones demuestran que los estereotipos pueden ser mixtos y contener características positivas y negativas conjuntamente, es decir, pueden ser **ambivalentes**.

Fiske y sus colaboradores postulan que los estereotipos culturales sobre las características de sociabilidad y competencia de los grupos dependen de las estructuras sociales. Su hipótesis se basa en dos premisas:

- 1) Los grupos se perciben como más competentes si tienen alto estatus y poder; y como más incompetentes si su estatus y poder es bajo.
- 2) Los grupos se perciben como sociables y afectivos siempre que no compitan con nuestro grupo.

Cuadro 10.6 Resumen de los resultados obtenidos utilizando el modelo de contenido de los estereotipos.

- Los grupos estudiados se agruparon según las dimensiones de competencia y sociabilidad.
- La mayoría de los grupos eran valorados más altos en una dimensión que en otra.
- Se encontró una relación positiva entre el estatus percibido y la competencia: la mayoría de los grupos de alto estatus se valoraron como competentes pero fríos.
- Se encontró una relación negativa entre sociabilidad y competencia: la mayoría de los grupos con alta sociabilidad se valoraron como incompetentes.
- La competitividad con un grupo genera emociones negativas.
- En función del estatus y de la competitividad que se establecía con el grupo, el tipo de emociones y de prejuicio variaba.

6. LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

El estudio de los estereotipos de género se inició en la década de los 70.

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. Las mujeres son más emocionales, sensibles y débiles mientras que los hombres son más independientes, duros y agresivos.

Estas creencias se conocen como **estereotipos de género**.

En la investigación sobre el género, lo relacionado con la dimensión femenina recibe el nombre de **expresivo o comunal** y lo relacionado con la dimensión masculina se llama **instrumental o agente**.



CAPÍTULO 10: ESTEREOTIPOS

En las primeras investigaciones se les solicitó a un grupo de estudiantes que indicaran 5 características que a su juicio describieran a una “mujer típica” y 5 que describieran lo que la mayoría de las personas consideraba una “mujer típica”. Posteriormente se hizo lo mismo con “hombre típico”. Los investigadores obtuvieron una lista con 122 adjetivos bipolares.

En la segunda fase, una muestra de hombres y otra de mujeres debían indicar el grado en el que cada uno de esos adjetivos bipolares era aplicable a un hombre típico, a una mujer típica y a sí mismos. Aquellos rasgos seleccionados por más del 75% de la muestra como rasgos que describían a las personas de uno u otro sexo se consideraban estereotípicos.

Posteriormente se descubrió que **los componentes que las personas utilizaban** para diferencias a hombres y mujeres no se referían únicamente a rasgos sino también a roles, ocupaciones y características físicas.

Estereotipia de rasgo: Hace referencia a las características que se considera que definen de manera diferente a hombres y mujeres (mujeres emocionales y hombres agresivos)

Estereotipia de rol: Incluye las actividades que se consideran más apropiadas para hombres y mujeres (mujeres cuidar de los hijos y hombres trabajar fuera de casa)

Ocupaciones: (mujeres peluqueras, enfermeras, etc y hombres bomberos, mecánicos)

Rasgos físicos: Mujeres voz suave, complexión ligera y hombres más altos, más fuertes)

Basándose en uno de los componentes las personas pueden extender sus juicios a los otros 3. La información sobre un componente afecta al resto. Si nos dicen que un hombre se encarga de las tareas del hogar y del cuidado de los hijos es bastante probable que le describamos como emocional y sensible.

En los estereotipos de género también existen **subtipos** de hombres (los atléticos, los obreros, etc) y mujeres (las independientes, las sexys, las profesionales, las deportistas, etc)

Cuadro 10.7: Estudios sobre los estereotipos de género en muestras representativas de la población española.

Para medir la estereotipia de rasgo, a los participantes se les presentaba un listado de 20 rasgos y se les solicitaba que indicaran la proporción de mujeres y hombres que, a su juicio, poseían o mostraban cada uno de esos rasgos.

Para medir la estereotipia de rol, los autores emplearon una escala de 15 items sobre dilemas a los que se enfrenta la mujer.

Los resultados pusieron de manifiesto que, con el tiempo, el contenido de los estereotipos de rasgo no se ha modificado, es decir, continúan asignándose más rasgos expresivocomunales a las mujeres que a los hombres, y más rasgos instrumental-agentes a éstos.

Respecto a los roles, se halló un descenso en la estereotipia, más acusado en el componente de rol laboral que en el familiar.



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

Dimensión descriptiva: Cuando nos referimos a las características que se adscriben a hombres y mujeres. Se hace referencia a cómo creemos que son hombres y mujeres.

El componente descriptivo tiene una **función cognitiva:** actúa organizando y estructurando el flujo de información sobre hombres y mujeres al que hacemos frente diariamente.

Los aspectos descriptivos dan lugar a una **discriminación fría** que no está basada en los prejuicios de género como la que se deriva de los aspectos prescriptivos.

Dimensión prescriptiva: Tiene un carácter normativo y perceptivo e indica cómo deberían ser y comportarse hombres y mujeres.

El componente prescriptivo tiene **intereses motivacionales:** puede servir para mantener, reforzar o justificar la estructura de poder social existente que favorece a los hombres.

Cumple la **función de justificación y mantenimiento del status quo** que los convierte en un elemento discriminatorio y de resistencia.

Los aspectos prescriptivos dan lugar a una **discriminación caliente** basada en hostilidad y resentimiento. Se trata de una discriminación intencional hacia las mujeres que trasgreden las prescripciones de su rol de género.

La discriminación prescriptiva es más fácil de detectar que la derivada del componente descriptivo debido a que es más explícita.