

ANÁLISIS DE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN UNA MUESTRA DE ESTUDIANTES DE UNIVERSIDAD: CONTENIDO, UNIFORMIDAD, FAVORABILIDAD E IDENTIFICACIÓN CON EL «YO»

Martín Berrido, M^a. Mercedes

Moreno Sánchez, Emilio

Sánchez, Manuel

Padilla Carmona, M^a. Teresa

Universidades de Huelva y Sevilla

La distinción entre sexo y género ha dado lugar a un nuevo paradigma dentro de las Ciencias Sociales en el que tienen un lugar preferente los estudios de género. Éstos se consideran como un producto radical del pensamiento y movimiento feminista contemporáneo. Su objetivo es romper con el orden (orden porque impone reglas) simbólico androcentrista y crear condiciones diferentes de ser y de estar en el mundo. Algunos autores (Mendiola y otras, 1997) lo califican de una «contracultura», que supone la superación del modelo binario matriarcal-negativo-débil-incompleto/patriarcal-positivo-fuerte-completo.

Lo que parece evidente es que este cambio no debe consistir en sustituir un modelo por otro, porque estos dos esquemas esencialmente están equivocados, ni en defender posturas «indiferencialistas» (Agancinski, 1998). De lo que se trata, por tanto, es de estimular el respeto por las diferencias y de ofrecer un rango de opciones para el ejercicio de la libertad en una sociedad democrática (Schütte, 1995:69-70).

Fue en los años sesenta cuando se reconoció el problema del sexismo en las Ciencias Sociales y cuando comenzaron a realizarse estudios que abordaban de forma sistemática y científica el tema (Espín y Rodríguez Moreno, 1996). Existen trabajos ya considerados clásicos acerca de los distintos roles de género en otras culturas. Por ejemplo, el estudio de Margared Mead (cit. Harris, 1991) de varias tribus de Nueva Guinea sobre el espectro de los roles de género, descubrió que entre los *arapesh*, se espera que tanto los hombres como las mujeres se comporten de un modo dulce, comprensivo y cooperativo; entre los *tchambuli*, las mujeres se afeitan la cabeza, son agresivamente eficientes como proveedoras de comida y los hombres se dedican al arte, y se preocupan de arreglarse.

En estos estudios, se puso de manifiesto que las sociedades utilizan el sexo biológico como un criterio para la atribución de tareas y funciones a una persona o a

un grupo de personas dentro de una cultura o colectivo social determinado (Bartolomé, 1993) y que constituyen los roles de género. Pero que más allá de este simple punto de partida, no hay dos culturas que coincidan completamente en la diferenciación que establecen entre los géneros.

Son, por tanto, las diferencias en el proceso de socialización las que marcan la distinción entre el género masculino y el femenino, a través del desarrollo de una serie de valores (construcciones culturales) considerados como indicadores del grado de reconocimiento que esa sociedad atribuye a las capacidades humanas. Dichas construcciones culturales, vienen a ser los elementos de poder que tenemos para desarrollar un determinado aspecto del crecimiento humano (Urruzola, 1996); son las responsables de mantener los roles asignados socialmente a cada uno de los sexos, dando lugar a los *estereotipos*.

Los estereotipos son un conjunto de rasgos típicos que se suponen inherentes a los miembros de un grupo. Son creencias populares sobre los atributos que caracterizan a una categoría social y sobre los que hay un acuerdo sustancial (Mackie, 1973). Pueden estar referidos a la raza, la edad, el nivel socioeconómico, etc. Sin embargo, este establecimiento de roles no sería un problema si, como hemos señalado, no supusiese una jerarquización y por ello una situación de discriminación.

La educación, por otra parte, tiene un papel esencial en el mantenimiento y transmisión de estos estereotipos para preservar el orden establecido. Por ello, nos parece importante realizar investigaciones que pongan de manifiesto cómo son, que mecanismos siguen en su producción y transmisión y cuáles son las vías para su erradicación. En ese sentido, en las Universidades de Huelva y Sevilla estamos llevando a cabo un proyecto de innovación curricular para la inserción de contenidos no sexistas en el currículum universitario, en cuya primera fase se encuadra el estudio que presentamos en esta comunicación.

OBJETIVOS

En esta etapa del estudio nuestra intención era conocer si existían estereotipos sexistas en nuestro alumnado. Para ello, nos planteamos los siguientes objetivos:

1. Averiguar el contenido de los estereotipos sociales que sostienen la totalidad de los/as alumnos/as encuestados/as con respecto al género.
2. Analizar y describir el grado de uniformidad, favorabilidad e identificación con el "yo" del estereotipo de los chicos y de las chicas.
3. Conocer la relación existente entre el grado de favorabilidad y de identificación.

MUESTRA

La muestra está compuesta por un total de 242 alumnos/as de las Facultades de Ciencias de la Educación de las Universidades de Huelva y Sevilla: 186 mujeres y 55 hombres. Esta distribución refleja la predominancia del alumnado de sexo femenino en estas titulaciones.

INSTRUMENTO DE RECOGIDA DE DATOS

Los datos se han recogido a través de un cuestionario diseñado por los/as

autores/as (*Cuestionario para la Detección de Estereotipos de Género*), en él que aparecen 31 adjetivos de entre los cuales se tienen que elegir diez para definir a los chicos y, otros tantos, para las chicas. Además, para cada uno de los adjetivos hay que indicar el grado de favorabilidad y de identificación de la persona encuestada con el mismo.

DIMENSIONES Y VARIABLES

Las variables de análisis son los 31 adjetivos propuestos en el cuestionario. No obstante, podemos hablar de cuatro dimensiones diferentes del estereotipo, en torno a las cuales se construyó el cuestionario:

1. *El contenido* del estereotipo viene determinado por el conjunto de adjetivos que lo definen.
2. *La uniformidad* se entiende como el grado de consenso entre sujetos para definir a un grupo.
3. *La favorabilidad* indica el grado de positividad o desiderabilidad de los adjetivos elegidos.
4. *La identificación con el «yo»*, por último, es definida como el grado en que la persona piensa que posee las mismas características del atributo del grupo.

ANÁLISIS DE DATOS

El primer análisis consiste en la descripción del contenido de los estereotipos (objetivo primero), para lo cual se desarrolló el siguiente procedimiento:

- 11) Cálculo del número de atribuciones esperable por azar.
- 21) Determinación del número de apariciones a partir del cual un adjetivo pasa a formar parte del estereotipo. Este porcentaje mínimo se obtiene despejando 'p' de la siguiente fórmula (Clemente, 1992):

$$Z = \frac{p - p_0}{\sqrt{\frac{p_0 * (1 - p_0)}{NAT}}}$$

donde:

Z = puntuación típica que se escoge para el nivel de confianza elegido. Por ejemplo, para el 95 por ciento unilateral derecho, Z=1.6454

p = proporción a determinar, que sería la que para la Z elegida implica diferenciarse del azar

p₀ = proporción esperable al azar

NAT = número de atribuciones o de elecciones totales.

Para responder al segundo de los objetivos se ha realizado un contraste de medias para grupos apareados (T-TEST) en las dimensiones uniformidad, favorabilidad e identificación con el yo.

Y por último, se han correlacionado los niveles de favorabilidad con los de identificación. Este análisis nos ha permitido comprobar si los/as encuestados/as se identifican más con aquellos adjetivos que consideran positivos (objetivo tercero).

RESULTADOS**a) Contenido de los estereotipos**

En las tablas 1 y 2 se pueden apreciar los adjetivos que han sido elegidos un número significativo de veces y que, por tanto, constituyen el estereotipo de las chicas y los chicos respectivamente.

Estos resultados constatan que existen diferencias entre los estereotipos de chicas y los de chicos. Las chicas son consideradas sensibles, tiernas, intuitivas, responsables, curiosas, etc., mientras que los chicos son considerados competitivos, seguros, dominantes, autónomos y los que toman las decisiones.

B) UNIFORMIDAD, FAVORABILIDAD E IDENTIFICACIÓN CON EL YO

TABLA 1		TABLA 2	
Adjetivos más utilizados por todos los sujetos para definir a las chicas		Adjetivos más utilizados por todos los sujetos para definir a los chicos	
Adjetivos	%	Adjetivos	%
Sensibles	74,4	Competitivos	74,4
Tiernas	56,6	Seguros	66,4
Intuitivas	56,2	Dominadores	62,8
Responsables	55,0	Autónomos	62,8
Curiosas	49,6	Toman decisiones	49,8
Observadoras	47,5	Tienen iniciativa	47,9
Constantes en el trabajo	45,0	Espontáneos	38,4
Deseo de agradar	43,8	Racionales	36
Creativas	43,4	Observadores	34,7
Respeto a otras personas	41,3	Participativos	34,3
Generosas	38,4	Extrovertidos	33,9
Cooperativas	37,2		
Competitivas	36,8		
N1 de atribuciones total: 2365 % de atribución esperable al azar: 31.5 % mínimo significativo (p<.05): 33.1		N1 de atribuciones total: 2369 % de atribución esperable al azar: 31.6 % mínimo significativo (p<.05): 33.2	

Los resultados que se desprenden del análisis de estas tres dimensiones nos indican una mayor uniformidad en el estereotipo de chicas, es decir, que existe un consenso mayor al elegir los adjetivos que definen a éstas. Son necesarios 10 adjetivos para superar la mitad de las atribuciones en las mujeres, mientras que en los hombres son necesarios 11 adjetivos.

Asimismo, los resultados obtenidos a través de la prueba T-TEST nos han permitido comprobar que los adjetivos utilizados para definir a las chicas son considerados significativamente ($p=0.000$) más positivos que aquéllos que han definido el estereotipo de los chicos. Curiosamente, la totalidad de los/as alumnos/as encuestados/as tienden a identificarse con aquellos adjetivos que definen a las chicas ($p=0.000$).

c) FAVORABILIDAD E IDENTIFICACIÓN DEL YO

Algunos autores (Sangrador, 1981) constatan que se puede dar una relación positiva entre estas dos dimensiones del estereotipo, es decir, que tendemos a utilizar adjetivos favorables al describir a grupos que percibimos similares a noso-

tros, y desfavorables al juzgar a grupos que consideramos distintos. En nuestro caso, podemos comprobar que esta hipótesis se cumple. En la tabla 3 se muestran las correlaciones obtenidas para los dos colectivos, siendo todas ellas positivas a un nivel de confianza muy satisfactorio.

Correlaciones entre la favorabilidad y la identificación con el yo de los estereotipos		
	r	p
Favorabilidad chicas x Identificación chicas	0.31	.000
Favorabilidad chicos x Identificación de chicos	0.31	.000

CONCLUSIONES

Pensamos que nuestro trabajo pone de manifiesto la existencia de estereotipos sexistas, tal como concluyen otros estudios de investigación similares (Colom, 1997; Padilla et. al., 1997). El análisis de los adjetivos más elegidos para describir al sexo femenino evidencia una imagen de la mujer asociada a la ternura, la sensibilidad, el deseo de agradar..., que guarda relación con su papel social como cuidadora de los/as hijos y del hogar. Esto es lo que algunas autoras (e.g. Cremades et al. 1991; Urruzola, 1996) han denominado la «esfera privada». Los adjetivos más elegidos para caracterizar al género masculino (competitivos, seguros, dominadores, autónomos...), por otra parte, nos sugieren una imagen de éste menos inhibida socialmente, más independiente y con cualidades asociadas a la «esfera pública» (los negocios, la política...).

Asimismo, las puntuaciones en favorabilidad e identificación, así como las correlaciones entre ambas variables, nos indican, entre otras cosas, que tanto las mujeres como los hombres valoran positivamente los adjetivos femeninos. De esta forma, encontramos una importante diferencia respecto al estudio de Musitu (1980), en el que se demuestra que el estereotipo de la mujer se percibe de forma negativa -por mujeres y hombres- en relación al del varón.

BIBLIOGRAFÍA

- AGACINSKI, S. (1998). *Política de sexos*. Madrid: Taurus.
- CLEMENTE, M. (1992). *Psicología social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Eudema Universidad.
- CREMADES, M.A., RODES, M.I. SIMÓN, M.E. Y SIMÓN, M.N. (1991). *Materiales para coeducar. El comentario de textos: aspectos cautivos*. Madrid: Mare Nostrum.
- COLOM, J. (1997). Aportaciones al estudio de los estereotipos de género. *Revista de Pedagogía Social*, 15-16, 145-153.
- ESPIN, J. Y RODRÍGUEZ MORENO, M. L. (1996). *Análisis de recursos educativos desde la perspectiva no sexista*. Barcelona: Laertes.
- HARRIS, M. (1991). *Introducción a la antropología general*. Madrid: Alianza Universidad.
- MACKIE, M.M. (1974). Arriving at truth by definitions: Case of stereotype innacuracy. *Social Problems*, 20, 231-447.
- MENDIOLA, S. Y OTRAS (1997). Teoría feminista de los estudios de género. *Ponencia presentada en el VII Coloquio de Investigación del PUEG*, México.
- MUSITU, G. (1980). El estereotipo masculino y femenino en el contexto socio-cultural valenciano. *Psicológica*, 1, 127-142.

PADILLA, T, MARTÍN, M., MORENO, E. Y ROMERO, R. (1997). Detección y análisis de los estereotipos de género en una muestra de estudiantes de enseñanza secundaria y universidad. En H. Salmerón (coord.): *Diagnosticar en educación* (697-703). Granada: FETE-UGT.

SANGRADOR, J.L.(1981). *Estereotipos de las nacionalidades y las regiones de España*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

SCHÜTTE, O. (1995). Crítica de la normativa de género. En G. Hierro (Comp.). *Estudios de género* (61-74). México: Torres Asociados.

URRUZOLA, M.J. (1996). Redefiniendo los valores: hacia la construcción de una nueva ética. En AA.VV. *Curso de formación en educación no sexista*. Sevilla: Instituto Andaluz de la mujer.