

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE
GÉNERO EN LAS DIMENSIONES DE COMPETENCIA, CALIDEZ Y ATRACTIVO
FÍSICO DE HOMBRES Y MUJERES**



**Universidad
Pontificia
Bolivariana**

JHERSON ADRIÁN NOVA BRIGLIA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

BUCARAMANGA

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE
GÉNERO EN LAS DIMENSIONES DE COMPETENCIA, CALIDEZ Y ATRACTIVO
FÍSICO DE HOMBRES Y MUJERES**

Jherson Adrián Nova Briglia

En la modalidad de Proyecto de Grado para optar por el título de Psicólogo

Directora: MSc. Diana Carolina Gómez Meneses

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de Ciencias Sociales

Facultad de Psicología

Bucaramanga

2018

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a todas las personas que en mi vida han nutrido los términos “amor” y “afecto”. A mis padres por motivarme más allá de mis propias aspiraciones, a mis amigos por sostenerme en los momentos más difíciles, y a la profesora Diana Carolina Gómez, por enseñarme que el conocimiento halla su verdadero sentido cuando es usado para el beneficio de todos.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

AGRADECIMIENTOS

“Las citas son una manera de repetir erróneamente las palabras de otro”

Ambrose Gwinett

A la Universidad Pontificia Bolivariana por enseñarme la manera correcta de llegar al conocimiento, a mis compañeros y profesores por nutrirme con sus distintas visiones del mundo, a Oscar Salcedo por ayudarme y acompañarme en el proceso de tesis, al profesor Orlando González por enseñarme con paciencia y dedicación lo que más le apasiona, a mis evaluadores Jesús Redondo y Johanna Balaguera, a los profesores Óscar Rueda, Tatiana Muñoz y Laura Bonilla, por ayudar en la construcción del instrumento. También debo agradecer al Ingeniero Rodrigo Suárez, director del Centro de Proyección Social, al Colegio Humberto Gómez Nigrinis, y a su rector Omar Suárez, por permitirme desarrollar la investigación en la Institución; por último, a la profesora Diana Carolina Gómez, no sólo por enseñarme, sino, por creer en lo que enseña.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
RESUMEN GENERAL DEL TRABAJO DE GRADO.....	9
GENERAL SUMMARY OF THE THESIS.....	10
Introducción.....	11
Justificación.....	13
Planteamiento del problema.....	17
Objetivo General.....	19
Objetivos específicos.....	19
Marco Teórico.....	19
Género y feminismo.....	20
Estereotipos de género.....	24
Estereotipos de rol sexual.....	28
Categorización social.....	30
Modelo de contenido de los estereotipos.....	33
Atractivo físico.....	35
Método.....	37
Diseño.....	37
Participantes.....	38
Instrumentos.....	39
Procedimiento.....	40

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Resultados.....	41
Discusión.....	58
Conclusiones.....	65
Recomendaciones.....	67
Referencias.....	69
Anexos.....	79

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Tabla de escala y valoración de jueces.....	42
Tabla 2. Características estereotípicas de competencia de hombres y mujeres.....	48
Tabla 3. Características estereotípicas de calidez de hombres y mujeres.....	49
Tabla 4. Características estereotípicas de atractivo físico de hombres y mujeres.....	49
Tabla 5. Diferencias en competencia, calidez y atractivo de hombres y mujeres.....	56
Tabla 6. Diferencias en competencia de hombres y mujeres en función del sexo de los participantes.....	57
Tabla 7. Diferencias en calidez de hombres y mujeres en función del sexo de los participantes.....	57
Tabla 8. Diferencias en atractivo de hombres y mujeres en función del sexo de los participantes.....	57

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Adjetivos aceptados para la construcción de la variable Competencia.....	45
Figura 2. Adjetivos aceptados para la construcción de la variable Calidez.....	46
Figura 3. Adjetivos aceptados para la construcción de la variable Atractivo Físico.....	46
Figura 4. Diagrama de dispersión de disparidades frente a la dimensión competencia.....	51
Figura 5. Diagrama de correspondencia para la dimensión competencia.....	51
Figura 6. Diagrama de dispersión de disparidades frente a la dimensión calidez.....	52
Figura 7. Diagrama de correspondencia para la dimensión calidez.....	53
Figura 8. Diagrama de dispersión de disparidades frente a la dimensión atractivo.....	54
Figura 9. Diagrama de correspondencia para la dimensión atractivo.....	54
Figura 10. Gráfica del nivel de valoración de las tres dimensiones en hombres y mujeres.....	57

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO:	Análisis comparativo de representaciones estereotípicas de género en las dimensiones de competencia, calidez y atractivo físico de hombres y mujeres.
AUTOR(ES):	Jherson Adrián Nova Briglia
PROGRAMA:	Facultad de Psicología
DIRECTOR(A):	Diana Carolina Gómez Meneses

RESUMEN

En la presente investigación de enfoque cuantitativo, de alcance comparativo y diseño transversal no experimental, se analizaron comparativamente las representaciones estereotípicas de género en las dimensiones de competencia, calidez y atractivo físico en hombres y mujeres. Participaron 234 estudiantes de los grados noveno, décimo y undécimo del colegio Humberto Gómez Nigrinis de Piedecuesta, quienes respondieron al Inventario de Percepción de Roles en Mujeres y Hombres, diseñado y validado ad hoc. Los resultados señalan que las características estereotípicas de género más representativas en las tres dimensiones para los hombres son las de valiente, sociable y coqueto, y para las mujeres, creativa, sensible y hermosa. Además, se encontró que, independientemente del género, los estereotipos para la dimensión de competencia son, trabajador, autosuficiente, decidido y valiente; para calidez, querido, sociable, solidario y respetuoso, y en atractivo físico, atractivo, encantador, simpático y hermoso. Por último, se halló que las mujeres son percibidas en promedio como más competentes, cálidas y atractivas que los hombres en la totalidad de la muestra; y también, para los hombres y las mujeres, encontrándose diferencias estadísticamente significativas en función del sexo. Se discuten los resultados a la luz de la teoría de género, del Modelo de Contenido del Estereotipo y del Sexismo Ambivalente. Se realizan recomendaciones para la apropiada actuación de distintas instituciones involucradas en el mejoramiento y el cambio social.

PALABRAS CLAVE:

Estereotipos, Competencia, Calidez, Atractivo Físico, Género.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: Comparative analysis of gender stereotypical representations at competition, warmth and physical attractiveness dimensions in men and women.

AUTHOR(S): Jherson Adrián Nova

FACULTY: Facultad de Psicología

DIRECTOR: Diana Gómez Meneses

ABSTRACT

In the present investigation of quantitative approach, comparative scope and non-experimental transversal design, the stereotypical representations of gender in the dimensions of competence, warmth and physical attractiveness in men and women were analyzed comparatively. 234 students from the ninth, tenth and eleventh grades of the Humberto Gómez Nigrinis School participated, who responded to the Perception Inventory of Roles in Women and Men, designed and validated ad hoc. The results indicate that the most representative stereotypical characteristics of gender in the three dimensions for men are those of brave, sociable and flirty, and for women, creative, sensitive and beautiful. In addition, it was found that, regardless of gender, the stereotypes for the competence dimension are, worker, self-sufficient, determined and courageous; for warmth, darling, sociable, supportive and respectful, and in attractive physical, attractive, charming, friendly and beautiful. It is found that women are perceived on average as more competent, warm and attractive than men in the entire sample; and, for men and women, finding statistically significant differences according to sex. The results are discussed considering the gender theory, the Stereotype Content Model and the Ambivalent Sexism. Recommendations are made for the appropriate action of different institutions involved in the improvement and social change.

KEYWORDS:

Stereotypes, Competence, Warmth, Psychological Attractiveness, Gender.

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Introducción

El género es una categoría de gran relevancia social para las distintas culturas y para la interacción social, ya que, como menciona Quaresma da Silva (2012), desde el nacimiento de las personas, su entorno ya se encuentra preocupado si nace niño o si nace niña, para en función de esa información, poder adaptar y preparar un tipo de crianza relacionado con los juguetes que se le asignan a cada género, pasando por la ropa que utilizará, hasta las enseñanzas e ideas que se le repetirán al sujeto en el transcurso de su vida.

El conjunto de roles, expectativas y creencias generalizadas sobre cómo debe ser y comportarse una persona de acuerdo con su sexo biológico y las características asociadas a la femineidad y masculinidad se conocen como *estereotipos de género* (Eagly & Steffen, 1984). Tradicionalmente, desde una lógica binaria y dualista, lo femenino se contrapone con lo masculino, y se le adjudican cualidades esencialistas a cada sexo, evidenciando grandes diferencias en las dos categorías sexuales (Kite, 2001); por ejemplo, en un estudio realizado en 30 países, se encontró que en 23 de estos, el estereotipo que más predomina para las mujeres es el de sujetos débiles, dependientes, sumisos, cariñosos y afectivos, contrario al estereotipo preponderante para los hombres que los representa como sujetos agresivos, dominantes, independientes, seguros, aventureros y poco emocionales (Williams & Best, 1990, citado por López, 1994). Generalmente, se categoriza socialmente al hombre como una persona inteligente pero agresiva, y a la mujer como una persona cariñosa pero vulnerable (Jalón & Seoane, 2011).

Investigaciones más actuales han corroborado que los estereotipos de género tienen una naturaleza ambivalente y que su contenido se representa en las dimensiones de competencia y calidez del Modelo de Contenido del Estereotipo (MCE, Fiske, Cuddy, Glick & Xu, 2002). El

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

MCE (Fiske et al., 2002) señala que, a partir de estas dos dimensiones, las personas pueden hacerse una idea de las capacidades y las intenciones de otros de acuerdo al grupo al que pertenecen (Fiske, Xu, Cuddy & Glick, 1999), al representarlos en alguna de las cuatro combinaciones posibles en el modelo: 1) alta competencia y alta calidez; 2) baja competencia y baja calidez; y las dimensiones ambivalentes de: 3) alta competencia-baja calidez, y 4) baja competencia y alta calidez. Así, los grupos sociales serían categorizados en uno de los cuadrantes en función de su estatus y poder, lo cual puede resultar en actitudes prejuiciosas para algunos (Fiske et al., 2002; Fiske, Cuddy & Glick, 2007; Harris, Cikara & Fiske, 2008).

Respecto al género y el MCE, se ha encontrado que los estereotipos del grupo social de las mujeres se ha nutrido con el pasar del tiempo de distintas vertientes socio-históricas, como por ejemplo, el renacimiento, la Revolución Francesa y las revoluciones socialistas, donde las mujeres han jugado un papel importante, pero siempre del lado del subordinado (Gamba, 2008), y, si bien no todas las características que componen el estereotipo femenino son negativas, lo que se debe resaltar es que la mayoría de esas características, en comparación a las características que componen el estereotipo masculino, ponen a la mujer en una resaltada posición de inferioridad (Bosch & Ferrer, 2003). Se ha encontrado que distintos subgrupos de mujeres son estereotipadas como competentes pero poco cálidas (p.e. mujeres de negocios) o cálidas pero no competentes (p.e. amas de casa) (Eckes, 2002; Wade & Brewer, 2006), reproduciendo la desigualdad estructural entre hombres y mujeres (Fiske et al., 2002; Glick & Fiske, 1996; Glick & Fiske, 2001).

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

En esta investigación se estudiará la representación estereotípica de los grupos sociales “hombres” y “mujeres” en las dos dimensiones del MCE, la competencia y calidez, articulando a su estudio la variable social “Atractivo Físico”, la cual hace referencia a las características físicas de un individuo lo que produce agrado en los demás y despierta el interés de los otros (Real Academia Española, 2014), las cuales, según Gangestad y Simpson (2000), permiten intuir una serie de imaginarios que facilitan la socialización del individuo, enfocados primordialmente a la reproducción. La selección de esta variable atiende a que, desde Branciforte y Orsi (2007), el atractivo físico, al igual que los estereotipos, cumple una función frente a las expectativas que se crean en las personas (sobre todo en las mujeres), ya que éste media la percepción de éxito que puede llegar a tener una persona, si se ciñe adecuadamente al ideal de belleza o de atractivo físico estipulado socialmente.

Ahora, es importante resaltar que el género, según Lamas (1999), contribuye a la construcción y distribución de los recursos materiales y simbólicos que constituyen el poder en la sociedad, haciendo necesario comprender de qué manera se construye ese imaginario colectivo de género, y, en la misma medida, cómo afecta las percepciones que éste tiene en el colectivo estudiantil escogido para el proyecto, todo desde el marco conceptual de la teoría del Modelo de Contenido de los Estereotipos.

Justificación

Históricamente, y a nivel social, se han validado ciertas creencias sobre los roles y características comportamentales distintivas de hombres y mujeres, creando así los estereotipos de género. Los estereotipos sirven para formarse una idea rápida y con una menor carga cognitiva de

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

un individuo a partir de su pertenencia a un grupo social (endogrupo), todo esto a través de un proceso cognitivo de categorización social (Devine, 1995).

De acuerdo con Barberá y Benlloch (2004), lo femenino está asociado a características de ternura, comprensión, aspecto suave, atractivo y la dirección de los roles domésticos; a su vez, se ha asociado con destrezas verbales o artísticas. Por otra parte, lo masculino está estrechamente vinculado con la competencia, destreza y dominancia, aunque baja sociabilidad y poca calidez. Por ejemplo, Puleo (2015) afirma que para conservar la masculinidad y ser respetados, los hombres deben evitar cualquier comportamiento que pueda ser visto como afeminado. Del mismo modo, la aceptación de los estereotipos de género ha demostrado una afectación en el desempeño académico. En un estudio realizado en Lima, Perú, se demostró que los chicos tenían mejor rendimiento y afinidad con el profesor de matemáticas cuando él era hombre, mientras que, cuando se trataba de una profesora de matemáticas, referían no sentirse tan cómodos, y el rendimiento no era igual de bueno (Ministerio de Educación, 2016), lo cual connota la subvaloración de las mujeres por parte de los chicos en distintas dimensiones del conocimiento, las cuales se ven referidas en este estudio por la dimensión de Competencia.

Los estudios sobre los estereotipos de género han tenido gran relevancia por el impacto social que generan. Los estereotipos tienen la capacidad para darle significado y forma a las situaciones y los contextos, y, a su vez, posibilitan modular las expectativas que se tienen sobre ciertos grupos sociales, al permitirnos extraer características del individuo sólo entendiendo a qué grupo pertenece (Worchel, 1999, citado por Rodríguez, Cuadrado & Navas, 2013).

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

En cuanto a las percepciones de género, García (2012) señala que "estas percepciones, deberían ser analizadas y evaluadas desde un enfoque educativo para incentivar la reflexión personal e incitar a la toma de decisiones en la línea de prácticas sociales más equitativas" (p. 2), permitiendo que hombres y mujeres disfruten de las mismas ventajas en diferentes ámbitos, ya sea educacional, laboral, social, emocional, de seguridad y, sobre todo, de oportunidades. Se hace necesario el replanteamiento de los preceptos que circundan la realidad basados en los estereotipos de género como verdades inamovibles.

Estudiar las percepciones sobre el género en personas jóvenes dentro de un contexto educativo reviste gran relevancia puesto que la escuela es un ente de socialización con una gran masificación de personas y movimientos sociales (Madero, 2011), lo que permite la interacción de diversas ideas y creencias que, en gran parte, son en referencia al género, y donde se pueden alimentar ideas como que cada género trae consigo una serie de talentos y de dificultades, lo que hace que los estudiantes sean vistos como buenos en algunas áreas y malos en otras, dependiendo de si son hombres o mujeres (Passeron & Bourdieu, 2009).

Así, comprendiendo la función primordial de las instituciones educativas como gestadoras de pensamientos y forjadoras del devenir social (Rebollo, 2013), éstas deben ampliar el conocimiento respecto a qué estrategias pedagógicas se deben emplear para impartir una formación basada en la tolerancia y el respeto por la individualidad del otro. De acuerdo con Rebollo, Ruiz y García (2015), también es importante concientizar a todas las personas implicadas en el proceso de enseñanza de las instituciones educativas a generar relaciones más igualitarias frente al género, para así poder evitar conductas violentas que son alimentadas por

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

los imaginarios que se tienen sobre cómo son o cómo se deben comportar los hombres y las mujeres.

Respecto a la relevancia del estudio de las dimensiones estereotípicas medidas en este proyecto: competencia, calidez y atractivo físico, se evidencia que, desde la Teoría del Modelo de Contenido de los Estereotipos (MCE) (Fiske et al., 2002; Fiske, et al., 2007; Harris et al., 2008), los estereotipos son un vehículo socializador en el que preponderan las preguntas: “¿el sujeto me quiere hacer daño?” y “¿el sujeto me puede hacer daño?”; estas dos preguntas son fundamentales en la construcción de las dos dimensiones de Calidez y Competencia, donde se miden respectivamente las intenciones del sujeto perteneciente a un grupo estereotipado y la capacidad que ese sujeto tiene para llevar a cabo sus intenciones.

A su vez, según Gangestad y Simpson (2000), el atractivo físico es una variable que influye en la percepción que puedan tener las personas de un sujeto o un grupo específico. Es una herramienta para la socialización, siendo muchas veces, lo primero que observan las personas para empezar a formarse una idea de los sujetos, lo cual tiene una gran relevancia frente a la valoración de las capacidades del sujeto. Esto lo demuestra Galarza y Yamada (2012) en una investigación realizada en Lima, Perú, en la que pretendían observar cómo influía la belleza de las personas al momento de conseguir un empleo; para esto, enviaron un total de 4988 hojas de vida con diferentes fotos de hombres y mujeres, que ilustraban distintos niveles de belleza que fluctuaban de 1 a 7, y encontraron que por cada 100 hojas de vida con fotos de personas bellas, las personas no bellas debían enviar 182 hojas de vida para conseguir el mismo número de trabajos, demostrando que la belleza no es solo un factor socializador, sino, también facilitador.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Ahora, frente al fenómeno de estereotipar, se puede mencionar que se trata de un fenómeno muchas veces sesgado, que puede comprometer la percepción que tenemos de grupos sociales específicos de manera negativa. Como menciona Taylor y Falcone (1982), en un experimento se reprodujo a los participantes una grabación de 13 minutos, en la que se oía hablar a seis personas, tres hombres y tres mujeres, sobre opiniones políticas que se centraban en cómo aumentar la tasa de votantes de un sector rural específico. En el ejercicio se les mostró a los participantes unas diapositivas para ilustrar cada rostro representado por la voz que estaban oyendo. Al final se les hizo una serie de preguntas sobre las capacidades que cada uno de ellos creían que tenían las personas de la grabación, luego de haberlas escuchado. El resultado arrojó que los hombres tenían mejores valoraciones que las mujeres, a pesar de que las opiniones de los 6 participantes eran igualmente relevantes frente al tema planteado. Guerra (2014), al analizar estudios como el mencionado anteriormente, concluyó que cuando las personas o el yo son evaluados con base en estereotipos negativos, la autoestima tiende a decrecer y a afectar al sujeto, lo que hace los estereotipos puedan tener incidencias negativas en las personas.

Planteamiento del problema

El ámbito escolar se encuentra permeado por distintos contextos, como el familiar y el social, razón por la cual resulta esencial entender a los estudiantes y conocer cómo comprenden ellos las relaciones humanas. La comprensión de estas relaciones puede abordar distintas dimensiones, entre las cuales se encuentra la del género, una de las perspectivas de estudio a través de la cual se pretende dar respuesta a cómo se desenvuelven las personas dentro del contexto social valiéndose de su filiación a un sexo u otro.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Investigaciones como la de Bravo y Moreno (2007), con jóvenes entre 14 y 18 años, en la que se miden 6 dimensiones (corporal, comportamiento social, competencias y capacidades, emocional, expresión afectiva, y responsabilidad social) en función del género, dan constancia de que aún hay ideas muy arraigadas con respecto a la prevalencia de un género sobre el otro; a su vez, también demuestra que aún hoy en día, el porcentaje de jóvenes que tienen interiorizados los estereotipos de género es bastante alto, lo que compromete las interacciones en la mayoría de los ámbitos sociales, entre hombres y mujeres. Ahora, para comprender cómo se dan esas relaciones existe el MCE (Fiske et al., 2002; Fiske et al., 2007; Harris et al., 2008), que por medio de las dimensiones de Competencia y Calidez, dilucida las preguntas fundamentales de: “¿esta persona me quiere hacer daño?” y “¿esta persona me puede hacer daño?”, y así le da una visión más amplia a los estudios no solo de género, sino también de estereotipos, ya que por medio del modelo de contenido de los estereotipos, se comienzan a entender las categorías en las cuales las personas se ubican dependiendo de sus capacidades y su manera de relacionarse en grupo (Competencia y Calidez).

A la investigación se le añadió una variable distinta a las expuestas por el MCE, y que hasta el momento no se ha estudiado en interacción con las otras dos dimensiones, a saber: la variable de Atractivo Físico, la cual es fundamental por su influencia en la percepción de las personas, y en cómo éstas, dependiendo de cómo perciban al sujeto en comparación a otras personas no tan atractivas, lo tratarán (Eagly, Ashmore, Makhijani & Longo, 1991).

Un dato relevante, frente al autoconcepto físico, y más específicamente, al atractivo físico, es que las mujeres en comparación a los hombres, poseen un autoconcepto del atractivo físico

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

menor (Llorca, Maicas & Martínez, 2010), esto, sumado a lo mencionado por Eagly et al. (1991), frente a la importancia del atractivo físico para las relaciones sociales, hace que nazcan preguntas relacionadas con la baja valoración de la mujer y la aceptación de ese hecho, tanto para la sociedad, como para ellas mismas, esto junto a los estereotipos de género ayuda en gran medida a preservar esas ideas que se traducen en la manera en cómo nos comportamos en sociedad frente a los grupos constituidos por estereotipos, como lo son las mujeres (Gavaldón, 1999).

Objetivo General

Analizar comparativamente las representaciones estereotípicas de género en las dimensiones de competencia, calidez y atractivo para hombres y mujeres en estudiantes de noveno, décimo y undécimo grado, del colegio Humberto Gómez Nigrinis.

Objetivos Específicos

Determinar las características estereotípicas de competencia, calidez y atractivo más representativas de hombres y mujeres para la muestra de estudiantes.

Identificar los estereotipos de competencia, calidez y atractivo físico independientemente del género a partir de las correspondencias en las valoraciones de los participantes.

Determinar si existen diferencias significativas en la percepción de competencia, calidez y atractivo de hombres y mujeres en la totalidad de participantes.

Identificar si existen diferencias en la percepción de competencia, calidez y atractivo de los hombres y las mujeres en función del sexo de los participantes.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Marco Teórico

A continuación, se presentan los referentes teóricos que sustentan esta investigación. En primer lugar, se expone un resumen de la historia del movimiento sociopolítico del feminismo en Colombia. Segundo, se describen distintas aproximaciones conceptuales de la variable del género, entre éstas, los estereotipos de género y los estereotipos de rol sexual. Tercero, se describen algunas perspectivas teóricas sobre el proceso cognitivo de categorización social, contextualizando cómo se comprende esta variable en el presente estudio. En un cuarto apartado, se presenta la teoría del Modelo de Contenido del Estereotipo (MCE) (Fiske et al., 2002), y se conceptualizan cada una de las dimensiones estereotípicas de competencia, calidez y atractivo físico medidas en el presente estudio.

Género y Feminismo

El término género nació en los años 70 junto con los términos “patriarcado” y “casta sexual”, y fue acuñado por primera vez en el discurso de las feministas intelectuales Kate Millet y Sulamith Firestone, ya que anteriormente solo existía la categoría “sexo” para definir los comportamientos y posiciones sociales y políticas de hombres y mujeres, lo que impulsó a las jóvenes intelectuales a utilizar un nuevo término que permitiera diferenciar las ideas y las conductas propias del individuo de las características biológicas obtenidas desde la gestación del sujeto. Pero el movimiento encargado de estudiar y cuestionar las implicaciones sociales, culturales y políticas del género nació mucho antes. Ese movimiento llamado Feminismo tuvo su renacimiento en la década de los 60, con otros movimientos que luchaban por los derechos de las minorías étnicas y por la reestructuración de las ideas que permeaban los contextos sociales y

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

culturales. Algunos de esos movimientos fueron los movimientos por los derechos civiles en Estados Unidos, el Concilio Vaticano II, que buscaba la renovación de la iglesia católica, el Socialismo de Rostro Humano y el Movimiento Estudiantil Mexicano. Todos estos movimientos nacieron en el marco de la terminación de la Segunda Guerra Mundial y fueron impulsados por intelectuales tales como Simone de Beauvoir, Chomsky, Habermas, Eric Fromm, Foucault, Paulo Freire, entre otros (Garzón, 2011).

En Colombia, al igual que en otros países latinoamericanos, también se libraron batallas con consignas que aludían a la igualdad social y a la igualdad de oportunidades, ideas que claramente se fundamentaban en la filosofía feminista, como menciona Castellanos (2000), ya que el feminismo es una posición política cuya manifestación parte del reconocimiento de las desigualdades y de las jerarquías impuestas que perpetúan una serie de políticas, creencias y comportamientos que mantienen sometidas a las mujeres. Varias de esas batallas se libraron a principios del siglo XX, más específicamente en las décadas de los 40 y los 50, cuando mujeres como Esmeralda Arboleda y Bertha Hernández lucharon por el derecho al sufragio, y como María Cano, una figura política importante en Colombia, que luchó por los derechos sindicalistas (Castellanos, 2000).

Los estudios sobre feminismo en Colombia han tenido una repercusión importante, permitiéndole a gran parte de la población y en especial a las mujeres, comprender cómo funciona la política patriarcal, desde el enfoque académico y teórico del uso del género como una manifestación primaria de relaciones sociales para ejercer el poder (Scott, 1990, citado por Castellanos, 2000), y sobre la necesidad de la disertación sobre el sexo y el género, comprendiendo que el uso sexo/género se crea al transformar una serie de características

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

biológicas, en condiciones sociales que estructuran relaciones jerárquicas de dominio y subordinación entre los sexos (Rubin, 1975, citado por Castellanos, 2000).

Según Luna (1985), en Colombia las mujeres, en comparación con los hombres, estaban rezagadas en materia de derechos y oportunidades; por ejemplo, las mujeres no tenían las mismas condiciones salariales que los hombres, lo que llevó a varios movimientos feministas a movilizarse para obtener esos mismos derechos, como se ilustra en Antioquia en 1920, con el movimiento liderado por Betsabé Espinosa que logró un aumento del 40% del salario para las mujeres. También señala Luna (1985) que no sería hasta 1954, en manos del dictador Rojas Pinilla, que se aceptaría el sufragio femenino en Colombia, resaltando que hace ya casi un siglo que en Europa y Estados Unidos se había creado la lucha sufragista para las mujeres, lo que demostraba un gran atraso en materia de derechos en Colombia. Teniendo en cuenta los antecedentes de la lucha de la mujer en Colombia, se mencionan a continuación los cuatro trabajos más relevantes sobre estudios de género realizados en Colombia a finales del siglo XX.

Dentro de los hitos en el estudio de género a nivel nacional se encuentra el Programa de Género, Mujer y Desarrollo de la Universidad Nacional de Colombia, primer postgrado sobre los estudios de género en el país impulsado por un convenio colombo-holandés desarrollado desde 1996. Otro de los grandes hitos en Colombia sobre estudios de género fue la creación del Centro de Estudios de Género, Mujer y Sociedad de la Universidad del Valle, que surge a finales de 1992, y se enfoca en la investigación y la impartición de cursos y seminarios sobre género para pre y postgrados. Siguiendo con el conteo, se mencionan los Componentes de género del Departamento de Estudios de Familia de la Universidad de Caldas, cuyo logro se fundamenta en la inclusión de algunos componentes de género en algunos de sus cursos de pregrado y maestría.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Para finalizar, se menciona la creación del Centro de Estudios de Género, Mujer y Sociedad de la Universidad de Antioquia, creado en 1997, tras la articulación de trabajos con tres grupos de la universidad: el grupo de Salud de la Mujer de las facultades de Medicina y Enfermería, el grupo de Cultura Somática del Instituto de Educación física, y el grupo de Salud Sexual y reproductiva, de la Facultad Nacional de Salud Pública (Castellanos, 2000).

El género comprende las actitudes y conductas prescritas para el hombre y la mujer desde su nacimiento, a partir de dinámicas y expectativas sociales relacionadas con factores biológicos y socioculturales (Serrano, 2008). Así, las mujeres, al igual que los hombres, se encuentran sujetos a una serie de expectativas que los condicionan a actuar y pensar de maneras generalizadas, atendiendo a roles tradicionales y normativos para su sexo. Esto reproduce las creencias frente a lo que puede o debe hacer una persona en función de su sexo. Un ejemplo puede ser cuando se observa que las mujeres cumplen trabajos como cuidadoras: al percibir esa situación se interpreta que la mujer es más cariñosa y generosa, haciendo creer que la labor como cuidadora es más apta para las mujeres. Otro ejemplo relativo a los hombres se puede observar en los deportes, en los cuales la gran difusión de las conductas competitivas y agresivas de parte de los hombres que participan en los deportes de contacto hace creer que todos fueron hechos para ser competitivos, agresivos y para liderar grupos (Godoy & Mladinic, 2009).

De acuerdo con Matud, Rodríguez, Marrero y Carballeira (2002), la asignación e identificación con un género conlleva a unos procesos de tipo social que afectan de una forma u otra las relaciones que las personas entablan a través de su vida. Para Collignon y Lazo (2017), el género es una categoría relacional dividida de manera binaria para clasificar y distinguir a las personas como hombres y mujeres, basándose en el sexo con el cual nacen. Estas dos categorías

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

actúan en función de la subordinación, la obediencia y el desarrollo de tareas de un género frente al otro, creando una brecha sustancial en diferentes niveles, tales como los económicos, sociales, políticos, educativos, laborales, entre otros. Esta clasificación sirve para determinar y predecir las conductas de un género u otro, permitiendo que los sujetos se relacionen en función de lo que saben, y lo que creen que debería ser o cómo se debería comportar la otra persona.

El género puede determinar distintas maneras de pensar y comunicar las experiencias vividas, siendo el lenguaje y la manera de usarlo una fuente esencial para determinar cómo se concibe ser hombre y mujer en la sociedad, así como los roles que cada uno desempeña (Ortiz, 2017). A su vez, relacionado con los procesos perceptivos, los estereotipos de rol adscritos a hombres y mujeres se fundamentan en las nociones y creencias que tenga determinada sociedad. Tal como señala Barberá y Benlloch (2004), "el componente prescriptivo de un estereotipo está siempre sostenido por la estructura social. Es la representación que cada cual se plantea de cómo los demás piensan que debe comportarse" (p. 59).

Para ilustrar de mejor manera la idea del género como medio relacional, se retoma nuevamente a Collignon y Lazo (2017), usando como ejemplo el análisis de las narrativas de tres padres *trans*, que pasaron de ser mujeres a ser hombres. En este análisis de las narrativas, estos autores mencionan que las tres personas trans manifestaban un cambio sustancial frente a la percepción social que ellos sentían antes de su transición de mujeres a hombres, ya que incluso en cosas cotidianas, como el trabajo, los tres sujetos manifestaban que cuando eran mujeres, sus trabajos estaban llenos de tensiones, de situaciones incómodas, llenas muchas veces de ansiedad, estrés e incluso depresión, y que, al momento de la transición de género, los tres sujetos al ser percibidos como hombres se sentían más valorados, y sentían que sus logros eran tomados más

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

en cuenta. También en otras labores, como las paternas, ellos se sentían más cómodos y con responsabilidades más acordes con el género que proyectaban.

Estereotipos de Género. Los estereotipos se definen como una serie de juicios o pensamientos relativamente estructurados en la conciencia de las personas, hacia distintos grupos sociales (Páez, 2004, citado por Vidales & Muñiz, 2017), y cumplen una tarea fundamental al momento de construir una visión y una identidad propia de la sociedad y hacia la sociedad, formando creencias y juicios que llevarán al sujeto a actuar frente a esos grupos (Gavaldón, 1999). Los estereotipos, y sobre todo los estereotipos de género, son retroalimentados por la *tipificación sexual*, que, según Baró (2007), refiere a las conductas y comportamientos que se asumen como propios de cada sexo, haciendo que ciertos movimientos corporales o conductas creen rechazo entre las personas si no son percibidas como conductas correspondientes a su sexo. Muchos de estos comportamientos están condicionados de tal manera que pueden despertar diferentes respuestas emocionales y cognitivas, debido al valor diferenciador que tienen al estar sustentados en los estereotipos de género (Baró, 2007).

Los estereotipos son alimentados en la cotidianidad, ya que en ésta son aprendidos y proyectados en todos los espacios sociales; estos enfoques de aprendizaje se interiorizan y se replican como lo hace un nuevo idioma, u otra destreza, y se retroalimentan en la medida que las vivencias son compartidas y socializadas (Baró, 2007). Ahora, con base en la tipificación sexual, se podrían tomar como ejemplo las conductas e ideas que se tienen de las mujeres en función de su estereotipo o rol social, ya que a éstas se les enseña a pensar en función de las necesidades de sus contemporáneos, sobretodo de los hombres, dejando de lado sus propias necesidades, y siendo juzgadas ferozmente cuando rompen ese estereotipo del ser protector y cuidador,

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

haciendo que su identidad se desarrolle en función de otros (Friedan, 1964, citado por Baró, 2007).

Teniendo en cuenta la función social que los estereotipos cumplen, es importante resaltar que estos son concebidos de manera inconsciente por los sujetos, ya que son implantados desde su infancia y se van reafirmando en la medida en que va pasando el tiempo (Beaudoux, 2014, citado por Vidales & Muñiz, 2017), aunque dependiendo de la capacidad de análisis, conciencia o reflexión de los sujetos, estos pueden ser modificados o suprimidos (Vidales & Muñiz, 2017).

Ahora bien, con base en el entendimiento de que los estereotipos son ideas que se van formando inconscientemente en el sujeto desde su infancia y son un componente regulador en las conductas y pensamientos de las personas frente a grupos sociales específicos, se plantea la pregunta: ¿Cuál es la función concreta de los estereotipos enfocados directamente al género? Villarreal (2001, citado por García y García, 2013), afirma que los estereotipos de género concebidos desde una cultura cuya estructura política y social es patriarcal son utilizados para generalizar las conductas de los hombres y mujeres, o sea, sirven para saber cómo debe ser y cómo se debe comportar alguien dependiendo de su género en el marco de la cultura en donde se encuentre, para así poder definir rápida y fácilmente a las personas.

Los estereotipos de género, al ser ideas compartidas y reproducidas en la sociedad, crean la imagen del hombre ideal como un sujeto competitivo y con actitudes para el liderazgo, frente a la imagen ideal de la mujer como un sujeto cariñoso dado a servir. Spence y Buckner (2000 citado por Lupano y Castro, 2013), demostraron por medio de PAQ (Personal Attribute Questionnaire) y el BSRI (Bem Sex Rol Inventory) que dichas ideas o estereotipos aún se mantienen en el

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

tiempo, y que las personas siguen asociando al hombre con características de mejor manejo de equipos, y a la mujer con características más dadas al servicio del común.

De acuerdo con Bravo y Moreno (2007), en una investigación realizada para medir la interiorización de los estereotipos de género en jóvenes y adolescentes de centros de educación en Sevilla, España, con un promedio de edades de entre 14 y 18 años, y midiendo 6 dimensiones (Cuerpo, Comportamiento Social, Ámbito competencial, Emociones, Expresión Afectivo y Responsabilidad Social), encontraron que aún los jóvenes tenían muy presentes e interiorizados los estereotipos, haciendo que en un porcentaje alto, tanto los adolescentes como las adolescentes valoraran a sus contemporáneos teniendo como base su género, teniendo como marco de referencia estereotipos como que los hombres son mejores en labores físicas y de liderazgo, mientras que las mujeres son mejores en labores que tienen que ver con el cuidado de los demás. A su vez, encontraron que esos estereotipos de género lograban influenciar la manera en cómo ellos se relacionaban con su entorno, como, por ejemplo, percibiendo como “extraños” o “raros” a los niños que jugaban con muñecas y a las niñas que jugaban con carros.

Tomando como ejemplo lo mencionado por Deaux (1984, citado por Retamero y Zafra, 2006), debido a los estereotipos de género, usualmente se espera que los hombres tengan más éxito que las mujeres, dado que se asocia más a los hombres con destrezas para liderar y para actuar asertivamente, mientras que se percibe que el liderazgo y la competencia son características ajenas e incluso contrarias al rol femenino.

En Chile, Mizala, Martínez y Martínez (2015) realizaron un estudio en referencia a las expectativas de las competencias académicas, específicamente en la clase de matemáticas, de 208 profesores hacia los estudiantes teniendo como variable el género y el estrato

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

socioeconómico. Los resultados que arrojó dicho estudio demostraron que los profesores tendían a creer que, frente a las competencias matemáticas, los chicos son considerados como más competentes y capaces que las chicas. Espinoza y Taut (2016), mencionan que, en los ámbitos educativos, los profesores no tienden a ser neutrales, dándole más relevancia al proceso cognitivo de los hombres, por encima del de las mujeres.

Estereotipos de Rol Sexual. Es habitual que las personas confundan sexo y género, dado que los dos están ligados cuando se trata del proceso de diferenciación binaria, pero los dos son términos que en varios campos científicos se usan de manera distinta. De acuerdo con Espinar (2009), el sexo y el género se diferencian en cuanto a que el sexo es el término utilizado para denominar las diferencias a nivel de la estructura biológica tanto de hombres como de mujeres, mientras que el género es una construcción social que fomenta valores, actitudes, pensamientos, comportamientos, entre otras cosas, teniendo como base la estructura biológica tanto de hombres como de mujeres.

Ahora bien, tomando como punto de partida el hecho que, los roles son percibidos como las responsabilidades y actitudes acordes al título o cargo que se ostenta en alguna estructura, es evidente que los roles sexuales se empiezan a gestar y acrecentar en el seno de las familias, pues, según Herrera (2000), en la estructura familiar se espera que los hombres y las mujeres cumplan con sus labores, desde la maternidad o la paternidad hasta el desarrollo de las labores del trabajo. Esto complica mucho las relaciones y el cumplimiento de las tareas, ya que se tiene la expectativa de que el hombre cuide y provea a la familia, mientras que se crea cierto distanciamiento afectivo de su parte, debido a la imposición de la baja calidez que se cree tiene el hombre, por su crianza. También se complica el desarrollo de las responsabilidades de la mujer,

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

ya que no sólo se determina socialmente que atienda a los hijos y al esposo, sino que también, en los tiempos actuales, se le pide que desarrolle una profesión o cumpla con trabajos fuera del hogar (Herrera, 2000).

El debate sobre la creación y el uso de los roles sexuales o de género, incluso hoy en día, es bastante controvertido, ya que, según Serrano (2008), no hay muchos teóricos que se inclinen hacia la creencia de que los roles sexuales son impuestos como una manera de regulación social, o si el género se asigna de manera natural debido a las cualidades y características que los niños poseen ya desde pequeños, diferenciados por su sexo. Pero, más allá de ese debate, algo que resalta Serrano (2008), es el excesivo uso de los prejuicios para calificar o descalificar tanto a hombres como mujeres. Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente sobre los prejuicios para el reconocimiento y la clasificación de las capacidades y creencias según los roles sexuales, estos prejuicios pueden repercutir de manera negativa en la salud mental de las personas que se adhieren a la clasificación binaria de los roles sexuales, pues, según Matud y Aguilera (2009), las mujeres tienden a tener mayor afectación psicológica debido a que las características que se les adjudican normalmente, son las que menos valoración social tienen.

Aun así, Berry (2009) menciona que los estereotipos también tienen una utilidad positiva, pues, cuando la toma de decisiones se torna compleja, por la cantidad de opciones o por distintas variables que complejizan el proceso de elección, los estereotipos funcionan como mecanismo para alivianar el estrés que podría producir tomar una decisión. Según Schneider (2004, citado por Berry, 2009), la tendencia de los seres humanos de evaluar y clasificar no es más que una manera útil de moverse más eficientemente en el medio, lo cual muchas veces lleva a la categorización y a la estereotipia.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Categorización social

Para realizar la conceptualización de la categorización social se parte del marco teórico de los procesos cognitivos. Estos procesos son los encargados de recibir, decodificar y almacenar, por medio de los sentidos y los órganos que los componen, todas las sensaciones, los conocimientos, los momentos y, en general, toda información que permite la interpretación y construcción de la realidad (Fuenmayor & Villasmil, 2008). Existen dos tipos de procesos cognitivos: los procesos cognitivos básicos y los procesos cognitivos superiores. Según Lorenzo (2001), los procesos cognitivos básicos son de funcionamiento automático, lo que hace que estos actúen de manera no consciente y que su utilización sea de carácter obligatorio ante el aviso de la llegada de información nueva.

La percepción es un proceso cognitivo básico, y dado su alta relevancia, ha sido abordado desde enfoques tanto fisiológicos, como filosóficos y psicológicos. A principios del siglo XX, este concepto fue tomado y estudiado por una escuela perteneciente a la psicología, la Gestáltica, cuyo fundador, Max Wertheimer, dio un completo vuelco al sentido de ése término, ya que él, junto con un equipo de investigadores, fundamentaron los cimientos de la teoría que demuestra que éste no es simplemente un proceso fisiológico que funciona cambiando o estimulando los canales receptivos de los sentidos, sino que en su totalidad es el proceso fundamental primigenio que da paso al pensamiento (Oviedo, 2004).

Para Fuenmayor y Villasmil (2008, citando a Marina, 1998), la percepción es un acto que va más allá de ver, oler, sentir, probar, oír, entre otras funciones de los órganos sensoriales. Para ellas éste es el acto de darle sentido a toda la información que se recoge al estar expuesto constantemente a estímulos, y según Moya (2003, citado por De Lemus, Moya, Bukowski y

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Lupiáñez, 2008), nuestra percepción de la realidad también es influenciada por los estereotipos que poseemos y cómo los categorizamos, haciendo que nuestros pensamientos y conductas se vean mediados por estos, lo que hace necesario conocer nuestra concepción de los estereotipos para poder interpretar la realidad social de algunos grupos.

Para lograr el proceso de percepción es necesaria la decodificación cerebral, que permite sentir lo que sentimos y almacenar o actuar frente a la captación de estímulos. El producto final de este proceso son las representaciones mentales, y más específicamente, las categorizaciones mentales, las cuales son creadas por medio de la interacción de nuestros sentidos con el entorno. Éstas se forman por medio de un estímulo *Distal*, que es el objeto que existe o se encuentra en el entorno, como por ejemplo una mujer o un árbol, y el estímulo *Proximal*, que es la imagen que se obtiene por medio de los órganos sensoriales, esta imagen *Proximal* es procesada y almacenada, dejando como resultado una representación mental (Rivas, 2008).

Aun así, según Rivas (2008), la percepción no es un proceso de pasiva recepción de información, ya que, para que las representaciones mentales se creen (conceptos, imágenes, preceptos, etc.), es necesario de un sujeto pensante, cuyas experiencias previas sirvan para la interpretación de esos estímulos, pues “la percepción es un proceso que usa el conocimiento previo para recopilar e interpretar los estímulos que nuestros sentidos registran” (Matlin, 2002, citado por Rivas, 2008, p. 128).

Luego de dejar claro la estrecha relación entre la percepción y la categorización social, se hace necesario entender que esta última, según Valdeiglesias (2003), tiene su función primordial en la interacción con los demás, ya que, al momento de la activación de un estereotipo, éste

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

arroja gran cantidad de información sobre los otros, lo cual permite entender de qué manera se debe actuar frente a éstos. Valdeiglesias (2003) ilustra la categorización social con un ejemplo: si socialmente tenemos la idea de que los inmigrantes son los que han producido la dificultad de acceso al trabajo porque ellos realizan los trabajos cobrando más barato, muchas personas dejarán de contratarlos, y tendrán una postura hostil frente a los inmigrantes.

La categorización social (Devine, 1995), a su vez, alimenta los estereotipos que subyugan a ciertos grupos, cuya función social no es realmente valorada más allá de la imagen positiva que puede reflejar siempre que cumpla con los ideales sociales que se le imponen a ese grupo, tal como señala la Teoría del Sexismo Ambivalente (Glick & Fiske, 1996) que señala al hombre como una figura autoritaria que posee dos maneras de mantener su supremacía sobre la mujer: por medio del Sexismo Hostil (SH) y el Sexismo Benevolente (SB). El SH es el accionar violento frente a las mujeres para mantenerlas sometidas, y el SB es el comportamiento amable frente al rol femenino, pero siempre con la particularidad de llevarlas a un estado de subvaloración e infantilización. Los dos tipos de sexismo cumplen la misma función, a saber, mantener a la mujer en un estado de inferioridad.

Por su parte, Devine (1995) va más allá de hablar sobre lo que significan o cómo funcionan las categorizaciones sociales, centrándose también en las consecuencias que devienen de éstas, señalando que de la categorización social, y eventualmente de los estereotipos, se forman los prejuicios, que son los encargados de mantenernos alertas frente a las intenciones y las capacidades de los otros, encasillando a las personas pertenecientes a distintos grupos en categorías despectivas y poco valoradas. Los estudios realizados por Devine (1995) sirven de abrebocas para contextualizar al lector frente a lo que es el Modelo de Contenido de los

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Estereotipos, ya que estos también funcionan como mediadores frente a las intenciones de los demás y las expectativas que se pueden tener sobre las personas.

Modelo de Contenido de los Estereotipos

La teoría del Modelo del Contenido de los Estereotipos (MCE) establece que existen dos dimensiones esenciales y universales que explican y determinan en gran parte la manera en cómo las personas se perciben en comunidad y cómo se perciben individualmente: La “Competencia” y la “Calidez”. Según Fiske et al. (2007), estos conceptos cumplen una función esencial al momento de relacionarnos con los otros, dado que comprenden las intenciones (dimensión de calidez) y las capacidades que tienen los sujetos para llevar a cabo esas intenciones (dimensión de competencia).

La competencia está relacionada con una serie de características de función práctica y habilidades de liderazgo, y también de competencias como la inteligencia, la eficacia y la competitividad, entre otras; mientras que la dimensión de calidez comprende las funciones sociales de la emotividad y la comprensión, connotando una serie de características como el ser cariñoso, comprensivo, paciente, mediador, entre otras (Fiske et al., 2007).

Las características asociadas a cada dimensión se empalman con las creencias y los estereotipos de cómo deben ser tanto hombres como mujeres. Generalmente, la categoría de Calidez, que comprende rasgos como la ternura, la paciencia, el cuidado, y se enfoca en el bienestar y el afecto, ha sido tradicionalmente asociada a las mujeres; mientras que la categoría de competencia, que comprende aquellas características inherentes al liderazgo, a la

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

competitividad, al uso instrumental, y otra serie de propiedades de la inteligencia y la dirección de grupos, se ha asociado más con los hombres.

Según la teoría del MCE, los estereotipos no son necesariamente negativos (bajo nivel en competencia y en calidez) ni positivos (alto nivel en competencia y calidez) en su totalidad, también pueden ser ambivalentes (alta competencia y baja calidez o viceversa). Por ejemplo, los adultos mayores, los ricos y los asiáticos son grupos sociales estereotipados de forma ambivalente: los adultos mayores son percibidos con baja competencia y alta calidez y los ricos y asiáticos con alta competencia y baja calidez (Fiske et al., 2007). Esto evidencia que, a partir de los estereotipos, las personas se hacen una imagen mental inmediata de cómo deben ser esas personas, utilizando como marco de referencia lo que saben o han percibido, y dándoles una posición a nivel social.

Adicionalmente al componente cognitivo, Cuddy, Fiske & Glick (2007) han ilustrado cómo los estereotipos representados en las dimensiones de competencia y calidez están asociados a componentes de tipo afectivo/valorativo y comportamental, esto lo hicieron a través del BIAS MAP (Cuddy et al., 2007). Las autoras señalan que las personas que son estereotipadas con alta competencia y alta calidez tienden a despertar tanto admiración como celos en los demás; mientras que, quienes se perciben con baja competencia y baja calidez (como, por ejemplo, los habitantes de calle o los drogadictos), suelen recibir mayor rechazo y agresión social por parte de las demás personas.

Para De Lemus et al. (2008), es fundamental comprender cómo funciona la activación de los estereotipos, que nos llevan a juzgar y clasificar a las personas en función de las imágenes

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

mentales y las ideas preconcebidas. Estos autores comentan que los estereotipos solo intervienen en los demás procesos de raciocinio cuando han sido activados, y su activación depende de la captación de distintos estímulos que se encuentran en la consciencia de cada individuo.

Para demostrar este proceso de estereotipia, De Lemus et al. (2008) realizaron un experimento en el que se escogieron 43 participantes para evaluar 3 caras de hombres y 3 caras de mujeres con expresiones neutras. Los participantes debían utilizar 8 adjetivos de competencia, 4 positivos (inteligente, capaz, exigente, racional) y 4 negativos (ineficaz, inconstante, incapaz, intransigente), e igualmente debían utilizar 8 adjetivos de calidez, 4 positivos (amable, agradable, sensible, sentimental) y 4 negativos (cotilla, intolerante, hostil, superficial). Ellos debían calificar las caras de los hombres y las mujeres en función de los adjetivos de Competencia y de Calidez. Los resultados del experimento arrojaron que los sujetos, cuando utilizaban un adjetivo perteneciente a un estereotipo (competente para hombres, y calidez para mujeres) para calificar alguna foto, lo hacían con mayor velocidad, demostrando una automaticidad al momento de hacerlo. También se confirmó que se mantenían en una gran proporción los estereotipos que se le adjudican a hombres y a mujeres en función de la competencia y la calidez.

Atractivo Físico

El atractivo físico ha sido un área de estudio con enfoque social de alta relevancia. Gangestad y Simpson (2000) mencionan que una de las funciones de este es la de permitir a las personas intuir una serie de características del individuo, lo que al final termina facilitando la socialización; pero que, su objetivo primordial se haya al momento del apareamiento, pues por

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

medio del atractivo físico, de forma intuitiva se miden variables como la buena genética, la inteligencia, la capacidad de ser padres, entre otras.

A corto plazo, el atractivo físico cumple la función de llamar la atención y de atraer, y a largo plazo puede influir para que las mujeres intuyan la masculinidad, la fuerza, la genética, e incluso para crear un imaginario de qué tan cálido o bondadoso puede ser alguien (La Cerra, 1994, citado por Buss & Shackelford 2008). Por otro lado, autoras como Branciforte y Orsi (2007), motivadas por distintas corrientes sociales como el feminismo, han argumentado que esta variable cumple funciones represoras (primordialmente en mujeres), creando un ideal de belleza que, al ser difundido y aceptado, produce daños a nivel social y psicológico en las personas, ya que el ideal de belleza está ligado a las cualidades, actitudes y hasta a las expectativas de éxito de las personas. Teniendo en cuenta lo anterior, es importante resaltar que, dadas las motivaciones intrínsecas de la evolución y preservación humana, los sujetos ven como necesario el atractivo físico para atraer y mantener una posición social frente a la posibilidad de la cúpula (Li, Bailey, Kenrick & Linsemeier, 2002).

En una investigación realizada en la Universidad de Carolina del Norte, en la que participaron 144 estudiantes de pregrado, se realizó un experimento donde los estudiantes debían calificar el rendimiento académico de otros estudiantes de la universidad en función de una serie de cuatro fotos (dos fotos que contenían a un hombre atractivo y una mujer atractiva, y dos fotos que contenían a un hombre poco atractivo y a una mujer poco atractiva), con el fin de determinar cómo el atractivo físico influía en la manera en que los sujetos eran juzgados (Chia, Allred, Grossnickle & Lee, 1998). Uno de los resultados que más llamó la atención de los investigadores, fue que la foto de la mujer “poco atractiva” recibió baja calificación frente a su

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

rendimiento académico, a diferencia de la foto del hombre “poco atractivo”, que, al ser percibido como poco atractivo, era calificado como aún más competente frente a su rendimiento académico.

Dentro de los estudios sobre atractivo físico se han planteado tres preguntas fundamentales: ¿hay alguna diferencia entre la manera como se perciben las personas atractivas de las poco atractivas?, ¿hay diferencia respecto al trato que reciben las personas atractivas del trato que reciben las personas poco atractivas?, y ¿el comportamiento de las personas atractivas es diferente al de las personas poco atractivas? (Eagly et al., 1991). Según Eagly et al. (1991), cada pregunta responde a un nivel propio de investigación: el primer nivel busca profundizar en los estereotipos con base en el atractivo físico, mientras que el segundo nivel busca investigar sobre la discriminación, un fenómeno que se alimenta de los estereotipos y que afecta diferentes grupos sociales; mientras que el tercer nivel busca, por medio de instrumentos psicométricos, la caracterización, o en su defecto, la diferenciación (si la hay), de los sujetos atractivos y poco atractivos.

Método

Diseño

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo, de alcance comparativo y diseño transversal no experimental. El enfoque cuantitativo se sustenta en la forma como se propone e implementa un instrumento de medición para la captura de información referente a las percepciones sobre el estereotipo de rol sexual que tienen los estudiantes de secundaria del Colegio Humberto Gómez

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Nigrinis, así como el proceso de construcción de base de datos para el análisis descriptivo y comparativo posterior.

El alcance comparativo se basa en dos aspectos de interés: se midió la percepción de los estereotipos de rol en los estudiantes y luego se probó si existían diferencias entre las percepciones asociadas a hombres y mujeres, y también en función del sexo de los participantes.

Se considera como una investigación no experimental, debido a que no se realizaron estudios rigurosos referentes a la construcción de modelos de estimación o modelos estadísticos sustentados en diseños experimentales multivariados; tampoco se manipularon intencionalmente variables, sino que se midieron tal como suceden en su ambiente natural (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

Con respecto al aspecto transeccional, se justifica en que la medición de los datos recolectados mediante el instrumento se aplicó durante el periodo de enero a marzo de 2018, de tal forma que se ofrece una descripción sobre la percepción de rol sexual en un momento de tiempo determinado.

Participantes

El presente estudio se llevó a cabo con estudiantes de los últimos tres grados de secundaria (novenio, décimo y once) del Colegio Humberto Gómez Nigrinis, ubicado en el municipio de Piedecuesta, Santander. El criterio de selección de los grados estuvo orientado por la teoría de Desarrollo Cognitivo de Piaget (1981), la cual sugiere que a partir de los 12 años se desarrollan las operaciones formales que permiten el manejo de conceptos abstractos (en esta investigación, los estereotipos de rol sexual). A su vez, por la importancia de la etapa adolescente, ya que en ésta se empiezan a interiorizar y ejercitar las competencias relacionales, incluidos los valores

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

relativos al género y la influencia social que éste tiene en la socialización (Rebollo, Ruíz & García, 2015).

La selección de los participantes se realizó a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia. Los participantes fueron 237 sujetos de una población de 426 estudiantes con una distribución por grados de la siguiente manera: noveno (35%), décimo (35.9%) y once (29.1%). Participaron 49.1% mujeres y 50.9% hombres, con edades comprendidas entre 13 y 19 años ($M=15.37$; $SD=1.409$), Pertenecientes a estratos sociales de 1 a 6, con una mayor proporción de estratos 3 (46.2%) y 2 (41.9%).

Instrumentos

El instrumento utilizado en este estudio fue creado *ad hoc* para esta investigación por el autor y fue sometido a un proceso de validación por tres jueces expertos.

Inventario de Percepción de Roles en Mujeres y Hombres. Es un inventario autoaplicado cuyo objetivo es medir las percepciones sobre los roles de sexo de hombres y mujeres, en tres dimensiones estereotípicas: competencia y calidez (Fiske et al., 2002) y atractivo físico (De Gracia, Marcó, Fernández & Juan, 1999; Rodríguez, 2008). Se compone de 41 adjetivos, distribuidos de la siguiente forma en las tres dimensiones: Competencia y calidez, 14 adjetivos en cada una para un total de 28, y atractivo físico, 13 adjetivos (Ver anexo 1). Estos adjetivos fueron seleccionados de diversas fuentes, entre éstas: Breve Diccionario de Colombianismos (4ta ed. Academia Colombiana de la Lengua, 2012), el Bem Sex Role Inventory (Bem, 1974), y el estudio de Validación de un Inventario de Rol Sexual Construido en Chile (Barra, 2004).

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

El instrumento fue validado por tres jueces expertos. La escala de calificación es de tipo Likert de 1 a 5, en la cual 1 es *Nunca* y 5 *Siempre*; se obtienen dos medidas por cada dimensión, una para hombres y otra para mujeres, donde mayores puntajes en la dimensión indican una mayor aceptación del estereotipo. La duración de aplicación estimada es de 30 minutos aproximadamente. El modo de aplicación es individual y el formato papel y lápiz.

Procedimiento

En primer lugar, se realizó el contacto con las directivas del Colegio Humberto Gómez Nigrinis avalado por el Centro de Proyección Social de la UPB (CPS) (Ver anexo 2), y se solicitó el permiso por escrito al rector de la institución para llevar a cabo el estudio con los participantes.

En segundo lugar, luego de la aprobación de la investigación por parte del rector de la institución y con el apoyo del coordinador del colegio, se realizó el primer contacto con todos los estudiantes de los grados noveno, décimo y undécimo, para saber quiénes estaban interesados en participar en el estudio. Se les entregó el consentimiento informado (Ver anexo 3) para remitir a sus acudientes y solicitar la aprobación de su participación voluntaria.

En tercer lugar, se contactaron de nuevo los estudiantes que habían entregado el consentimiento informado firmado por su padre o madre. Se les explicó en qué consistía la investigación, cuáles eran sus objetivos y se les dijo que la aplicación de la prueba no tenía ningún riesgo. La aplicación del instrumento se realizó por separado para cada grado en el aula múltiple del colegio. El tiempo de aplicación fue de 30 minutos, y pasado el tiempo estipulado, se recogieron todos los inventarios.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Finalmente, se realizó la tabulación de los datos en Excel y se hicieron los análisis de tipo descriptivo comparativo a través del programa estadístico IBM® SPSS Statistics® Versión 25.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados de esta investigación en cinco secciones. En la primera, se exponen los resultados de la validación por jueces expertos del Inventario de Percepción de Roles en Mujeres y Hombres. En la segunda, se señalan los estereotipos de género representados en las tres dimensiones de competencia, calidez y atractivo físico asociados a hombres y mujeres para la muestra total de participantes. En la tercera, se muestran los estereotipos de competencia, calidez y atractivo físico encontrados, independientemente del género de los participantes. En la cuarta y quinta, se señalan los resultados de diferencia de medias en las representaciones estereotípicas de género para hombres y mujeres, y en función del sexo de los participantes, respectivamente.

Fase 1. Resultados de validación por jueces expertos

En primer lugar, se contactó a tres jueces expertos en las áreas de educación, semiología y género (Ver carta en Anexo 4), a quienes le fueron enviados por correo electrónico los documentos requeridos para la validación, a saber: La ficha técnica del instrumento (Anexo 5) y el formato de validación de Jueces (Ver anexo 6); en este último se especificaban las instrucciones para calificar cada adjetivo conforme cuatro criterios: claridad, pertinencia, relevancia cultural y suficiencia, de acuerdo con una escala de valoración discreta (Tabla 1).

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Tabla 1.

Tabla de escala y valoración de los jueces.

Escala	No cumple el criterio	Bajo Nivel	Moderado Nivel	Alto Nivel
Valoración	1	2	3	4

Esta información se recolectó y se analizó estadísticamente para la selección de los adjetivos válidos que conformarían el instrumento de medición. Se dispuso de la siguiente estructura estadística como justificación al proceso de validación y selección de adjetivos, y se describen a continuación los pasos implementados.

Sea:

i: Número de adjetivos por variable de estudio

j: número de expertos consultados

k: variable de estudio

l: valoración del criterio del experto

$\beta_{ijl}^{(k)}$: Valoración del adjetivo *i* asociado a la variable *k*, según el criterio *l* del experto *j*

α_l : Ponderación de la valoración asociada al criterio *l*

$X_{ij}^{(k)}$: Valoración del adjetivo *i* asociado a la variable *k* según el experto *j*

$\bar{y}_i^{(k)}$: Valoración del adjetivo *i* asociado a la variable *k*

Paso 1. Obtención de la información para el análisis según expertos. La información obtenida de los tres expertos se puede considerar como una variable discreta, tal como se muestra en la Tabla 1. Con esta información se realizó una transformación de las variables discretas cualitativas en una variable discreta cuantitativa; para esto se aplicó la expresión (1).

$$\beta_{ijl}^{(k)} = \begin{cases} 1 \rightarrow 0.25 \\ 2 \rightarrow 0.50 \\ 3 \rightarrow 0.75 \\ 4 \rightarrow 1.00 \end{cases} \quad (1)$$

Paso 2. Agrupación de información según igualdad de valoración de los criterios. En este paso, se considera que los cuatro criterios –Claridad, Pertinencia, Relevancia Cultura y Suficiencia-, tienen igual importancia independiente de la cantidad de expertos que se consultaron para este proceso; por tanto, cada criterio tiene un peso equiprobable, de acuerdo con la expresión (2).

$$\alpha_l = 0.25 \quad \forall l \in \text{criterio} \quad (2)$$

Con esta información se obtuvo una nueva variable ajustada al efecto equiprobable de los criterios evaluados por los expertos, tal como se presenta en la expresión (3).

$$X_{ij}^{(k)} = \sum_{l=1}^4 \alpha_l \beta_{ijl}^{(k)} \quad (3)$$

Paso 3. Obtención de la media y desviación de los adjetivos para cada variable de estudio. A continuación, se agrupó la información de los tres expertos considerando que el dominio de la variable es cuantitativo porcentual; por tanto, se pudo proceder con un cálculo de la media mediante un promedio aritmético. Lo anterior, se justifica porque la expresión del promedio aritmético es un estimador puntual suficiente para una variable cuantitativa de razón, ya que, según Navidi (2006), las distribuciones discretas asociadas a eventos de probabilidad de éxito pueden trabajar con la media aritmética como estimador puntual para un análisis

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

estadístico. La media asociada a la valoración del adjetivo de cada variable de estudio se obtuvo mediante la expresión (4).

$$\bar{y}_i^{(k)} = \frac{\sum_{j=1}^3 X_{ij}^{(k)}}{3} \quad (4)$$

Adicionalmente, se procedió con el cálculo de la desviación estándar asociado a la valoración de cada adjetivo. Como el comportamiento de la variable es un valor adimensional entre cero y la unidad, se puede aplicar una estimación asociada a la distribución Bernoulli (Navidi, 2006). La expresión (5) representa la desviación estándar de la valoración de cada adjetivo.

$$Desv(\bar{y}_i^{(k)}) = \left[\frac{\sum_{j=1}^3 X_{ij}^{(k)}}{3} \right] \left[1 - \frac{\sum_{j=1}^3 X_{ij}^{(k)}}{3} \right] \quad (5)$$

Paso 4. Criterio de selección de los adjetivos asociados a las variables de estudio. Este último paso hace referencia al proceso estadístico inferencial utilizado para la selección de los adjetivos asociados a la variable competencia, calidez y atractivo físico. Para esto, se empleó la expresión (4) y (5), que se definen como la media y desviación estándar respectiva para cada adjetivo. Para considerar una comparación poblacional se tiene en cuenta una valoración igual o superior .95 de cada adjetivo; este procedimiento es similar al propuesto por Tristán-López (2008). Para el caso donde las valoraciones de cada criterio tengan el mismo valor en los tres jueces, no existe desviación, por lo tanto, no aplica el cálculo de la hipótesis y se acepta el adjetivo. La hipótesis estadística asociada a la selección de los adjetivos para el instrumento que se aplicó a la población de estudio se presenta en la expresión (6)

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

$$H: \begin{cases} H_0: y_i^{(k)} \geq \gamma_i^{(k)} = 0.95 & 1 - \alpha: 0.95 \\ H_1: y_i^{(k)} < \gamma_i^{(k)} = 0.95 & \alpha: 0.05 \end{cases} \quad (6)$$

La hipótesis nula (H_0) representa la decisión de seleccionar un adjetivo como parte de la variable de estudio, asociado a un nivel de confianza del 95%; mientras que la hipótesis alterna (H_1) representa la decisión de no seleccionar el adjetivo como parte de la variable de estudio, asociado a un nivel de significancia del 5%. Para este proceso, se aplicó una distribución t de Student como instrumento de comparación de las hipótesis.

Estos pasos fueron desarrollados mediante la construcción de una aplicación o herramienta computacional diseñada en el programa Visual Basic para Microsoft Excel 2016. Se desarrolló un código ejecutable y se obtuvieron los resultados para la variable competencia (ver Figura 1), variable calidez (ver Figura 2) y variable atractivo físico (ver Figura 3).

	COMPETENCIA													Hipótesis Aceptación
	Laura				Tatiana				Oscar					
	c	p	rc	s	c	p	rc	s	c	p	rc	s		
Capaz	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	1.00	1.00	4.00	4.00	3.00	4.00	-.96	Rechazar adjetivo
Competitivo/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	No Aplica	Aceptar adjetivo
Creativo/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	4.00	3.00	-.213333333	Aceptar adjetivo
Determinado/a	2.00	4.00	4.00	3.00	1.00	1.00	1.00	1.00	3.00	4.00	3.00	4.00	-1.32979127	Rechazar adjetivo
Emprendedor/a	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	-.213333333	Aceptar adjetivo
Exitoso/a	2.00	4.00	4.00	4.00	1.00	1.00	1.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	-1.16974789	Rechazar adjetivo
Inteligente	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	No Aplica	Aceptar adjetivo
Ingenioso/a	3.00	4.00	4.00	4.00	2.00	2.00	2.00	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	-.902564103	Rechazar adjetivo
Valiente/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	3.00	4.00	-.213333333	Aceptar adjetivo
Pilo/a	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	-.436363636	Aceptar adjetivo
Aventurero/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	2.00	2.00	2.00	-.769337979	Aceptar adjetivo
Competente	1.00	4.00	4.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	4.00	2.00	4.00	-.96	Rechazar adjetivo
Astuto/a	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	.208695652	Aceptar adjetivo
Trabajador/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	No Aplica	Aceptar adjetivo
Ambicioso/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	4.00	2.00	-.436363636	Aceptar adjetivo
Análítico/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	4.00	2.00	3.00	-.580465116	Aceptar adjetivo
Autosuficiente	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	3.00	2.00	4.00	-.580465116	Aceptar adjetivo
Decidido/a	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	-.213333333	Aceptar adjetivo
Hábil	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	1.00	1.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	-1.066666666	Rechazar adjetivo
Líder	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	No Aplica	Aceptar adjetivo

Figura 1. Adjetivos aceptados para la construcción de la variable Competencia.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

CALIDEZ															
	Laura				Tatiana				Oscar						
	C	P	RC	S	C	P	RC	S	C	P	RC	S		Hipótesis Aceptación	
Afectuoso/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	No Aplica	Aceptar adjetivo
Confiable	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	No Aplica	Aceptar adjetivo
Bueno/a	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00	3.00	2.00	-1.446098	Rechazar adjetivo	
Alegre	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	2.00	2.00	2.00	4.00	4.00	3.00	3.00	-.96	Rechazar adjetivo	
Agradable	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	No Aplica	Aceptar adjetivo	
Tolerante	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	1.00	1.00	1.00	4.00	4.00	4.00	2.00	-1.1697479	Rechazar adjetivo	
Agradecido/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	3.00	3.00	-43636364	Aceptar adjetivo	
Amable	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	-43636364	Aceptar adjetivo	
Querido/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	-.21333333	Aceptar adjetivo	
Gentil	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	-.68571429	Aceptar adjetivo	
Sentimental	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	1.00	4.00	2.00	2.00	3.00	-1.0142506	Rechazar adjetivo	
Sociable	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	4.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	-.68571429	Aceptar adjetivo	
Sincero/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	2.00	-.21333333	Aceptar adjetivo	
Honrado/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	1.00	1.00	4.00	4.00	3.00	4.00	-.96	Rechazar adjetivo	
Cariñoso/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	No Aplica	Aceptar adjetivo	
Respetuoso/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	No Aplica	Aceptar adjetivo	
Solidario/a	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.42978723	Aceptar adjetivo	
Cordial	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	No Aplica	Aceptar adjetivo	
Tratable	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	-1.8	Rechazar adjetivo	
Sensible	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	2.00	2.00	2.00	-.76933798	Aceptar adjetivo	

Figura 2. Adjetivos aceptados para la construcción de la variable Calidez.

ATRATIVO															
	Laura				Tatiana				Oscar						
	C	P	RC	S	C	P	RC	S	C	P	RC	S		Hipótesis Aceptación	
Sexy	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	No Aplica	Aceptar adjetivo
Deseable	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	4.00	4.00	1.00	4.00	4.00	2.00	3.00	-.902564103	Rechazar adjetivo	
Hermoso/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	No Aplica	Aceptar adjetivo	
Churro/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	No Aplica	Aceptar adjetivo	
Guapo/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	4.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	-.685714286	Aceptar adjetivo	
Erótico/a	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	4.00	1.00	2.00	3.00	2.00	2.00	-2.19428571	Rechazar adjetivo	
Seducitor/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	1.00	-.580465116	Aceptar adjetivo	
Atractivo/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	No Aplica	Aceptar adjetivo	
Sensual	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	.208695652	Aceptar adjetivo	
Simpático/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	-.213333333	Aceptar adjetivo	
Lindo/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	1.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	-.902564103	Rechazar adjetivo	
Elegante	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	No Aplica	Aceptar adjetivo	
Coqueto/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	1.429787234	Aceptar adjetivo	
Encantador/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	No Aplica	Aceptar adjetivo	
Bello/a	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	1.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	-.902564103	Rechazar adjetivo	
Atrayente	1.00	4.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	-.580465116	Aceptar adjetivo	
Escultural	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	2.00	2.00	2.00	4.00	4.00	2.00	4.00	-.96	Rechazar adjetivo	
Sexual	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	3.00	2.00	-.580465116	Aceptar adjetivo	
Agraciado/a	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	1.00	1.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	-.96	Rechazar adjetivo	

Figura 3. Adjetivos aceptados para la construcción de la variable Atractivo Físico.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Fase 2. Características estereotípicas de Competencia, Calidez y Atractivo de hombres y mujeres

El objetivo de esta fase fue identificar los estereotipos de género más representativos para hombres y mujeres en las dimensiones de competencia (Tabla 2), calidez (Tabla 3) y atractivo físico (Tabla 4). Esto se llevó a cabo usando la media aritmética como variable estadística para conseguir el promedio de las respuestas obtenidas de la población ($N=234$), frente al total de adjetivos por dimensión medidos en una escala tipo Likert de 1 a 5.

Tabla 2.

Características estereotípicas de competencia de hombres y mujeres

Competencia Hombres		Competencia Mujeres	
Alto	Bajo	Alto	Bajo
valiente ($M=4.06$)	analítico ($M=2.99$)	creativa ($M=4.14$)	aventurera ($M=3.28$)
aventurero ($M=4$)	creativo ($M=3.19$)	inteligente ($M=4.12$)	valiente ($M=3.29$)
trabajador ($M=3.97$)	emprendedor ($M=3.39$)	emprendedora ($M=3.94$)	ambiciosa ($M=3.56$)

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Tabla 3.

Características estereotípicas de calidez de hombres y mujeres

Calidez Hombres		Calidez Mujeres	
Alto	Bajo	Alto	Bajo
Sociable (M=3.84)	Sensible (M=2.51)	Sensible (M=4.35)	Confiable (M=3.23)
Agradable (M=3.62)	Sincero (M=2.92)	Afectuosa (M=4.10)	Sincera (M=3.44)
Solidario (M=3.50).	Afectuoso (M=3.15)	Cariñosa (M=4.09)	Cordial (M=3.74)

Tabla 4.

Características estereotípicas de atractivo físico de hombres y mujeres

Atractivo Físico Hombres		Atractivo Físico Mujeres	
Alto	Bajo	Alto	Bajo
coqueto (M=3.81)	encantador (M=3.22)	hermosa (M=4.22)	sexual (M=3.65)
sexual (M=3.65)	hermoso y elegante (M=3.24)	sexy (M=4.13)	seductora (M=3.75)
seductor (M=3.63)	Sensual y sexy (M=3.26)	elegante (M=4.09).	coqueta (M=3.88).

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Fase 3. Estereotipos de Competencia, Calidez y Atractivo en la muestra de participantes

En esta fase se tenía como objetivo identificar los estereotipos de las dimensiones de competencia, calidez y atractivo de los participantes. Para esto, se procedió con el siguiente análisis estadístico en cada una de las dimensiones: primero, considerando la diferencia significativa en el contraste de valoración de competencia entre hombres y mujeres, se realizó un análisis de escalamiento multidimensional (correspondencia de las características de la dimensión competencia), que permitió identificar las características estereotípicas de alta valoración para ambos grupos. Mediante la aplicación de escalamiento multidimensional del software SPSS, se indica que los datos base (convertidos a una escala adimensional entre 0 y 1), deben ser tratados como variables de escalamiento con análisis de distancia, lo cual permite establecer los siguientes aspectos:

- La valoración de 0 indica nula valoración de la característica que hace parte de la dimensión competencia.
- La valoración de 1 indica alta valoración de la característica que hace parte de la dimensión competencia.
- Las dimensiones del escalamiento multidimensional representan los géneros (hombre “dimensión 1” y mujer “dimensión 2”), generándose cuatro espacios o cuadrantes de información.
- La construcción de distancias euclidianas de la valoración que hace el género en cada característica de la dimensión competencia, define las distancias positivas como alta valoración y las distancias negativas como baja valoración.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

En un segundo momento, se agruparon las características, como variables, para la construcción del diagrama de correspondencia para cada dimensión. Se indicó al programa que calculara la distancia euclidiana con los datos base del estudio. Una vez considerada la información concentrada (234 valoraciones, repartidas en 115 valoraciones de las mujeres y 119 valoraciones de los hombres), se obtuvieron los diagramas de dispersión de los datos, donde la dimensión 1 corresponde a la valoración del hombre, y la dimensión 2 corresponde a la valoración de la mujer frente a la competencia. Estos gráficos de dispersión corroboran la conclusión referente a la diferencia significativa entre hombres y mujeres frente a todas las dimensiones (ver fase 5). Para que existiera concordancia entre hombres y mujeres, el diagrama de dispersión debería tener una tendencia lineal.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos para cada dimensión:

Estereotipo de competencia. Teniendo en cuenta el diagrama de dispersión (Figura 4) y el de correspondencia (Figura 5), se concluye que las características de Trabajador, Autosuficiente, Decidido y Valiente, tienen valoraciones altas, independientemente del género; lo que podría indicar que estos factores constituyen el estereotipo de competencia. Con respecto a los valores de Creatividad, Inteligencia, Analítico, Pilo, se tienen valoraciones bajas, independientemente del género; por lo tanto, para este grupo de estudio estas características no son un aspecto fuerte dentro de la dimensión competencia. Finalmente, las características de Emprendedor, Líder, Astuto, Competitivo, Aventurero y Ambicioso son las variables que generan la diferencia significativa entre hombres y mujeres en la dimensión competencia. Las mujeres valoran más las tres primeras características, mientras que las tres últimas tienen mayor valoración por parte de

REPRESENTACIONES ESTEREOTÓPICAS DE GÉNERO

los hombres.

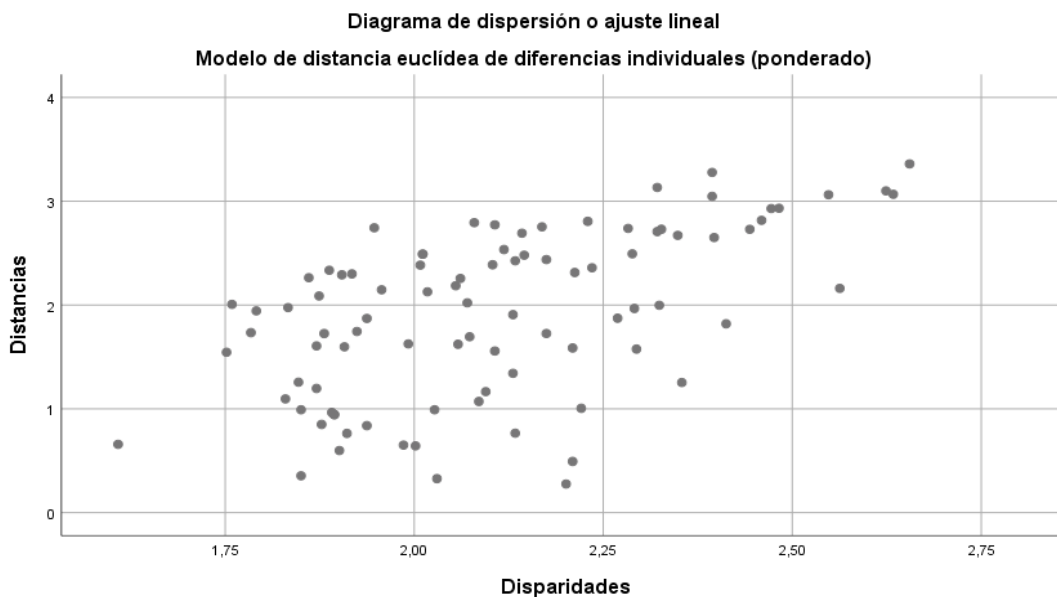


Figura 4. Diagrama de dispersión de disparidades (diferencias) frente a la dimensión competencia

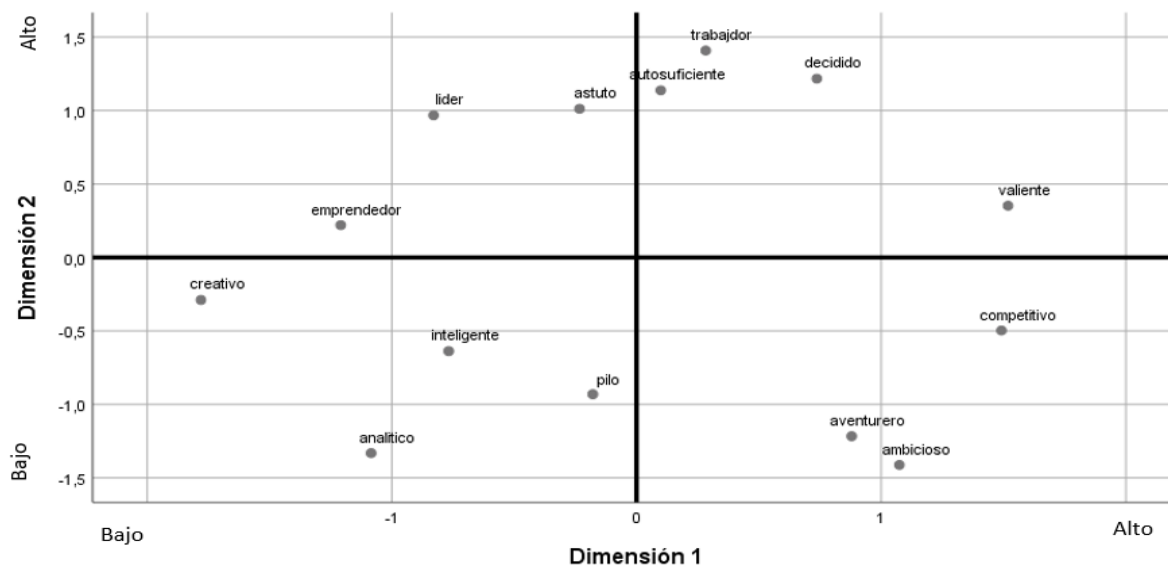


Figura 5. Diagrama de correspondencia para la dimensión competencia
Nota: Dimensión 1: valoración del hombre; dimensión 2: valoración de la mujer.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Estereotipo de calidez. Se puede observar que al principio de la gráfica (ver Figura 6) existe comportamiento no lineal y en la parte superior del diagrama de dispersión hay acercamientos entre las dimensiones, lo que puede inferir que existen características que tienen una valoración muy similar en la dimensión calidez.

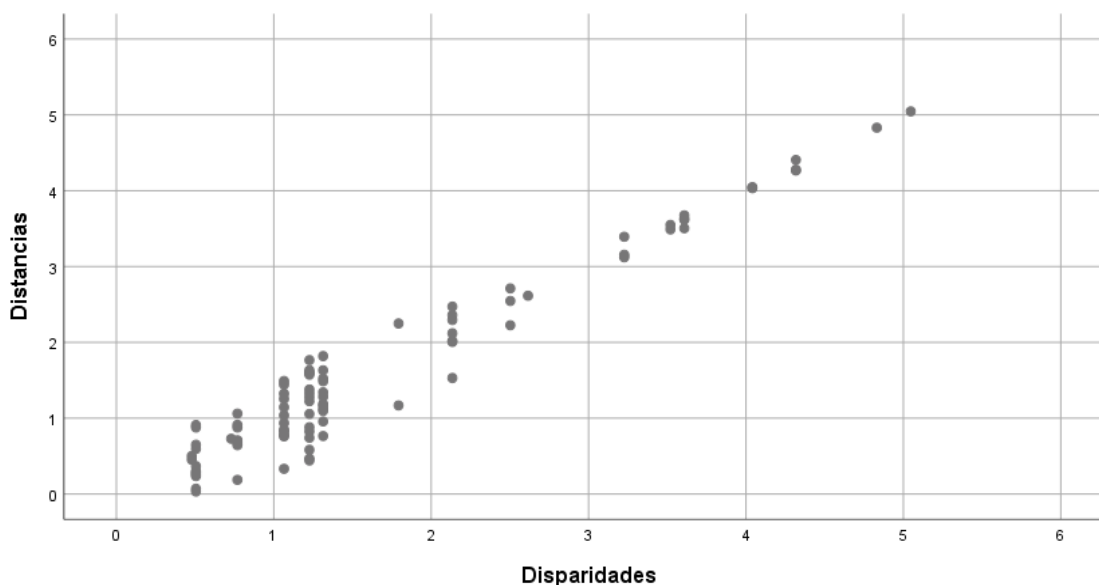


Figura 6. Diagrama de dispersión de disparidades (diferencias) frente a la dimensión calidez

Tal como se muestra en la figura 7, se puede inferir que las características Querido, Sociable, Solidario y Respetuoso, tienen alta valoración en la dimensión de calidez, independientemente del género, lo que podría indicar que estos factores constituyen el estereotipo de calidez. Con respecto a las características Cariñoso y Sensible, el grupo de estudio está de acuerdo que estas dos características no son tan representativas para la dimensión calidez. Las características Afectuoso, Sincero y Confiable son las características que generan la diferencia de opinión entre los géneros. Finalmente, las características Agradecido, Cordial, Agradable, Amable y Gentil son neutrales para definición de la dimensión calidez.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

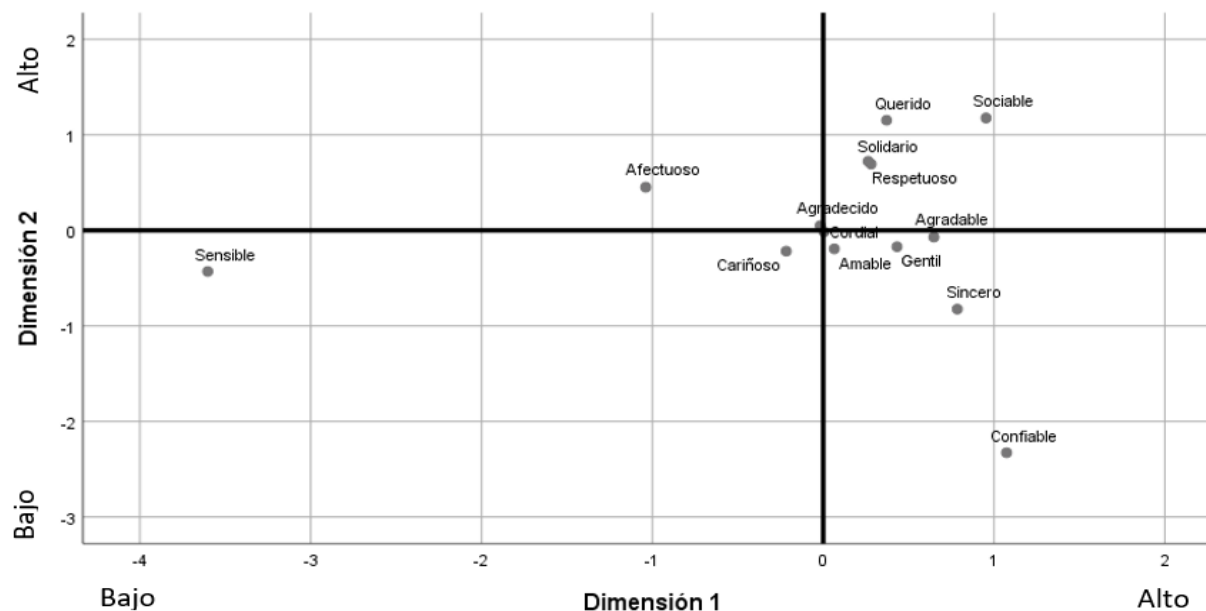


Figura 7. Diagrama de correspondencia para la dimensión calidez

Nota: Dimensión 1: valoración del hombre; dimensión 2: valoración de la mujer.

Estereotipo de atractivo físico. Teniendo en cuenta el diagrama de dispersión (Figura 8) y el de correspondencia (Figura 9), se puede inferir que las características de Atractivo, Encantador, Simpático y Hermoso son altamente valoradas por el grupo de estudio; lo que podría indicar que estos factores constituyen el estereotipo de atractivo físico. Con respecto a las características de Coqueto y Seductor, el grupo de estudio indica que tienen baja valoración, luego estas dos características no son representativas para la dimensión atractivo físico. Finalmente, las características Sexual, Sexy, Sensual, Atrayente, Guapo, Elegante y Churro, son las que generan diferencia entre los géneros en la dimensión atractivo. Las mujeres valoran más las tres primeras características, mientras que los hombres valoran más las cuatro últimas características.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÓPICAS DE GÉNERO

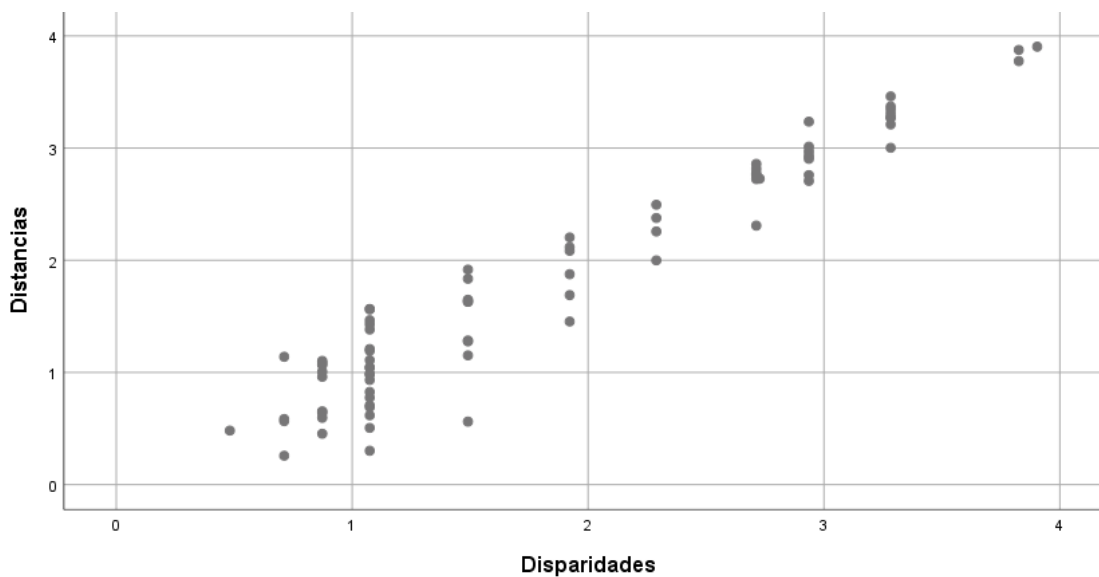


Figura 8. Diagrama de dispersión de disparidades (diferencias) frente a la dimensión atractivo

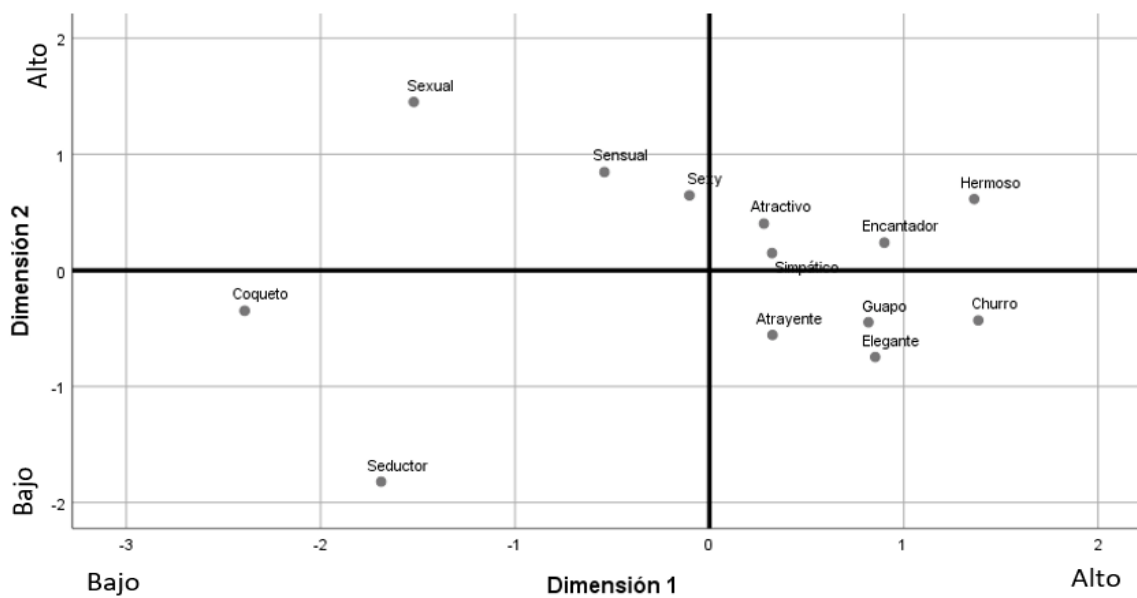


Figura 9. Diagrama de correspondencia para la dimensión atractivo

Nota: Dimensión 1: valoración del hombre; dimensión 2: valoración de la mujer.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Fase 4. Diferencias en la percepción de competencia, calidez y atractivo físico de hombres y mujeres

El objetivo de esta fase fue comprobar si existen diferencias estadísticamente significativas en la percepción de competencia, calidez y atractivo de hombres y mujeres en la totalidad de participantes ($N=234$). Se encontró que los estudiantes perciben a las mujeres como más competentes, cálidas y atractivas que los hombres. En la Tabla 5, se describen los resultados obtenidos para cada dimensión.

Tabla 5.

Diferencias en competencia, calidez y atractivo de hombres y mujeres

Competencia		Calidez		Atractivo Físico	
H	M	H	M	H	M
$M=3.62$	$M=3.74$	$M=3.33$	$M=3.85$	$M= 3.41$	$M= 3.96$
$(t=- 2,669, p= .008)$		$(t=- 10.832, p= .000)$		$(t= -8.894, p= .000)$	

Fase 5. Diferencias en la percepción de competencia, calidez y atractivo de los hombres y las mujeres en función del sexo de los participantes

El objetivo de esta fase fue comprobar si existen diferencias estadísticamente significativas en la percepción de competencia, calidez y atractivo asociada a los dos sexos, entre (hombres ($N=119$) y mujeres ($N=115$)). Con base en la diferencia de medias del nivel de competencia percibido en hombres y mujeres, utilizando la prueba *t de Student* y una significación del .05, existe suficiente evidencia estadística para afirmar que sí hay una diferencia en la percepción que tienen hombres y mujeres de la competencia de su endogrupo y exogrupo. Se concluye que, para la muestra de participantes, los hombres estereotipan a las mujeres como más competentes,

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

cálidas y atractivas que su endogrupo de hombres; por el contrario, las mujeres estereotipan a los hombres como menos competentes, cálidos y atractivos que su endogrupo (mujeres).

Las diferencias encontradas en los estereotipos de género de competencia, calidez y atractivo físico en hombres y mujeres se presentan en las tablas 6, 7 y 8.

Tabla 6.

Diferencias en competencia de hombres y mujeres en función del sexo de los participantes.

Competencia Hombres		Competencia Mujeres	
H	M	M	H
$M= 0.74$	$M=0.77$	$M= 0.77$	$M= 0.73$
$(t= -2.426, p= .016)$		$(t= 3.481, p= .001)$	

Tabla 7.

Diferencias en calidez de hombres y mujeres en función del sexo de los participantes.

Calidez Hombres		Calidez Mujeres	
H	M	M	H
$M=0.69$	$M= 0.75$	$M= 0.79$	$M=0.64$
$(t= - 4.858, p= .000)$		$(t= 11.122, p= .000)$	

Tabla 8.

Diferencias en atractivo físico de hombres y mujeres en función del sexo de los participantes.

Atractivo Físico Hombres		Atractivo Físico Mujeres	
H	M	M	H
$M= 0.67$	$M= 0.82$	$M= 0.76$	$M=0.69$
$(t= - 8.152, p= .000)$		$(t= 4.387, p= .000)$	

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Para concluir, se establece que las mujeres tienen una mejor valoración que los hombres en las tres dimensiones (competencia, calidez y atractivo físico). En la Figura 10, se diagrama la representación estereotípica de las tres dimensiones para cada sexo, la cual se obtuvo a partir de puntuaciones promedio de todos los participantes ($N=234$), en una escala de 1 a 5, encontrándose que las mujeres/hombres fueron percibidos de la siguiente forma en competencia ($M=3.74$; $M=3.62$), calidez ($M=3.85$; $M=3.33$) y atractivo físico ($M=3.96$; $M=3.41$).

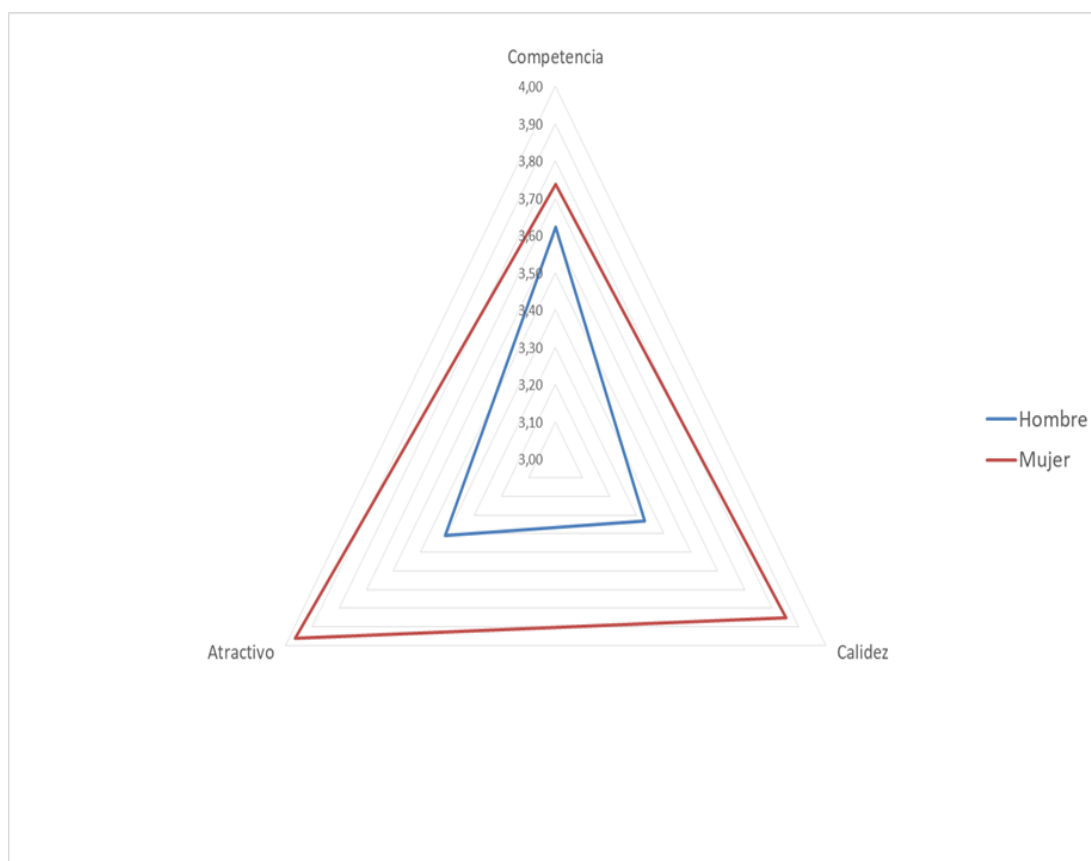


Figura 10. Gráfica del nivel de valoración de las tres dimensiones en hombres y mujeres.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Discusión

El principal objetivo de esta investigación fue analizar comparativamente las representaciones estereotípicas de género en las dimensiones de competencia, calidez y atractivo de hombres y mujeres en estudiantes de los últimos tres grados de escolaridad en un colegio de Piedecuesta, Santander. Para ello, en primer lugar, se determinaron las características estereotípicas de competencia, calidez y atractivo asociadas a hombres y mujeres; luego, se identificaron los estereotipos para cada dimensión, independientemente del género, a partir de las correspondencias de las valoraciones de hombres y mujeres, y, por último, se determinó si existían diferencias estadísticamente significativas en la percepción de las dimensiones para hombres y mujeres en la totalidad de participantes, y en función de su sexo.

Con respecto a la identificación de las características estereotípicas de competencia, calidez y atractivo asociadas a hombres y mujeres, se pudo constatar que existen creencias generalizadas en función del género en los participantes, ya que ciertos adjetivos son valorados o subvalorados más en hombres o en mujeres, dependiendo de la dimensión respectiva. Por ejemplo, la competencia en hombres es representada en mayor medida por los adjetivos de valiente, aventurero y trabajador, mientras que, en las mujeres, los adjetivos valiente y aventurera obtienen bajas puntuaciones en esta dimensión, obteniéndose que, comparativamente, los hombres y las mujeres no se perciben como competentes de la misma manera.

Desde la teoría del género, este resultado está estrechamente relacionado con el rol privado históricamente asociado a la mujer, que la circunscribe a ámbitos domésticos y hogareños, lo cual hasta hace pocos años, y con la entrada de la mujer al mundo laboral ha ido cambiando. No obstante, aún es común la creencia de que las mujeres no deben salir ni viajar solas, porque es

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

peligroso para ellas y, en muchas ocasiones, son juzgadas como responsables de las violencias perpetradas sobre ellas cuando se demuestra que tuvieron comportamientos contrarios a los esperados socialmente. Esto también se relaciona con el acoso callejero, una herramienta de control social de las mujeres, en cuanto que, al violentarla en el espacio público, haciéndole temer por su integridad, materializa la intención de devolverla a su espacio privado.

Lo mismo ocurre en la dimensión de calidez, en donde los adjetivos que más alta puntuación tienen, cuando se trata de mujeres, son: sensible, afectuosa y cariñosa; a su vez los adjetivos sensible, sincero y cariñoso son los que menos puntuación tienen en la dimensión de calidez, cuando de hombres se trata, confirmando que, como mencionan Barberá y Benlloch (2004) frente a los estereotipos, estos deben ostentar siempre una conducta dirigida a la competencia, el liderazgo y la dominancia, mientras que las mujeres deben actuar siempre en función de la ternura, la comprensión y el aspecto suave; también se espera que el hombre tenga baja sociabilidad y que las competencias de las mujeres estén más enfocadas en lo artístico, lo cual está asociado a lo creativo, otro de los adjetivos que más valoraron en la competencia en mujeres.

Los resultados para la dimensión de atractivo físico señalan que, para los hombres, el atractivo es representado en mayor medida por los adjetivos: Coqueto, sexual y seductor, mientras que, para las mujeres, estos tres adjetivos son los menos representativos de su atractivo. Este dato es sumamente relevante ya que da cuenta de los arquetipos de “Don Juan” y de “Mujer Fatal”. El primero está asociado con un hombre que emplea su atractivo para embelesar y conquistar mujeres, mientras que el segundo deslinda una mujer que utiliza su sexualidad para usurpar el poder a los hombres y someterlos. Tal como señala Martínez (2004), la mujer fatal, tanto en la mitología como en la literatura y el cine, se ha configurado en el imaginario como una

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

criatura monstruosa y despiadada, que busca perturbar el orden establecido, rebelde y valiente, y “que hechiza a los hombres con sus encantos y los arrastra hacia donde ella quiere” (p. 45); todo esto desafiando el orden patriarcal establecido, lo que sugiere su valoración como como peligrosas.

Este resultado también se puede analizar desde la Teoría del Sexismo Ambivalente, específicamente desde el componente de hostilidad heterosexual del subcomponente de sexismo hostil (Glick & Fiske, 1996), que señala que las mujeres que tienen y ejercen su poder sexual tienden a ser estereotipadas como peligrosas y manipuladoras y, por tanto, pueden ser objeto de prejuicios directos y manifiestos, no benevolentes. Además, desde el MCE (Fiske et al., 2007), estas mujeres podrían ser estereotipadas como poco cálidas y muy competentes, lo cual podría suscitar, tal como se propone en el BIAS MAP (Cuddy et al., 2007), en sentimientos negativos como la envidia. Por todas estas razones, se sugiere que el estereotipo de atractivo físico asociado a las mujeres en este estudio reproduce la imagen de la mujer hermosa, sexy y elegante, más asociada a una visión tradicional de las características del estereotipo femenino, ya señaladas por Kite (2001), en lo relativo a caracteres físicos (hermosa y elegante) y a rasgos prototípicos para la feminidad (Helgeson, 1994, citado por Barberá & Martínez, 2004), como “ir bien vestida”. También el adjetivo “Sexy” connota más una sexualidad de la mujer supeditada a la complacencia del hombre, y de la representación de la mujer como objeto de placer mercantilizado, más no de una mujer cuya sexualidad es ejercida de forma independiente y autónoma, más allá de la publicidad o con fines de reproducción.

Ahora, frente al segundo objetivo específico del presente estudio, se obtuvo que los adjetivos que mejor representan el estereotipo de competencia para la totalidad de la muestra, independientemente del género, son: Trabajador(a), autosuficiente, decidido(a) y valiente. Este

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

resultado, al ser comparado con las características estereotípicas para la dimensión de competencia de hombres y mujeres, identificadas en el primer objetivo, constata que, de las cuatro características que representan el estereotipo de competencia, solo dos de éstas son altamente valoradas en la dimensión de competencia de los hombres (Valiente y trabajador); mientras que, en las mujeres, los adjetivos Aventurera y Valiente fueron de los que obtuvieron menores puntajes para Competencia. Además, ninguna de las características que obtuvieron altos puntajes para el estereotipo de competencia en las mujeres (creativa, inteligente y emprendedora) son representativas del estereotipo global en esta dimensión. Esto da constancia de una clara predominancia de la competencia en el género masculino, tal como señala la investigación de Taylor y Falcone (1982), en el que la percepción y las expectativas que se tenían de los hombres, frente a sus opiniones en cuestiones políticas, eran más valoradas, dado que se tenía la idea de que los hombres eran más inteligentes y capaces de dar respuesta acertadas.

Con respecto a la calidez, se encontró que los adjetivos que mejor representan el estereotipo de persona cálida son: Querido (a), sociable, solidario(a) y respetuoso(a). Este resultado, al ser comparado con las características estereotípicas para la dimensión de calidez de hombres y mujeres, evidencia que, de las cuatro características que representan el estereotipo de Calidez, dos de éstas son altamente valoradas en la dimensión de calidez de los hombres (Sociable y solidario); mientras que los adjetivos con mayores puntuaciones de esta dimensión en las mujeres (sensible, afectuosa y cariñosa) no están dentro de los adjetivos que representan el estereotipo global de calidez, aun cuando fueron las mujeres quienes fueron valoradas como más cálidas que los hombres.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Este resultado tiene serias implicaciones a la luz de lo mencionado por Matud y Aguilera (2009), quienes señalan que hay más riesgo de padecimientos psicológicos por parte de las mujeres, ya que se les adjudica y se espera que cumplan con una serie de tareas y conductas que socialmente no son valoradas o que no reciben un reconocimiento verdadero. También, teniendo en cuenta La Teoría del Sexismo Ambivalente (Glick & Fiske, 1996), y lo que menciona Devine (1995), es importante mencionar que algunos grupos minoritarios pueden ser retribuidos, o se les puede hacer creer que son vistos de manera positiva, siempre que cumplan con el ideal o el estereotipo que se les adjudica, aunque realmente no se les valore. Esto último, considerando que los adjetivos que mayor puntúan para la dimensión de calidez en las mujeres (sensible, afectuosa y cariñosa) son aquellos relacionados directamente con el cuidado y la complacencia, más no con valores de tipo social, como los obtenidos por los hombres (sociable y solidario), los cuales sí hacen parte del estereotipo global de Calidez.

En cuanto a la dimensión de atractivo físico, se encontró que los adjetivos más representativos del estereotipo para esta dimensión, independientemente del género, son: Atractivo(a), encantador(a), simpático(a) y hermoso(a). Este resultado, al ser comparado con las características estereotípicas para la dimensión de atractivo físico de hombres y mujeres, evidencia que dos de las características más valoradas para esta dimensión en el estereotipo global (Encantador y Hermoso) son las menos valoradas para los hombres. Por el contrario, la característica de “hermosa” fue la que mayor puntuación obtuvo para las mujeres, lo que demuestra que dicha característica está arraigada a la representación conceptual de su atractivo físico o belleza. Estos resultados, desde la teoría del género, se pueden analizar a la luz de lo mencionado por Branciforte y Orsi (2007), quien afirma que la belleza ha sido usada históricamente como una

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

herramienta opresora, y que en su mayoría afecta a la mujer al supeditarla a ser en función de lo que los demás y los patrones del mercado dictan para sí.

Con respecto al tercer objetivo, se obtuvieron resultados interesantes que se contraponen a los estereotipos tradicionales que representan a la mujer como un sujeto débil, incapaz y sumiso, mientras que el hombre es el sujeto más capaz, inteligente y con capacidades de liderazgo innatas (Eagly & Steffen, 1984; Jalón & Seoane, 2011; Kite, 2001), pues los resultados señalan que, en promedio, las mujeres son las que más altos puntajes obtuvieron en las dimensiones de competencia, calidez y atractivo físico, demostrando resultados totalmente diferentes a los de estudios como el de Williams y Best (1990, citado por López, 1994), o el de Taylor y Falcone (1982), que demuestran una valoración más positiva de las competencias siempre inclinadas hacia los hombres. Es importante mencionar que, aunque este estudio no es totalmente concluyente, los resultados pueden asociarse al sexismo ambivalente (Glick & Fiske, 1996), pues, como menciona Devine (1995), ciertos grupos sociales pueden ser valorados positivamente siempre que estos cumplen con las características que se les imponen a estos grupos.

Ahora, según lo mencionado por el modelo de contenido de los estereotipos (Fiske et al., 2002) los estereotipos de género pueden tener una naturaleza ambivalente, ubicando a las personas en distintos grupos, dependiendo de cómo sean percibidos y, en función de eso, se crearán prejuicios frente al estereotipo. En este caso, con la visión de alta competencia y alta calidez de las mujeres, esta percepción podría crear prejuicios que las harían ver como antipáticas o engréidas (Fiske et al., 2002; Fiske et al., 2007; Harris et al., 2008).

Ahora, frente al cuarto objetivo, en el que se midieron las diferencias en la percepción de estereotipos de género en las tres dimensiones asociadas a hombres y mujeres en función del sexo de los participantes, se encontró suficiente evidencia estadística para afirmar que sí hay

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

diferencias en la valoración dada para cada dimensión entre hombres y mujeres. Cuando se trata de la dimensión de competencia (Fiske et al., 2007), las mujeres demuestran valorar más la competencia tanto de los hombres, como de ellas mismas, a diferencia de los hombres cuya valoración de la dimensión competencia es baja tanto para las mujeres como para ellos.

A pesar de que las mujeres valoraron como competente al hombre, también se valoraron a sí mismas como más competentes y, en general, los puntajes de la dimensión de competencia resultaron con valoraciones más altas hacia las mujeres que hacia los hombres, contraponiéndose a los resultados de investigaciones como la de Bravo y Moreno (2007), que habla de la interiorización de los estereotipos de género en jóvenes con un rango de edad similar a la de esta investigación, que ponen en ventaja a los hombres cuando se trata de rasgos asociados a la variable competencia (p.e. el adjetivo liderazgo, que no fue mencionado como uno de los adjetivos que más representa la competencia en hombres en el estudio, a pesar de que es un adjetivo muy mencionado en los estudios de género).

Continuando con la diferencia en el nivel de estereotipos de género, cuando se trata de calidez (Fiske et al., 2007), las mujeres tienden a ser la figura que mejor ilustra esa dimensión, ya que los estereotipos de género siempre las posicionan como las encargadas del cuidado del otro, de la ternura y del afecto, como demuestra la investigación de Spence y Buckner (2000, citado por Perugini y Solano, 2013), y en esta investigación se confirma la idea de la mujer cuidadora y cálida, ya que, según los resultados estadísticos obtenidos, tanto hombres como mujeres creen que las mujeres son mucho más cálidas que los hombres.

Teniendo en cuenta esto, y con fundamento en estudios previos del MCE (Fiske et al., 2002; Fiske et al., 2007; Harris et al., 2008), las mujeres, al calificar la competencia y la calidez en los

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

hombres, de la manera en cómo lo hicieron, demuestran que probablemente no tienen buenas relaciones con ellos, dado que la competencia y la calidez hacen referencia a las preguntas evolutivas de “¿me puede hacer daño?” y “¿me quiere hacer daño?” respectivamente, y ellas, al calificarlos con alta competencia (aunque no más que ellas), y baja calidez, puede suscitar, tal como señala el BIAS MAP, sentimientos negativos, tales como la envidia.

Siguiendo con el desarrollo de la diferencia en el nivel de estereotipos de género en el atractivo físico, que es un móvil más para la interacción social, y del que depende muchas veces el tipo de trato que recibirá una persona (Eagly et al., 1991), se obtuvieron resultados que afirman que tanto hombres como mujeres tienen una alta valoración en el atractivo físico de las mujeres, lo que las implica más a ellas en esta dimensión y, como menciona Llorca et al. (2010), esto pone a la mujer en una situación complicada frente a las relaciones sociales, dado que la idea de belleza recae en las mujeres, y las puede hacer susceptibles a ser víctimas de malos tratos por razones referentes al atractivo físico, ya que, como menciona Eagly (1991), la belleza también puede alimentar la discriminación, y más si la persona no cumple los estándares sociales que se esperan que tenga frente al atractivo físico.

Conclusiones

Con base a los referentes conceptuales, se puede argumentar que los estereotipos de género cumplen un papel relevante en la constitución social y en las relaciones de los hombres y las mujeres con su entorno, haciendo que la deconstrucción de los mismos sea una labor bastante difícil, pero aun así, necesaria, ya que los mismos referentes teóricos ponen en relieve las consecuencias que trae el ceñirse a los estereotipos de género, puesto que estos siempre pondrán

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

en desventaja a uno de los géneros y aumentarán la brecha que separa a hombres y mujeres en el ámbito económico, educativo, de adquisición de derechos, entre otros.

Es fundamental conocer el fenómeno de estereotipificación basada en el género para saber cómo actuar frente a éste, y por eso mismo es necesario profundizar respecto a la visión que tienen los jóvenes frente a los estereotipos, ya que ellos serán los encargados de perpetuarlos o de darles un sentido distinto, puesto que es bastante difícil acabar con los estereotipos, pero sí se puede crear conciencia frente a los mismos, para que sus consecuencias no sean tan perjudiciales como ha demostrado la historia que pueden ser. En este sentido, se puede concluir que, aunque los estereotipos siguen existiendo en el ámbito escolar en el que se desarrolló la investigación, sí se pueden encontrar avances frente a la interiorización de los mismos, puesto que las mujeres demuestran tener en general más conocimiento de sus capacidades, lo que les permite valorar de manera positiva la visión que se tiene de la mujer. Ahora, uno de los contras está en que el ideal de belleza se vea más representado en la mujer que en el hombre, ya que esto podría producir debacles emocionales y psicológicos en ellas si no se intenta cambiar la idea de belleza que se ha constituido en la sociedad, pues, muchos autores concluyen que la belleza puede ser un medio para suprimir y regular la conducta social, ya que ésta facilita, o dificulta las relaciones sociales, y también puede dictaminar cómo será el trato ante la sociedad dependiendo del nivel de belleza que tenga la persona.

Los resultados evidencian que las mujeres poseen puntuaciones más altas frente a las tres dimensiones, en comparación a los hombres, aunque es un resultado que debe ser analizado con mayor minuciosidad, da constancia de que la visión de mujer no es una visión de solo un ser que está hecho para cuidar y amar, como tradicionalmente se ha creído, y cuyas capacidades solo se limitan a eso; sino, al contrario, se evidencia que se tiene en alta estima las capacidades y en

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

general, la perspectiva de mujer. No obstante, frente a esto, se debe observar de manera más profunda, ya que puede significar también, una sobrevaloración de la mujer, lo que puede llevar a los jóvenes a creer que las mujeres deben ser un set completo de capacidades, y a endiosarlas desde una visión irreal, como se puede observar también desde los estereotipos de belleza, que exponen al público a tipos de bellezas inalcanzables para la mayoría de la población.

También se pudo observar en los resultados que los hombres tienen un bajo concepto de ellos mismos frente a las tres dimensiones estudiadas en esta investigación, y esto puede dar constancia de una conducta infantilizadora de sí mismos, contraria a la tradicionalmente orientada hacia la mujer, sustentada en el machismo, cuyo objetivo es infantilizar a la mujer para poder oprimirla, y al hacerlo, eximirlas de varias responsabilidades bajo el supuesto que ellas no son capaces de hacerse cargo de cosas importantes.

Al final se puede concluir que las mujeres no se ciñen tan fielmente a los estereotipos, lo que puede llevar a que ellas puedan ser capaces de romper algunas ideas retrógradas que puede implicar una baja estima y, por ende, su sometimiento en sociedades machistas.

Recomendaciones

Con base a este estudio, se recomienda ampliar más el tipo de población, involucrando también a los profesores y directivos que trabajan en la institución; así se podría obtener una visión mucho más amplia de la situación del colegio frente a los estereotipos de género, pues, como demostró el Ministerio de Educación (2016), con la investigación de las pruebas PISA en el 2012, los profesores y su género son clave en el rendimiento escolar de los jóvenes, y, a su vez, los profesores también hacen parte fundamental de las ideas que se gestan y se mantienen en las instituciones educativas.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

También se recomienda implementar trabajos de detección y anulación o reducción de estereotipos con los profesores, ya que, como se mencionó anteriormente, estos son fundamentales para el mantenimiento y la creación de ideas frente a los estereotipos de género, pues ha comentado Rebollo (2013), las instituciones son gestadoras del devenir social, lo que las hace responsables del rumbo que puede tomar la sociedad, y, más en una sociedad como Colombia, las instituciones tienen un trabajo no sólo importante sino fundamental en la creación de una sociedad más igualitaria y equitativa, para así poder prevenir todas las situaciones de inequidad y que pueden producir conflicto, impulsadas por los estereotipos (Rebollo et al., 2015).

Por último, también se recomienda un trabajo articulado con el Centro de Proyección Social de Piedecuesta (CPS), para la concientización de problemáticas referentes a la segregación y la violencia de género, ya que, como se demostró en este estudio, los chicos son percibidos con bajas valoraciones en las tres dimensiones estudiadas, lo que los pone en un área de peligro según Harris et al., (2008), ya que estos son percibidos con baja competencia y baja calidez, lo que puede crear prejuicios hacia ellos y puede alimentar una baja estima por el rol social de la mujer. Además, es relevante concientizar frente a los ideales de belleza, pues, como menciona Llorca et al., (2010) el asociar a la mujer con dicho ideal puede hacerlas susceptibles al maltrato de sus compañeros, como menciona Eagly et al., (1991) la belleza también puede alimentar la discriminación, que es un fenómeno que se sustenta en los estereotipos de género.

Referencias

- Academia Colombiana de la Lengua. (2012). *Breve Diccionario de Colombianismos (4ta ed.)*. Bogotá, Colombia: La comisión.
- Barberá, E. & Benlloch, I. (2004). *Psicología y Género*. España: PEARSON PRENTICE HALL.
- Baró, M. (2007). *Acción e Ideología Psicología Social Desde Centroamérica*. El Salvador: UCA Editores.
- Barra, E. (2004). Validación de un inventario del rol sexual construido en Chile. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 36(1), 98-106.
- Bem, S.L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42(2), 155-162.
- Berry, S. M. (2009). *Gender Stereotypes and Emotions: Are Sad Dads Perceived as Less Competent?* (Doctoral dissertation), Marietta College, USA.
- Bosch, E., & Ferrer, V. A. (2003). Fragilidad y debilidad como elementos fundamentales del estereotipo tradicional femenino. *Feminismo/s*, (2), 139-151.
- Branciforte, L., & Orsi, R. (2007). *De la mística de la feminidad al mito de la belleza. Escritoras y pensadoras anglosajonas: otras voces y otras lecturas (siglos XVII al XX)*. Sevilla: Arcibel Editores.
- Bravo, P. C., & Moreno, P. V. (2007). La interiorización de los estereotipos de género en jóvenes y adolescentes. *Revista de Investigación Educativa*, 25(1), 35-38.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

- Buss, D. M., & Shackelford, T. K. (2008). Attractive women want it all: Good genes, economic investment, parenting proclivities, and emotional commitment. *Evolutionary Psychology*, 6(1), 134-146. Doi. 147470490800600116.
- Castellanos, G. (2000). De la concientización al empoderamiento: trayectoria del pensamiento feminista en los estudios de género en Colombia. En F. Leal & G. Rey (Ed.) *Discurso y Razón. Una historia de las ciencias sociales en Colombia* (pp. 261-282). Bogotá, Colombia: Tercer Mundo editores.
- Castro, J. M. C., Lisboa, S. L. S. L., González, C., Carvajal, C. C., & Alegría, I. (2016). Inventario de sexismo ambivalente: adaptación, validación y relación con variables psicosociales. *Salud & Sociedad*, 1(2), 125-135.
- Chia, R. C., Allred, L. J., Grossnickle, W. F., & Lee, G. W. (1998). Effects of attractiveness and gender on the perception of achievement-related variables. *The Journal of Social Psychology*, 138(4), 471-477.
- Collignon, M., & Lazo, P. (2017). Derechos Humanos/Sexuales, Género y Biopolítica: Reflexiones Sobre la Configuración Subjetiva del Derecho a la Libre Elección de Identidad de Género. *Revista de Estudios de Género. La Ventana*, 45, 50-87.
- Cuddy, A.J., Fiske, S.T. & Glick, P. (2007). The BIAS map: behaviors from intergroup affect and stereotypes. *Journal of personality and social psychology*, 92(4),631-48.
doi:10.1037/0022-3514.92.4.631.
- De Gracia, M., Marcó, M., Fernández, M. J., & Juan, J. (1999). Autoconcepto físico, modelo estético e imagen corporal en una muestra de adolescentes. *Psiquis*, 20(1), 15-26.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

- De Lemus, S., Moya, M., Bukowski, M., & Lupiáñez, J. (2008). Activación automática de las dimensiones de competencia y sociabilidad en el caso de los estereotipos de género. *Psicológica*, 29(2), 116-132.
- Devine, P. G. (1995). Prejudice and out-group perception. En A. Tesser (Ed.), *Advanced social psychology* (pp. 467-524). New York: Mc Graw-Hill.
- Eagly, A. H., & Steffen, V. J. (1984). Gender stereotypes stem from the distribution of women and men into social roles. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(4), 735-754. doi. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.46.4.735>
- Eagly, A. H., Ashmore, R. D., Makhijani, M. G., & Longo, L. C. (1991). What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological bulletin*, 110(1), 109-128.
- Eckes, T. (2002). Paternalistic and envious gender stereotypes: Testing predictions from the stereotype content model. *Sex Roles*, 47(3-4), 99-114.
- Espinar, E. (2009). Estereotipos de género. *Padres y Maestros/Journal of Parents and Teachers*, 326, 17-21.
- Espinoza, A. M., & Taut, S. (2016). El rol del género en las interacciones pedagógicas de aulas de matemática chilenas. *Psykhe (Santiago)*, 25(2), 1-18.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Fiske, S. T., Cuddy, A. J., & Glick, P. (2006). Universal dimensions of social cognition: Warmth and competence. *Trends in Cognitive Science, 11*, 77-83.

Fiske, S. T., Cuddy, A. J., & Glick, P. (2007). Universal dimensions of social cognition: Warmth and competence. *Trends in cognitive sciences, 11*(2), 77-83.

Fiske, S. T., Cuddy, A. J., 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*(6), 878-902.

Fiske, S. T., Xu, J., Cuddy, A. C., & Glick, P. (1999). (Dis) respecting versus (dis) liking: Status and interdependence predict ambivalent stereotypes of competence and warmth. *Journal of Social Issues, 55*(3), 473-489.

Fuenmayor, G., & Villasmil, Y. (2008). La percepción, la atención y la memoria como procesos cognitivos utilizados para la comprensión textual. *Revista de artes y humanidades UNICA, 9*(22), 187-202.

Galarza, F., & Yamada, G. (2012). *Discriminación laboral en Lima: el rol de la belleza, la raza y el sexo* (Tesis de pregrado). Universidad del Pacífico, Lima.

Gamba, S. B. (2008). *Diccionario de estudios de género y feminismos*. Argentina: Editorial: Biblos.

Gangestad, S. W., & Simpson, J. A. (2000). The evolution of human mating: Trade-offs and strategic pluralism. *Behavioral and Brain Sciences, 23*(4), 573-587.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

- Gavaldón, B. (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Comunicar*, 12, 79-88.
- García, R. (2012). La educación desde la perspectiva de género. *ENSAYOS: Revista de la Facultad de Educación de Albacete*, 27, 1-18
- García, M. Á., & García, C. (2013). Impacto de los estereotipos de género en la construcción de la identidad profesional de estudiantes universitarios. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 24(1), 121-130.
- Garzón, J. (2011). *Historia del Feminismo*. Madrid, España: Editorial Catarata.
- Glick, P., & Fiske, S. T. (1996). The ambivalent sexism inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 491-512.
- Glick, P., & Fiske, S. T. (2001). An ambivalent alliance: Hostile and benevolent sexism as complementary justifications for gender inequality. *American Psychologist*, 56, 109-118.
- Godoy, L., & Mladinic, A. (2009). Estereotipos y roles de género en la evaluación laboral y personal de hombres y mujeres en cargos de dirección. *Psyche (Santiago)*, 18(2), 51-64.
- Guerra, M. D. (2014). *La reducción de la estereotipia y el prejuicio sobre hombres y mujeres mayores en alumnado de educación secundaria: moduladores y líneas de actuación* (Tesis doctoral). Universidad de Córdoba, España.
- Harris, L. T., Cikara, M., & Fiske, S. T. (2008). Envy as predicted by the stereotype content model: Volatile ambivalence. En R. H. Smith (Ed.), *Envy: Theory and research* (pp. 133-147). New York, NY: Oxford University Press.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5° Ed.).

México D.F: Mc Graw-Hill.

Herrera, P. (2000). Rol de género y funcionamiento familiar. *Revista Cubana de Medicina*

General Integral, 16(6), 568-573.

Jalón, M. J., & Seoane, G. M. (2011). Convivencia y aprendizaje escolar en la

adolescencia desde una perspectiva de género. *Psicothema*, 23(2), 253-259.

Kite, J. (2001). *Encyclopedia of Women and Gender: Sex Similarities and Differences and the*

Impact of Society on Gender. San Diego, CA: Academic Press.

Lamas, M. (1999). Usos, dificultades y posibilidades de la categoría género. *Papeles de*

población, 5(21), 10-61.

Li, N. P., Bailey, J. M., Kenrick, D. T., & Linsenmeier, J. A. (2002). The necessities and luxuries

of mate preferences: testing the tradeoffs. *Journal of Personality and Social Psychology*,

82(6), 947-954.

Llorca, J. A. S., Maicas, G. S., & Martínez, L. N. (2010). El autoconcepto físico en la clase de

Educación Física: un análisis centrado en el sexo. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 3(1), 419-425.

López-Sáez, M. (1994). Procesos culturales e individuales implicados en la estereotipia de

género. Una aproximación empírica a la elección de carrera. *Revista de Psicología*

Social, 9(2), 213-230

Lorenzo, J. R. (2001). Procesos cognitivos básicos relacionados con la lectura. Primera parte: la

conciencia fonológica. *Interdisciplinaria*, 18(1), 1-33.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

- Luna, L. G. (1985). Los movimientos de mujeres: feminismo y feminidad en Colombia (1930-1943). *Boletín americanista*, 35, 169-190.
- Lupano, M. L., & Castro, A. (2013). Estereotipos de género, sexo del líder y del seguidor: su influencia en las actitudes hacia mujeres líderes. Estudio realizado con población argentina. *Revista de Psicología*, 9(17), 87-104.
- Madero, I. (2011). Inclusión y exclusión de género y clase al interior de la escuela chilena en 4 comunas del sur de Chile. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 37(2), 135-145.
- Martínez, M.D. (2004). *Renée Vivien y la relectura de la mujer fatal y otros aspectos en Une femme m'apparut. La escritura contra el discurso patriarcal decimonónico*. Centro de Estudios sobre la Mujer Primera planta Aulario II. Recuperado de <https://ieg.ua.es/es/documentos/publicaciones/cuadernos-de-trabajos-de-investigacion/8-renee-vivien.pdf>
- Matud, M. P., & Aguilera, L. (2009). Roles sexuales y salud mental en una muestra de la población general española. *Salud Mental*, 32(1), 53-58.
- Matud, M., Rodríguez, C., Marrero, R., & Carballeira, M. (2002). *Psicología del género implicaciones en la vida cotidiana*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Ministerio de Educación. (2016). *La competencia matemática en estudiantes peruanos de 15 años. Predisposiciones de los estudiantes y sus oportunidades para aprender en el marco de PISA 2012*. Recuperado de http://www.grade.org.pe/forge/descargas/Estudio%20PISA_UMC_Minedu.pdf.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

- Mizala, A., Martínez, F., & Martínez, S. (2015). Pre-service elementary school teachers' expectations about student performance: How their beliefs are affected by their mathematics anxiety and student's gender. *Teaching and Teacher Education, 50*, 70-78.
- Navidi, W. C. (2006). *Statistics for engineers and scientists*. New York: McGraw-Hill.
- Ortiz, E. M. (2017). Discursos y género, en relatos de hombres y mujeres. *El Agora USB, 17*(1), 176-191.
- Oviedo, G. L. (2004). La Definición del Concepto de Percepción en Psicología con Base en la Teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales, 18*, 89-96.
- Passeron, J. C., & Bourdieu, P. (2009). *Los herederos: los estudiantes y la cultura*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores Argentina.
- Valdeiglesias, S. P. (2003). *Activación automática de los estereotipos asociados al poder y su medición implícita y explícita* (Tesis doctoral). Universidad de Granada, España.
- Piaget (1981). La teoría de Piaget. *Infancia y Aprendizaje, 2*, 13–55. Doi <http://dx.doi.org/10.1080/02103702.1981.10821902>
- Puleo, A. H. (2015). Ese oscuro objeto del deseo: cuerpo y violencia. *Investigaciones Feministas, 6*, 122-138. doi http://dx.doi.org/10.5209/rev_INFE.2015.v6.51383.
- Quaresma da Silva, D. (2012). La producción de lo normal y lo anormal: un estudio sobre creencias de género y sexualidad entre docentes de escuelas municipales de Novo Hamburgo/Brasil. *Subjetividad y procesos cognitivos, 16*(1), 178-199.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de

<http://www.rae.es/>

Rebollo, M. Á. (2013). La innovación educativa con perspectiva de género: retos y desafíos para el profesorado. *Profesorado: revista de curriculum y formación del profesorado*, 17(3), 3-8.

Rebollo, M. Á., Ruiz, E., & García, R. (2015). Preferencias relacionales en la adolescencia según el género. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 19(1), 58-72.

Retamero, R., & Zafra, E. (2006). Congruencia de rol de género y liderazgo: el papel de las atribuciones causales sobre el éxito y el fracaso. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 38(2), 245-257.

Rivas, M. (2008). *Procesos cognitivos y aprendizaje significativo*. Comunidad de Madrid. Consejería de Educación. Viceconsejería de Organización Educativa. Documento de trabajo 19.

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(2), 197-208.

Ruiz, E., García, R., Rebollo, A. (2013). Relaciones de Género de Adolescentes en Contextos Educativos. Análisis de Redes Sociales con Perspectiva de Género. *Profesorado*, 17(1), 123-140.

Serrano, M. J. (2008). El rol de la variable sexo o género en sociolingüística: ¿diferencia, dominio o interacción? *Boletín de Filología*, 43(1), 175-192.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

- Taylor, S. E., & Falcone, H. T. (1982). Cognitive bases of stereotyping: The relationship between categorization and prejudice. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8(3), 426-432.
- Tristán-López, A. (2008). Modificación al modelo de Lawshe para el dictamen cuantitativo de la validez de contenido de un instrumento objetivo. *Avances en medición*, 6(1), 37-48.
- Vidales, P., & Muñiz, C. (2017). Estereotipación de la mujer en la publicidad política. Análisis de los estereotipos de género presentes en los spots electorales de la campaña 2015 en Nuevo León. *Comunicación y Sociedad*, 29, 69-91.
- Viladot, M., & Steffens, M. C. (2016). *Estereotipos de género en el trabajo*. Editorial UOC. Barcelona, España.
- Wade, M. L., & Brewer, M. B. (2006). The structure of female subgroups: An exploration of ambivalent stereotypes. *Sex Roles*, 54(11-12), 753-765.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Anexos

Anexo 1

INVENTARIO DE PERCEPCIÓN DE ROLES EN MUJERES Y HOMBRES

Estimado participante, le agradecemos su participación en este ejercicio académico. En primer lugar, le solicitamos leer el consentimiento informado adjunto, y posteriormente, si acepta hacer parte de esta investigación, favor completar los siguientes datos sociodemográficos y responder el cuestionario que se presenta a continuación.

Datos sociodemográficos

Marque con una x

Sexo:	Hombre		Mujer				
Edad:	() Años cumplidos						
Grado que cursa:	Noveno		Décimo			Once	
Estrato:	1	2	3	4	5	6	

Cuestionario

A continuación, encontrará una lista de 41 características personales. Le solicitamos calificar en una escala que va desde 1 a 5 (ver tabla más abajo) **qué tanto cada característica se presenta en hombres y en mujeres en Santander** de acuerdo con lo que ha visto o ha vivido.

Instrucciones: Usted deberá marcar con una X su respuesta, **tanto en la columna de hombres como de mujeres**. Favor no deje espacios en blanco. Asegúrese de contestar para cada adjetivo. Se le pide completa sinceridad al momento de anotar su respuesta. Tendrá un total de 30 minutos para diligenciar el inventario. Al final encontrará un diccionario con el significado de las palabras, por favor leer el significado de cada palabra para responder correctamente.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Escala de calificación:

1	2	3	4	5
Nunca	Rara vez	Algunas veces	Habitualmente	Siempre

¿Qué tanto cada característica se presenta en hombres y en mujeres de acuerdo con lo que ha visto o ha vivido?											
	HOMBRES						MUJERES				
Competitivo/a	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Elegante	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Analítico/a	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Sincero/a	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Churro/a	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Aventurero/a	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Inteligente	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Atrayente	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Querido/a	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Líder	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Afectuoso/a	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Seductor/a	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Pilo/a	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Agradable	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Creativo/a	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Emprendedor/a	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Cordial	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Guapo/a	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Sexual	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Confiable	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Cariñoso/a	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Atractivo/a	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Valiente	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Sensual	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Astuto/a	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Trabajador/a	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Sexy	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Sensible	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Decidido/a	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Amable	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Ambicioso/a	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Agradecido/a	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Coqueto/a	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Hermoso/a	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Autosuficiente	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Gentil	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Encantador/a	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Respetuoso/a	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Simpático/a	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Sociable	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Solidario/a	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

Diccionario de Términos

Competitivo/a: Que busca sobresalir.

Elegante: Con gracia y buen gusto.

Analítico/a: Que piensa bien las cosas.

Sincero/a: Alguien que no miente.

Churro/a: Alguien físicamente atractivo.

Aventurero/a: Una persona que le atrae lo desconocido.

Inteligente: Persona habilidosa y que sabe muchas cosas.

Atrayente: Alguien que atrae físicamente.

Querido/a: Una persona que es agradable.

Líder: Capaz de dirigir o guiar.

Afectuoso/a: Una persona que da amor.

Seductor/a: Alguien que le gusta atraer a los demás.

Pilo/a: Alguien que es inteligente, habilidoso.

Agradable: Alguien que no incomoda, al fácil de tratar.

Creativo/a: Una persona capaz de dar ideas.

Emprendedor: Alguien innovador.

Cordial: Perdona educada, amable.

Guapo/a: Una persona con rasgos físicamente atractivos.

Sexual: Una persona llamativa sexualmente

Confiable: Alguien que no miente o hace trampa.

Cariñoso/a: Una persona que da afecto abiertamente.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Atractivo/a: Alguien que llama la atención por su físico.

Valiente: Alguien que es capaz de enfrentarse a cosas nuevas o diferentes.

Sensual: Alguien que produce atracción sexual.

Astuto/a: Alguien capaz de lograr cualquier fin.

Trabajador/a: Alguien aplicado en lo que hace.

Sexy: Que atrae física y sexualmente.

Sensible: Una persona que se conmueve y es capaz de expresarlo.

Decidido/a: Alguien que busca cumplir sus compromisos.

Amable: Una persona que trata bien a otros.

Ambicioso: Una persona que desea más allá de lo que ya tiene.

Agradecido/a: Una persona que agradece lo que tiene

Coqueto/a: Alguien que atrae o seduce.

Hermoso/a: Alguien que es demasiado atractivo

Autosuficiente: Una persona capaz de hacer las cosas por si mismo.

Gentil: Alguien que es bueno en el trato con otros.

Encantador/a: Alguien que es fascinante.

Respetuoso/a: Una persona educada, con buenos modales.

Simpático/a: Alguien que es físicamente atractivo.

Sociable: Alguien que se relaciona fácilmente con otros.

Solidario/a: Alguien que ayuda o piensa en los demás.

¡Muchas gracias por su colaboración!

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Anexo 2

Carta Contacto con la Institución Educativa

Floridablanca, 30 de enero de 2018

RECTOR

OMAR SUÁREZ MEJÍA

Colegio Humberto Gómez Nigrinis

Piedecuesta, Santander

Asunto: Solicitud permiso para investigación

Cordial saludo

Estimado Rector, actualmente estamos desarrollando una tesis de grado en la Facultad de psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), seccional Bucaramanga, cuyo objetivo es realizar un análisis comparativo de representaciones estereotípicas de género en las dimensiones de competencia, calidez y atractivo físico de hombres y mujeres. Esta investigación ya fue aprobada y avalada por la UPB.

Nos remitimos a usted con el fin de solicitar su colaboración para realizar la investigación en el colegio Humberto Gómez Nigrinis de Piedecuesta. El muestreo se realizará de forma no probabilística a conveniencia. Adjuntamos la ficha técnica del instrumento que será aplicado (duración aproximada 30 minutos), el formato de consentimiento informado para padres (dado que muchos de los estudiantes son menores de edad) y el instrumento que será aplicado.

Solicitamos su amable colaboración para realizar el contacto con los estudiantes y con los padres, para realizar la investigación.

Quedamos al tanto de su respuesta,

Atentamente,

Jherson Adrián Nova Briglia

Estudiante en tesis

VoBo. Diana Carolina Gómez Meneses

Docente Interna Facultad de Psicología

Anexo 3

Consentimiento Informado para Padres de Familia**“ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO EN COMPETENCIA, CALIDEZ Y ATRACTIVO FÍSICO DE HOMBRES Y MUJERES”**

El estudiante de trabajo de grado Jherson Adrián Nova Briglia de la Universidad Pontificia Bolivariana realizará un estudio denominado “**Análisis comparativo de las representaciones estereotípicas de género en competencia, calidez y atractivo físico de hombres y mujeres**”, en el cual se ha invitado a **su hijo(a)** a participar, con el fin de obtener información sobre las percepciones que tienen sus hijos sobre las características que tienen hombres y mujeres en estas tres dimensiones. Por tanto, su decisión de aprobar la participación de su hijo(a) en el presente estudio es voluntaria. Si usted decide dar su consentimiento, es importante que lea cuidadosamente este documento y lo firme.

Objetivo del Estudio: Analizar las percepciones sobre roles de género de Competencia, Calidez y Atractivo que tienen estudiantes de secundaria de noveno, décimo y undécimo grado de un colegio de Piedecuesta.

Duración de la participación en el estudio: La aplicación de los instrumentos se realizará en una sola sesión en un día; la sesión tendrá una duración aproximada de 45 minutos.

Evaluaciones: Se diligenciará el Inventario de Percepción de Roles de Género, en el que estarán plasmadas 41 características personales. En este inventario el alumno deberá elegir qué tanto cada característica se presenta en hombres y mujeres, calificando la característica de 1 a 5, en donde 1 será “nunca” y 5 “siempre”, ellos deberán diligenciar el inventario teniendo en cuenta lo que saben o lo que han vivido en relación con su entorno.

Beneficios: No se recibirán beneficios de tipo económico. Los resultados de este proyecto generarán conocimiento que permitirá ampliar más la información que se tiene sobre el tema a trabajar. Además, podrá producir un cambio beneficioso a nivel social si se da el caso de la ampliación del proyecto.

Posibles Riesgos de la Participación: No existe ningún riesgo serio conocido por participar en este estudio, lo que quiere decir que, durante la participación, su hijo(a) no correrá ningún tipo de riesgo a nivel médico o psicológico, tampoco se realizará ningún tipo de intervención clínica o procedimiento invasivo (Artículo 11: Investigación sin riesgo, Resolución 008430 de 1993, Ministerio de Salud, Colombia).

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Confidencialidad: Toda la información obtenida del estudio se mantendrá bajo estricta confidencialidad, velando por la integridad y dignidad de su hijo(a). Los datos serán utilizados únicamente por el personal investigador, los cuales podrán ser publicados por cualquier medio científico como revistas, congresos, entre otros; respetando la confidencialidad y anonimato de su hijo(a) como participante. El nombre y datos serán identificados mediante códigos. Los informes serán suministrados únicamente si usted como representante legal de su hijo(a) los solicita personalmente.

Derecho a participar o retirarse del estudio: Usted o su hijo(a) podrán rehusarse a participar del estudio o retirarse del mismo en el momento que así lo consideren, sin necesidad de una explicación o justificación al personal investigador. Lo anterior, no implicará sanción alguna o pérdida de cualquier beneficio o derecho derivado de la participación.

Después de haber leído toda la información contenida en este documento con respecto al proyecto **Percepciones Sobre Estereotipos de Género en Competencia, Calidez y Atractivo de Estudiantes de Secundaria**, y habiendo dispuesto de tiempo suficiente para reflexionar sobre las implicaciones de mi decisión libre y consciente, voluntariamente manifiesto que he decidido autorizar la participación de _____ de quien soy el representante legal o tutor, dada su imposibilidad de firmar este documento con completa autonomía por tratarse de un menor de edad. Además, expresamente autorizo al equipo de investigación para utilizar la información codificada en futuras investigaciones.

En constancia, firmo este documento de consentimiento informado, en la ciudad de _____ el día _____ del mes de _____ del año _____.

FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL

C.C. No:

FIRMA DEL SUPERVISOR DE INVESTIGACIÓN

C.C. No: 63542779

FIRMA DEL INVESTIGADOR PRINCIPAL

C.C. No: 1098766082

Contactos Información Adicional:

Ps. Mg. Diana Carolina Gómez Meneses. Docente Facultad de Psicología, Universidad Pontificia Bolivariana. Teléfono: 6796220 – Extensión: 504. Correo electrónico: diana.gomez@upb.edu.co

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Anexo 4

Carta de Contacto a Jueces Expertos

Bucaramanga, 14 de noviembre de 2017

Señor/a
Licenciada en
Magíster en

Cordial saludo,

Atentamente, solicitamos su participación como juez experto en la validación del Inventario de Percepción de Roles de Sexo en Santander, diseñado por los aquí firmantes en el marco de un proyecto de tesis adscrito a la Facultad de Psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Bucaramanga, con el objetivo de medir la percepción sobre los roles de sexo de hombres y mujeres en tres dimensiones estereotípicas -competencia, calidez y atractivo físico-, en estudiantes de secundaria de un colegio de Piedecuesta, Santander.

Se adjunta la ficha técnica del Inventario, el instrumento y el formato de validación

Quedamos atentos a su respuesta,

Jherson Adrián Nova Briglia

Estudiante en tesis

VoBo. Diana Carolina Gómez Meneses

Docente Interna Facultad de Psicología

Facultad de Psicología UPB Universidad Pontificia Bolivariana

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Anexo 5

Ficha técnica del instrumento para la validación por jueces expertos

Nombre del instrumento: Inventario de Percepción de Roles en Mujeres y Hombres.

Finalidad del instrumento: Medir las percepciones sobre roles de sexo de hombres y mujeres en tres dimensiones estereotípicas: competencia, calidez y atractivo físico.

Población: estudiantes de los tres últimos grados de secundaria -novenio, décimo y undécimo-.

Autores: Jherson Adrián Nova Briglia (estudiante de psicología en tesis, UPB) y Diana Carolina Gómez Meneses (Docente Facultad de Psicología UPB)

Marco de referencia:

Percepción: según Oviedo (2004), la percepción se define como un proceso de recolección de datos relevantes que permiten tener claridad para desempeñarse de manera coherente frente al entorno circundante.

Rol de sexo: Según Money (1975) y Nedelman (1981), citados por López (1984) los roles de sexo desde su creación e interiorización poseen una base social, ya que estos intervienen en la concepción e interiorización de lo que se supone, deberían ser los comportamientos y los pensamientos tanto de hombres (masculino) como de mujeres (femeninas).

Competencia, Calidez y Atractivo: Fiske, Cuddy, Glick y Xu (2002) mencionan que la dimensión de calidez es percibida por diferentes grupos sociales como todo lo relacionado con la sinceridad, el cariño y lo cálido, dejando de lado las características que se le atribuyen a ser competente, mientras que la dimensión de competencia está más relacionada con todo lo que tiene

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

que ver con ser competente, inteligentes, confiables, a su vez se relaciona con el dominio y el liderazgo social, casi siempre dejando de lado todo lo que se conoce o se percibe como cálido. En cuanto al atractivo, esta dimensión está relacionada a la percepción física de los sujetos, y a su vez está influenciada por los pensamientos, sentimientos y acciones que estos llevan a cabo (De Gracia, Marcó, Fernández & Juan, 1999), lo que hace de esta dimensión fundamental en el contexto cultural en donde se desarrolla, a su vez que promueve o estimula la creación y fortalecimiento de habilidades sociales (Rodríguez, 2008).

Este inventario de Percepción de Rol de Sexo está inspirado en el Inventario de Rol Sexual (Barra, 2004), cuya construcción consistió en primera medida de una tipificación sexual de 200 características, calificadas tanto por hombres como por mujeres, la segunda parte, utilizando una muestra distinta, consistió en examinar la autoadjudicación de dichas características tanto en hombres como en mujeres, para finalmente combinar los resultados, y obtener 30 ítems para la construcción del Inventario de Rol Sexual (15 ítems de escala masculina, y 15 ítems de escala femenina).

Formato del instrumento: Inventario autoaplicado con un total de 41 adjetivos de competencia y calidez (Fiske, Cuddy, Glick & Xu, 2002) y atractivo físico (De Gracia et al., 1999; Rodríguez, 2008). la dimensión de Competencia comprende 14 adjetivos, la dimensión de Calidez comprende 14 adjetivos y la dimensión de Atractivo comprende 13 adjetivos respectivamente. Duración de aplicación estimada de 45 minutos. Modo de aplicación: individual. Formato de aplicación: papel y lápiz.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Instrucciones: Cada participante deberá puntuar en una escala likert de cinco puntos que va de 1 (nunca o casi nunca) hasta 5 (siempre o casi siempre) (Ver Inventario) qué tanto cada adjetivo se presenta en hombres y en mujeres en Santander.

Referencias

Academia Colombiana de la Lengua (2012). Breve Diccionario de Colombianismos.

Disponible en <http://www.academiacolombianadelalengua.co/wp-content/uploads/2016/02/BREVE-DICCIONARIO-PDF-FINAL-JUNIO-7-DE-20131.pdf>.

Barra, E. (2004). Validación de un inventario del rol sexual construido en Chile. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 36(1), 98-106.

De Gracia, M., Marcó, M., Fernández, M. J., & Juan, J. (1999). Autoconcepto físico, modelo estético e imagen corporal en una muestra de adolescentes. *Psiquis*, 20(1), 15-26.

Diccionario Real Academia de la Lengua Española. Disponible en <http://dle.rae.es/?w=diccionario>.

Fiske, S. T., Cuddy, A. J., 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(6), 878.

López, F. (1984). La adquisición del rol y la identidad sexual: Función de la familia. *Infancia y aprendizaje*, 7(26), 65-75.

Rodríguez, A. (2008). Autoconcepto físico y bienestar/malestar psicológico en la adolescencia. *Revista de Psicodidáctica*, 14(1), 155-158

Oviedo, G., (2004). La Definición del Concepto de percepción en Psicología con Base en la Teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales*, 18, 89-96. Recuperado de <https://res.uniandes.edu.co/view.php/375/index.php?id=375>.

Anexo 6

Formato de Validación por Jueces Expertos

Nombre Juez: _____

Respetado Juez:

Agradecemos su participación en la validación del **Inventario de Percepción de Roles de Sexo**, diseñado con fines académicos con el fin de analizar las percepciones sobre roles de sexo de hombres y mujeres en tres dimensiones estereotípicas: competencia, calidez y atractivo físico, en estudiantes de secundaria de un colegio de Piedecuesta, Santander.

Para el proceso de validación tenga en cuenta lo siguiente:

1. El inventario comprende un conjunto de 60 adjetivos en tres dimensiones estereotípicas: competencia y calidez (Fiske, Cuddy, Glick & Xu, 2002) y atractivo físico (Gracia, Marcó & Fernández, 1999; Rodríguez, 2008). Cada dimensión comprende 20 adjetivos que fueron seleccionados y categorizados en cada dimensión con base en una revisión bibliográfica de artículos científicos, del diccionario de la Real academia de la lengua Española y el Breve Diccionario de Colombianismos. Para ampliar información sobre el Inventario puede consultar la ficha técnica.

Le solicitamos atentamente como juez experto lo siguiente:

Favor, califique cada uno de los 60 adjetivos en los siguientes criterios de evaluación, utilizando la escala de calificación de los adjetivos que se presenta en la siguiente hoja.

Criterios de evaluación

- Claridad: el adjetivo es comprensible en la población de estudiantes de los tres últimos años de secundaria (noveno, décimo y once grados).
- Pertinencia: El adjetivo tiene relación con la dimensión que está midiendo. En caso tal de no ser así, especifique en observaciones cuál adjetivo no es pertinente.
- Relevancia cultural: los adjetivos utilizados son adecuados al contexto cultural santandereano, es decir, son utilizados en esta región geográfica.
- Suficiencia: el adjetivo que pertenece a la misma dimensión basta para obtener la medición de esta.
- Observaciones: Sugerencias respecto a qué adjetivos no deben ser incluidos en cada dimensión y cuáles podrían ser incluidos, entre otras que consideren relevantes para cualificar el instrumento.

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Escala de calificación de los adjetivos

1	2	3	4
No cumple con el criterio	Bajo Nivel	Moderado Nivel	Alto Nivel

Dimensión de Competencia	Criterios evaluativos															
	<i>Claridad</i>				<i>Pertinencia</i>				<i>Relevancia Cultural</i>				<i>Suficiencia</i>			
Capaz	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Competitivo/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Creativo/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Determinado/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Emprendedor/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Exitoso/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Inteligente	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Ingenioso/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Valiente/a																
Pilo/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aventurero/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Competente	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Astuto/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Trabajador/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Ambicioso/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Analítico/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Autosuficiente	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Decidido/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Hábil	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Líder	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Observaciones:																

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

--

1	2	3	4
No cumple con el criterio	Bajo Nivel	Moderado Nivel	Alto Nivel

Dimensión de Calidez	Claridad				Pertinencia				Relevancia Cultural				Suficiencia			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Afectuoso/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Confiable	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Bueno/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Alegre	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Agradable	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tolerante	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Agradecido/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Amable	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Querido/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Gentil	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Sentimental	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Sociable	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Sincero/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Honrado/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Cariñoso/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Respetuoso/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Solidario/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Cordial	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tratable	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Sensible	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Observaciones:																

1	2	3	4
No cumple con el criterio	Bajo Nivel	Moderado Nivel	Alto Nivel

Dimensión de Atractivo	Claridad				Pertinencia				Relevancia Cultural				Suficiencia			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Sexy	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Deseable	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Hermoso/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Churro/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Guapo/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Erótico/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Seductor/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4

REPRESENTACIONES ESTEREOTÍPICAS DE GÉNERO

Atractivo/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Sensual	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Simpático/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Lindo/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elegante	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Coqueto/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Encantador/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Bello/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Atrayente	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elegante	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Escultural	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Sexual	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Agraciado/a	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Observaciones:																