

TEMA 10: NOCIONES BÁSICAS EN EL ESTUDIO DE LOS ESTEREOTIPOS

1. Nociones básicas en el estudio de los estereotipos

1.1. Qué son los estereotipos

Estereotipos: se consideran un conjunto de creencias compartidas sobre las características de un grupo social → estas creencias hacen referencia a lo que pensamos sobre ciertos grupos y pueden contener elementos tanto positivos como negativos.

Cuando aplicamos un estereotipo lo que hacemos es usar las expectativas previas y creencias que tenemos sobre ese grupo para explicar su comportamiento.

Aspectos definitorios de los estereotipos:

- simplifican o exageran los rasgos atribuidos a un grupo
- sirven para justificar o racionalizar las reacciones afectivas y conductuales hacia un grupo
- son rígidos y resistentes al cambio, aunque se obtenga información que los desconfirme
- de carácter consensuado → creencias compartidas por los miembros de una cultura

Estereotipia: para referirse al grado en el que una persona asume esas creencias estereotipadas y compartidas. Los estereotipos pueden expresarse como las creencias culturales sobre las características de los miembros de un grupo o como las creencias personales sobre esas características.

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

Una de las explicaciones sobre el origen de los estereotipos más aceptada es la que defiende que su origen descansa en un proceso cognitivo básico que realizamos de forma automática: la **categorización**. Ésta permite organizar la complejidad del entorno que nos rodea a partir de diferentes conjuntos que comparten características.

Categorización social: hace referencia al proceso que permite clasificar a las personas en grupos en función de las características que tienen en común (ejemplo: etnia, edad, sexo o nacionalidad) → a través de la pertenencia grupal asignamos a una persona las características atribuidas a todos los miembros de su grupo.

Cuadro 10.1 **¿Por qué categorizados la realidad social de la forma en que lo hacemos?**
Algunos de los motivos que nos conducen a realizar categorizaciones sociales:

- La categorización social es un proceso cognitivo bastante automático que permite procesar gran cantidad de información de forma rápida y eficaz.
- Se manifiesta en muchas otras especies.

- Los **psicólogos evolucionistas** sostienen que nuestra capacidad para categorizar la realidad social ha evolucionado porque resultó útil para nuestros ancestros en su lucha por la supervivencia y la reproducción.
- Tenderemos a hacer categorizaciones sociales en relación con aquellas características que han aportado información relevante para la eficacia **biológica inclusiva** (para la propagación de los propios genes) de los seres humanos desde tiempos ancestrales, como el sexo, la edad o la pertenencia grupal.
- *Cuando categorizados a alguien como miembro del exogrupo da lugar a percepciones y caracterizaciones globales, abstractas y negativas* que tienden a provocar conductas defensivas, competitivas, explotadoras o agresivas, mientras que *cuando categorizamos a un miembro del endogrupo estas percepciones son más complejas.*
- Los programas cognitivos que usamos para categorizar a los demás son flexibles y sensibles al contexto

La categorización de las personas por su pertenencia grupal genera diversos efectos automáticos que afectan a procesos cognitivos, afectivos y motivacionales. Entre los cognitivos está la **homogeneidad exogrupal**: sesgo que lleva a percibir a los miembros del otro grupo (exogrupo) más semejantes entre sí y a los miembros del grupo al que pertenecemos (endogrupo) de forma más diferenciada. Ejemplo: los alemanes son todos iguales, sin embargo, los españoles son diferentes entre sí.

Explicación cognitiva de este sesgo → conocemos a muchos miembros de nuestro grupo por experiencia directa, mientras que el conocimiento de los miembros de exogrupos se debe en buena medida al aprendizaje cultural indirecto.

Los estereotipos tienen **connotaciones afectivas** (positivas o negativas) y **motivacionales** que influyen en esa categorización → lo que origina que se distorsione la realidad y se tienda a exagerar las diferencias entre los grupos y a subestimar las variaciones entre los individuos que pertenecen a un mismo grupo.

Los estereotipos se aprenden a través del proceso de socialización y su transmisión se produce de diversas formas. Una vez formados y adquiridos se trata de estructuras rígidas difíciles de modificar, aunque exista información que los desconfirme → cuando una persona no encaja con el estereotipo de un grupo la incluimos en *otra categoría o subtipo* (categoría especial que incluye a quienes no se ajustan al estereotipo convencional).

Los estereotipos funcionan como esquemas que nos conducen a ignorar de forma sutil la información inconsistente con nuestros estereotipos hasta hacerla consistente con ellos.

Prestamos más atención a la información que confirma nuestras expectativas previas y no atendemos a la que las contradice, salvo que la incongruencia sea muy fuerte. Ejemplo: **Correlación ilusoria** → consiste en percibir asociaciones entre variables que realmente no están relacionadas.

Los estereotipos funcionan no solo a nivel *explícito* sino también **implícito** → actuando como creencias que no reconocemos, pero una vez activados pueden determinar el comportamiento manifiesto hacia quienes se dirigen.

2. MEDIDA DE LOS ESTEREOTIPOS

La medida de los estereotipos tiene como objetivo:

1. Evaluar el contenido cultural de los estereotipos → se refiere a las creencias compartidas en una cultura sobre qué características o atributos poseen la mayoría de los miembros de determinado grupo social.
2. Valorar el grado de estereotipia de los individuos → describe el grado en el que una persona aplica esas creencias al evaluar a los miembros de ese grupo y cómo se usan a la hora de realizar inferencias o juicios sobre ellos.

Estos dos aspectos están relacionados pero son diferentes. Se han desarrollado una serie de técnicas específicas para la medida de los estereotipos, que pueden servir como base para elaborar un instrumento concreto. Se describen a continuación:

Lista de adjetivos

Se usa para averiguar el contenido de los estereotipos. La lista de adjetivos se suele obtener habitualmente a partir de estudios previos que emplean una técnica de respuesta abierta pidiendo a los componentes de una muestra que generen libremente características que describen a los miembros del grupo y seleccionándose después aquellos rasgos que se mencionan con mayor frecuencia.

La ventaja de la técnica de respuesta abierta es que permite obtener características que no están sesgadas por las creencias previas de los investigadores que elaboran una lista.

Máxima saliencia transversal: se aplica a un adjetivo que es mucho más usado para describir a un grupo étnico que a los demás.

Estimación de porcentajes

La técnica anterior plantea el problema de que no permite estimar el grado de estereotipia de los individuos → identificar hasta qué punto una persona suscribe esas creencias culturalmente compartidas o no.

Con esta técnica se estima el porcentaje de miembros de un determinado grupo que posee una característica o atributo. Consiste en pedir a los participantes que indiquen el porcentaje de individuos del grupo que posee cada atributo.

Esta técnica puede usarse con un doble objetivo:

- permite medir de forma escalar (con un rango de 0 a 100) la estereotipia
- se puede emplear para comprobar hasta qué punto un rasgo o característica se considera estereotípico o no.

La razón diagnóstica

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

Para calcular la razón se divide el porcentaje de miembros de un grupo que se supone tiene una determinada característica por el porcentaje de personas que se supone que tienen esa característica -> Si la razón obtenida es superior a uno esa característica es importante para representar al grupo

Esta técnica permite obtener una medida individual de estereotipia a partir de la suma de las razones diagnósticas de los diferentes rasgos estereotipados.

Otras medidas de estereotipia

Como los estereotipos constituyen la base cognitiva de las actitudes hacia un grupo, las mismas técnicas que se emplean para medir actitudes, tanto explícitas como implícitas, pueden usarse para medir estereotipia.

3. FUNCIONES DE LOS ESTEREOTIPOS

Se puede afirmar que los estereotipos no sólo reflejan la realidad social sino que sirven para explicarla y, a veces, contribuyen a crearla.

Las funciones de los estereotipos se pueden dividir en 2 grandes bloques (Tajfel):

Funciones individuales o psicológicas

No son meramente cognitivas sino también motivacionales. Los estereotipos en el nivel individual sirven para ordenar y estructurar la percepción a través de la categorización.

Cumplen la función de simplificación de la realidad permitiendo reducir el esfuerzo cognitivo que supondría procesar el gran flujo de información que recibimos constantemente.

Los estereotipos actuando como esquemas nos aportan información sobre la conducta esperada de una persona en contextos diferentes en función de su pertenencia grupal con el consiguiente ahorro de esfuerzo cognitivo.

Los estereotipos suelen tener connotaciones positivas o negativas y rara vez neutras, se trata de exageraciones y generalizaciones que pueden ocasionar problemas para los miembros del grupo estereotipado negativamente.

La amenaza del estereotipo: es un fenómeno que hace referencia a la disminución en el rendimiento en situaciones en las que las personas se sienten amenazadas por la posibilidad de que su desempeño confirme (a otros o a ellos mismo) un estereotipo negativo sobre las capacidades de su grupo. (Cuadro 10.4)

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

El fenómeno de la amenaza del estereotipo se produce cuando en la situación concreta en la que se realiza la actividad se hace saliente la pertenencia grupal, dejando muy claro en qué categoría se clasifica a la persona, quedando estereotipada como incompetente para ese tipo de tareas.

El lado “justo” de este fenómeno es que nadie está libre de semejante amenaza. Todo es cuestión de dar con las circunstancias apropiadas para provocarla.

Funciones sociales

Los estereotipos cumplen la función psicológica de proteger el sistema de valores del individuo, ya que las categorías sociales están cargadas de valor para las personas. Tajfel plantea 3 funciones sociales:

- A. **Búsqueda de una identidad positiva.** Una de las funciones sociales de los estereotipos es clasificar diferencialmente a los miembros del endogrupo y el exogrupo, fomentando la visión positiva de nuestro grupo en comparación con los otros → produciéndose “**favoritismo endogrupal**”
- B. **Justificación de acciones contra otros grupos.** La percepción de los miembros de unos grupos de forma más negativa que los de otros facilita la justificación y racionalización de ciertas conductas discriminatorias.
- C. **Explicación de la realidad social.** Los estereotipos sirven para explicar acontecimientos sociales: cómo actúan los grupos, por qué lo hacen y cómo se conforma y mantiene la estructura social.

También cumplen una **función de control social** que se refiere a la relación existente entre el poder y la forma de estereotipar → los grupos de menor poder se forman impresiones más detalladas de los más poderosos, y éstos tienden a tener imágenes más estereotipadas de los grupos inferiores.

Hay autores que piensan que los estereotipos pueden cumplir la *función ideológica de justificación y legitimación de un sistema u organización social*.

Teoría de la justificación del sistema: se refiere a los procesos por los cuales se mantienen y hacen legítimas convenciones sociales a expensas de los intereses personales y del grupo → las personas que están en situación de privilegio les parezca justo el statu quo. Lo que hacen los miembros de los grupos desfavorecidos es mantener los estereotipos de los grupos dominantes, aunque no compartan la visión negativa del endogrupo, de manera que se preserva el orden social establecido. Según esta teoría, los estereotipos mantienen y justifican un sistema social determinado que sigue favoreciendo a los grupos dominantes.

4. MODELO SOBRE EL CONTENIDO DE LOS ESTEREOTIPOS

El contenido de los estereotipos puede variar en función de los cambios sociales y a lo largo del tiempo. Ejemplo: antes de la llegada de Hitler al poder, los alemanes no tenían una visión tan negativa de los judíos como la que se desarrolló a partir de la propaganda nazi.

Susan Fiske y su equipo han llevado a cabo una investigación sistemática en torno al contenido de los estereotipos, basada en el postulado de que las creencias estereotipadas sobre un grupo se fundamentan en las relaciones estructurales que mantienen los grupos, así como en las funciones que cumplen los estereotipos en las relaciones interpersonales y grupales.

Este modelo afirma que las creencias estereotipadas también se rigen por unos principios que permiten agruparlas en torno a 2 dimensiones:

- **competencia o capacidad instrumental:** en esa dimensión estaría aquel contenido que se refiere a las características asociadas a la inteligencia, habilidad para alcanzar metas prestigiosas o la racionalidad
- **sociabilidad o afectividad:** en esta otra dimensión estaría aquel contenido que se refiere a características relacionadas con aspectos como amistad, simpatía o sensibilidad

Estas 2 dimensiones se pueden combinar dando lugar a 4 posibles categorías:

- Competentes y sociables
- Competentes y fríos

- Sociables e incompetentes
- Fríos e incompetentes

Por tanto los estereotipos pueden ser mixtos y contener características positivas y negativas conjuntamente → pueden ser **ambivalentes**.

Estas 2 dimensiones permitirían al perceptor clasificar a las personas de acuerdo con la probabilidad de que sus intenciones sean amigables u hostiles y de su mayor o menos capacidad para alcanzar objetivos.

Fiske y su equipo postulan que los estereotipos culturales sobre las características de sociabilidad y competencia de los grupos dependen de las estructuras sociales. Su hipótesis se basa en 2 premisas:

- que los grupos se perciben como más competentes si tienen alto estatus y poder y como más incompetentes si su estatus y poder es bajo
- los grupos se perciben como sociables y afectivos siempre que no compitan con nuestro grupo

El **estatus** y la **competitividad** determinarán si las emociones hacia los grupos son positivas o negativas así como el tipo de emoción.

5. LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

Definición y componentes

Estereotipos de género: es el conjunto de creencias compartidas socialmente sobre hombres y mujeres que se suelen aplicar de forma indiscriminada a todos los miembros de cada uno de estos grupos.

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

Los **componentes de los estereotipos de género** están referidos a:

- **Estereotipia de rasgo:** hace referencia a las características que se considera que definen de forma diferente a hombres y mujeres (la mujer es más emocional y sensible y el hombre es más agresivo, independiente y competitivo)
- **Estereotipia de rol:** incluye las actividades que se consideran más apropiadas para hombres y mujeres (mujer: tareas domésticas, hombre: actividades fuera de casa)
- **Ocupaciones:** también están estereotipadas (hombre: mecánico, mujer: maestra)
- **Rasgos físicos:** hay ciertos rasgos que se consideran más característicos de mujeres (voz suave, complexión ligera) y otros de hombres (más altos, más fuertes, voz grave)

Estos componentes son relativamente independientes, pero basándose en uno de ellos las personas extienden sus juicios a los otros 3. De este modo, la información sobre un componente afecta al resto, ya que tratamos de mantener consistencia entre ellos.

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

Dimensión descriptiva: cuando nos referimos a las características que se adscriben a hombres y mujeres. Hace referencia a cómo creemos que son hombres y mujeres.

Dimensión prescriptiva: tiene un carácter normativo y preceptivo e indica cómo deberían ser y comportarse hombres y mujeres. Hace referencia a las creencias sobre las características que son deseables y se esperan de cada sexo.

Según 2 autoras (**Burgess y Borgida**) destacan funciones diferentes para ambas dimensiones:

- El componente descriptivo de los estereotipos de género tiene una **función cognitiva** → simplifica el procesamiento de la información mediante la representación esquemática de la realidad.
- El componente prescriptivo de los estereotipos de género está relacionado con **intereses motivacionales**. Cumple la función de justificación y mantenimiento del statu quo que los convierte en un elemento discriminatorio y de resistencia al cambio.

Así los estereotipos de género cumplen de este modo una función de mecanismo de control que determina lo que es normal, aceptable y lo que se desvía de la norma.

También señalan ambas autoras que los procesos por los que las 2 dimensiones de los estereotipos de género dan lugar a la discriminación son diferentes:

- Los aspectos descriptivos dan lugar a una forma de **discriminación “fría”** que no está basada en los prejuicios de género → discriminación sin hostilidad y sin que exista una intención abierta de discriminar.
- Los aspectos prescriptivos dan lugar a una forma de **discriminación “caliente”** que suele proceder de los prejuicios de género y está basada en la hostilidad o el resentimiento, existiendo una discriminación intencional hacia las mujeres que transgreden las prescripciones de su rol de género.

En general tanto hombres como mujeres pueden ser igualmente propensos a discriminar basándose en el componente descriptivo porque se trata de representaciones culturales que son compartidas por personas de ambos sexos.

A. INFLUENCIA DE LOS ESTEREOTIPOS ASOCIADOS A LA EDAD EN LA SALUD MENTAL DE LOS MAYORES

La aplicación personal de los estereotipos de su grupo (estereotipia) influye en su calidad de vida y en la propia longevidad.

A.1 ESTEREOTIPOS SOBRE LOS MAYORES Y EL ENVEJECIMIENTO

Consecuencias conductuales debidas a los estereotipos de interés para el psicólogo:

- Conductas desarrolladas por las personas hacia los grupos estereotipados
- La propia conducta de estos grupos

Ambas conductas manifiestas van a depender del contenido del estereotipo. Por ejemplo, siguiendo el modelo del contenido del estereotipo (Fiske, Xu, Cuddy y Glick, 1999), será más probable que los individuos presten ayuda a miembros de grupos hacia los que la sociedad mantiene un prejuicio paternalista.

Lo relevante para la Psicología Social no va a ser el contenido de los estereotipos en sí, sino las conductas que se activan. Bargh, Chen y Burrows (1996) comprobaron cómo tras la activación de rasgos estereotípicos propios del grupo de mayores, las personas jóvenes mostraban una marcha más lenta al caminar. El proceso de activación de rasgos estereotípicos ocurre muchas veces fuera del control consciente.

Los estereotipos sobre mayores y el proceso de envejecimiento tienen relevancia por 2 razones:

- Por el envejecimiento de la población y el aumento de la esperanza de vida
- Todas las personas interiorizarán estos estereotipos según vayan cumpliendo años

Estos estereotipos tienen carácter transcultural.

A.2 EL CONTENIDO DEL ESTEREOTIPO SOBRE LOS MAYORES

Tanto entre los miembros del grupo estereotipado (>65) como entre los miembros del que ostenta la estereotipia (18-65) existe un alto acuerdo sobre las características para categorizar a una persona como mayor. Esta categorización está basada en la edad y el deterioro de la salud. Acuerdo entre los 3 grupos de edad de los que extrajeron los rasgos estereotípicos: jóvenes, adultos y mayores (CIS, 2008):

- 1º Dependiente/ 2º Enfermo
- *Triste* se asignaba más al grupo de mayores y menos el de *trabajadores*.

El mero proceso de categorización dentro de un grupo u otro puede otorgar un sentido diferente al contenido de los estereotipos relativos al grupo de mayores.

Sin embargo, IMSERSO, 2008: 27% de mayores indican tener mala salud y 15% estar tristes.

Por tanto, los estereotipos de mayores no son aplicables a todos los miembros del grupo categorizado como tal.

A.3 EL PROCESO DE AUTOESTEREOTIPIA COMO PERSONA MAYOR

OMS, 1989, 2002: promueve el rechazo a los estereotipos sobre el envejecimiento ya que mantienen un valor patológico sobre la salud de los mayores a través de un proceso de **profecía autocumplida**.

Estos estereotipos se interiorizan progresivamente y los individuos terminan por aplicárselos a sí mismos. Además, las personas mayores poseerán menos habilidades para amortiguar el impacto de los estereotipos negativos.

Estudio sobre el **uso del tiempo** (CIREs, 1996):

- Existe un grupo de conductas cuya frecuencia decrece con la edad (coef. correlación -)
- Existen grupos de conductas que es más probable encontrar en determinadas franjas de edad
- Por tanto, la probabilidad de asociación a uno u otro grupo será mayor, y este tipo de conductas pasarán a formar parte de los aspectos **descriptivos** de los estereotipos de edad
- La cuestión es que estas conductas adquieren un carácter **prescriptivo/ normativo**: *qué deben hacer y qué no* (como ocurre con los estereotipos de género)

A.4 EFECTOS DEL PROCESO DE AUTOESTEREOTIPIA SOBRE LA SALUD DE LOS MAYORES

Hipótesis de Levy et al. (*Longevity increased by self perceptions of aging*, 2002): una visión positiva del propio envejecimiento, no congruente con el contenido del estereotipo, debería tener implicaciones positivas sobre la salud de las personas.

Obtuvieron una esperanza de vida media 7,5 años mayor. Este hecho se producía independientemente de otros indicadores que también afectan a la salud (género, etnia, nivel educativo, estatus socio-económico, sensación de soledad, estado de salud funcional).

Considerando los procesos de autoestima y discriminación se pueden establecer 2 líneas:

- Fomentar el rechazo de los estereotipos negativos
- Promover una mejor autopercepción del envejecimiento

A.5 ALGUNAS INVESTIGACIONES EN TORNO AL CAMBIO DE ESTEREOTIPOS SOBRE EL GRUPO DE MAYORES

Guo, Erber y Szuchman (1999): comprobar si la información contraria al estereotipo conseguía cambios en la evaluación de una persona mayor.

VARIABLES EXPERIMENTALES:

- Activación o no del estereotipo de pérdida de memoria
- Edad de un hombre (joven o mayor) del que se informaba que había tenido varios olvidos

CONDICIONES APLICADAS:

1. Activación estereotipo: **modifica la percepción de los grupos** de jóvenes (28) y mayores (67 años)
2. Contraria: No se encontraron diferencias estadísticamente significativas
3. Control: la edad del protagonista no fue lo suficientemente importante para que las percepciones de falta de capacidad fuesen estadísticamente significativas

CONCLUSIONES:

- Presentar información contraria al estereotipo no modifica los negativos relativos al grupo de mayores
- El estereotipo es fácilmente activado por la presentación de información congruente con él

Cuddy et al. (2005): se puede modificar el contenido del estereotipo variando el nivel de competencia con el que se presenta a un miembro del grupo. Resultados:

- La visión de competencia de una persona mayor fue independiente de la info adicional que se diera sobre ella
- En la condición de baja competencia los participantes aumentaron la puntuación de sociabilidad de la persona estímulo

Se observó un aumento de la estereotipia relativa al grupo de mayores cuando se presentaba información congruente con el estereotipo, ya que se les atribuía más sociabilidad. La manipulación para reducir el impacto del estereotipo no se diferenció de la condición de control.

Se ha adoptado la estrategia de **toma de perspectiva**, más efectiva: persigue provocar una experiencia de sentimientos de empatía hacia la persona estímulo, que se extiende hacia el grupo en su conjunto.