



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultat de Psicologia

Memòria del Treball de Fi de Grau

Análisis de la auto asignación de estereotipos de género actuales

Irene Mayoral San Julián

Grau de psicologia

Any acadèmic 2015-16

DNI de l'alumne: 43216965B

Treball tutelat per Victoria Auror Ferrer Pérez
Departament de Psicologia social

S'autoritza la Universitat a incloure aquest treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació

Autor		Tutor
Sí	No	Sí
x		x

Paraules clau del treball:
Estereotipos, genero, auto asignación.

Resumen:

Analizar los estereotipos de género resulta importante para poder ser conscientes de cómo evoluciona nuestra sociedad. En cierto sentido la mejor manera de hacerlo es observar cuáles de estos estereotipos están vigentes hoy en día y con cuáles se identifica más la sociedad dependiendo de su sexo. En este estudio se administró la escala de auto asignación de estereotipos de género junto con una breve escala sociodemográfica a 100 participantes, de los cuales 50 eran hombres y 50 mujeres, residentes en Islas Baleares de edades entre 20 y 30 años. En los resultados del análisis de datos se pudieron extraer dos importantes conclusiones. El primero es que hombres y mujeres se sintieron más identificados con estereotipos positivos y que concretamente los hombres se identificaron más con adjetivos femeninos. Y por otro lado, variables sociodemográficas como creencias religiosas o políticas no tuvieron influencia en las variables de respuesta de auto asignación.

Abstract:

In order to analyze gender stereotypes it is important to be aware of how our society evolves. The best way to do this is to observe which of these stereotypes are still valid today and which in society are more identifiable, depending on your sex. This study collected the auto assignment scale of gender stereotypes along with a brief socio-demographic scale of 100 participants of 50 male and 50 female residents of the Balearic Islands, aged between 20 and 30 years. From the results of the data analysis two important changes were evident. The first is that both genders identified more with positive stereotypes and the men, more specifically, increasingly identified with feminine adjectives. The second observation was that sociodemographic variables such as political or religious beliefs did not influence the response variables of auto assignment.

Agradecimientos

En primer lugar quería agradecerle a mi compañero y amigo Miquel Ginard su paciencia, comprensión y sus consejos estadísticos. También quería agradecer todo su apoyo a mi pareja, Gabriel, por estar a mi lado y animarme a continuar. Y en especial quisiera agradecer su tutelaje, orientación, consejos en este proyecto a mi tutora Victoria Ferrer. Y por último dar las gracias por la ayuda y el interés a la autora, Rosario Castillo Mayén.

Indice

1. Introducción.....	5
1.1 Objetivos e hipótesis.....	7
2. Metodología.....	8
2.1 Participantes.....	8
2.2 Instrumentos.....	9
2.3 Procedimiento.....	10
2.4 Diseño y análisis de datos.....	11
3. Resultados.....	12
4. Discusión y conclusiones.....	21
5. Bibliografía.....	24
6. Anexos.....	26

Introducción

Los estereotipos de género definidos en base a una representación cognitiva de los grupos sociales, influyen a la hora de procesar e interpretar información de dichos grupos, el comportamiento de sus miembros y el propio (Dovidio, Evans y Tyler, 1986). Por lo tanto los estereotipos de género serían un conjunto estructurado de creencias compartidas dentro de una cultura o grupo acerca de los atributos o características que posee cada género. Tales creencias, junto con la identidad e ideología de género, subyacen a las conductas discriminatorias basadas en la categorización de una persona como mujer u hombre (Barberá, 1998; Moya y Puertas, 2003).

Tales características se han vinculado con los conceptos de masculinidad y feminidad. En concreto, la masculinidad se construye sobre la percepción de que los hombres poseen más rasgos instrumentales, tales como dureza, independencia, competición, eficacia o agresividad, mientras que la feminidad se determina por la posesión de características expresivas como emocional, sumisa, dependiente, y compasiva (Lameiras, López, Rodríguez, D'Avila, Lugo, Salvador, Mineiro, & Granejo, 2002).

Según la teoría del rol social, el comportamiento de los miembros dentro de un grupo, da forma a un estereotipo. Los grupos deben tener estos estereotipos dinámicos destinados a cambiar con el tiempo. Por lo que las diferencias sexuales van erosionando debido a la creciente similitud de los roles de hombres y mujeres, tal cambio debe ser más dinámico ante el estereotipo femenino, a causa de un mayor cambio en los roles femeninos en comparación a los hombres. Estas creencias estereotípicas surgen al observar que cada grupo realiza roles sociales diferentes, esto, junto a el proceso de socialización y los procesos individuales favorecen la aparición de comportamientos diferenciados entre mujeres y hombres, y en consecuencia el mantenimiento de estos estereotipos (Eagly, Wood y Diekmann 2000).

Mediante los estudios de Castillo Mayén R. (2007), se reunieron más de 600 adjetivos estereotipados, tanto masculinos como femeninos, que formaron parte para crear una escala para medir dichos estereotipos de género y fueron reduciéndolos en función de los más tradicionales, los que más han persistido en los largos intervalos de tiempo y los más característicos, creando así una escala que permitiese medir qué estereotipos de género se auto-asignan según la percepción de sus características. A través de los resultados de este estudio se hizo una selección de estereotipos de género actuales más exhaustiva, obteniendo así una escala de auto-asignación de estereotipos de género incluyendo estereotipos positivos y negativos (Castillo Mayén R. 2011).

Es importante tener en cuenta las características sociodemográficas de la población, para poder comprobar la evolución de las diferentes características sociales y culturales así como su estabilidad. Para ello debemos poner énfasis a algunas variables como la edad, el sexo, la orientación política y la religiosidad y sus correspondientes grado de creencia en estos, ya que estas pueden tener influencia a la hora de considerar un estereotipo u otro como propio.

Por lo tanto, como resultado de el estudio de Castillo Mayén (2011), se pudo identificar qué estereotipos de género permanecieron vigentes en la actualidad, los que diferenciaban cada sexo sin variar respecto a las características sociodemográficas, sin embargo se pudo observar un cambio significativo en las asignaciones en cuanto a los estereotipos femeninos, destacando un avance hacia la igualdad.

Posteriormente en el estudio de Aranda, Montes y Castillo Mayén (2011) verificaron la utilidad de la escala de auto-asignación de estereotipos, concluyendo la no diferenciación en cuanto a las auto-asignaciones con uno u otro género, ambos sexos se sienten más identificados con estereotipos positivos en relación al grupo de género contrario y una menor identificación con estereotipos negativos asociados con el grupo de género al que pertenecen. También se observó una mayor auto-asignación de estereotipos masculinos tanto positivos como negativos.

Los estereotipos de género, prejuicios y actitudes van ligados, por lo que llevan a consecuencias negativas, ya que causan limitaciones en el desarrollo integral de las personas, influyendo sobre sus preferencias, las cuales normalmente las mujeres son las más afectadas, favoreciendo su vulnerabilidad para ser víctimas de violencia.

A causa de la importancia de los estereotipos de género dentro de la discriminación y sus diferentes procedimientos, resulta esencial conocer si el contenido de estos estereotipos permanece estable o si se ha producido algún cambio.

Objetivos e hipótesis

Los objetivos de este estudio, en consonancia con estudios anteriores son, identificar cuáles de los estereotipos de género tradicionales se mantienen vigentes en la actualidad mediante la auto-asignación de las características personales y ver si se adjudican estereotipos típicos masculinos o femeninos, negativos o positivos. Esencialmente se pretende observar que tanto en hombres y mujeres se identifiquen más significativamente con estereotipos positivos propios del sexo contrario y por otra parte que se vean menos identificados con aquellos estereotipos negativos típicos de su sexo. También se espera encontrar un efecto global de las variables sociodemográficas en la consideración de algunos estereotipos de género como más o menos característico de hombre o mujer.

Por tanto a partir de estos objetivos, se plantean las siguientes hipótesis:

- Hipótesis 1: No hay diferencias significativas en ambos géneros en cuanto a la auto-asignación de estereotipos tanto masculinos como femeninos.
- Hipótesis 2: Las variables socio demográficas de creencias religiosas y políticas causarán un efecto global en cuanto a la auto-asignación de un estereotipos de género u otro, por lo tanto la identificación con uno u otro estereotipo se vería marcada por el efecto de estas variables socio demográficas.

Metodología

Participantes

La muestra está compuesta por 100 sujetos, de los cuales 50 son hombres y 50 mujeres, de esta manera habrá una proporción equitativa en cuanto a la variable sexo, que es la que nos interesa medir. Los participantes tienen entre 20 y 30 años, hombres (media: 26'44 , DE: 3'98) y mujeres (media: 24'78 y DE: 2'852). Todos los participantes pertenecen a la población residente en Islas Baleares. Sin embargo a la hora de realizar el análisis estadístico, la variable edad al hacer la prueba de normalidad esta nos salió como que no había normalidad, por lo que se realizó una prueba de no paramétrica, prueba U de MannWhitney. Según las mujeres (media: 24'78 y DE: 2'852) y hombres (media: 26'44 y DE: 3'98) obtuvimos una $z=3'753^{**}$ y una $P= 0'0001$. De esta forma podemos observar que la variable edad es mayor en hombres, siendo así muy significativa ($p<0'01$). Otros datos sociodemográficos que se tuvieron en cuenta fueron la orientación política, en la que 46% de los participantes masculinos y 56% femeninos eran de izquierdas, un 12% masculino y un 6% femenino eran de derechas, un 24% masculino y un 12% femenino eran de centro y un 18% masculino y un 6% femenino no se identificaron con ninguna. En cuanto al grado de creencia política los hombres obtuvieron una media de 2'56 y mas mujeres de 4'76. Las variables sociodemográficas en cuanto a la creencia política fueron, 44% masculino y 40% femenino se identificaron como ateos, 32% masculino y 26% femenino como agnóstico, 12% masculino y 16% femenino como creyentes y un 12% masculino y un 18% femenino no se identificaron con ninguna creencia religiosa.

Instrumentos

- *Escala de auto-asignación de estereotipos de género:* Esta escala fue elaborada por M^a del Rosario Castillo Mayén y Beatriz Montes Berges después de analizar los resultados de la escala original que consta de 258 adjetivos. Para esta escala se han seleccionado aquellos estereotipos de género de valencia positiva y negativa que han permanecido vigentes, es decir aquellos que con los años han persistido diferenciando entre género. Esta escala permite valorar la auto-asignación de estereotipos de género, es decir, en que medida los participantes se sienten identificados con uno u otro adjetivo como parte de sus características personales. Consta de 40 adjetivos, de los cuales 20 son adjetivos femeninos (10 estereotipos positivos y 10 estereotipos negativos) y los otros 20 son adjetivos masculinos (10 estereotipos positivos y 10 estereotipos negativos). El formato de respuesta consta de una escala tipo Likert con rango de respuesta de (1) ‘‘en absoluto característico de mí’’ hasta (5) ‘‘totalmente característico de mí’’, por lo que a mayor puntuación del ítem indica mayor asignación del ítem (anexo 2). La fiabilidad de la escala obtuvo un valor de $\alpha = 0.95$ (Castillo Mayén 2007) y en el estudio posterior de dicha autora en 2011 se obtuvo un valor de 0.71. En cuanto a la validez de la escala, podemos decir que esta puede verse afectada en cuanto a las conductas de los participantes, de forma que estos no respondan con total sinceridad o acorde a sus ideales de personalidad, es decir que hayan contestado según su faceta mas positiva, ocultando o atenuando aquellos aspectos negativos de su personalidad.

	Estereotipos masculinos	Estereotipos femeninos
Estereotipos positivos	10	10
Estereotipos negativos	10	10

- *Escala sociodemográfica*: La finalidad de este cuestionario es recoger información característica de la muestra. En este caso nos hemos centrado en recoger información acerca del sexo (hombre, mujer), la edad, la ideología política (izquierda, derecha, centro, ninguna), la religión (creyente, ateo, escéptico, ninguno) y los respectivos grados de creencia tanto en la religión como en orientación política (adjudicando una puntuación de 0 a 10).

Procedimiento

La escala de estereotipos de género se presentó de forma digitalizada mediante google docs y fue publicada de forma online a través de algunas redes sociales. Se anunció junto a el enlace que contenía la plataforma con los adjetivos, aclaraciones sobre la necesidad de participantes para contestar la escala. Sin revelar en ningún momento la finalidad del estudio para así poder evitar sesgos en las respuestas de los participantes. También se informó del anonimato del cuestionario, por lo tanto la participación en la realización de la escala fue totalmente voluntaria.

En el apartado principal de la escala se encuentra una breve instrucción en cuanto a como debían contestar el cuestionario, especificando que debían responder a los adjetivos dependiendo de si formaba parte de sus características personales o no y que para ello debían puntuar de 1, si ese adjetivo no es en absoluto característico de sí mismo hasta 5, si el adjetivo es totalmente característico de si mismo.

El primer apartado antes de dar pie a los adjetivos, se encontraban las preguntas para poder recoger la información de la escala sociodemográfica de los participantes, en las que debían indicar su sexo, edad, orientación política y religiosidad, así como los grados de creencia en cuanto a las dos últimas. Seguidamente se pasaba a los 40 adjetivos de la escala.

Diseño y análisis de datos

Para la selección de la muestra, hemos excluido a aquellos participantes que no entraban dentro del requisito de edad y hemos seleccionado un número equitativo de hombres y mujeres. Por lo tanto el único grado de manipulación se da en el tipo de muestra que se quiere utilizar, siendo así una cantidad equitativa de hombres y mujeres con un determinado rango de edad. Así pues nuestra variable independiente ya nos viene dada, ya que hemos seleccionado que tipo de participantes vamos a incluir en la muestra, siendo pues el sexo y las creencias tanto políticas como religiosas. Y la variable dependiente serán las puntuaciones de la escala de auto asignación de estereotipos. De ahí entonces que apliquemos una metodología selectiva para este estudio. A partir de aquí usaremos un diseño de ex-post facto, ya que no se establecen relaciones causales y solo se estudia la relación entre las variables que covarian.

Todos los análisis de datos fueron realizados con el programa estadístico SPSS v.15 para windows. Primero se ha analizado la normalidad estadística mediante la prueba de Shappiro Wilk (Anexo 1). En esta se puede comprobar que todas las variables cumplen la normalidad exceptuando la variable edad, en la cual no hay normalidad.

Se ha realizado una comparación de medias entre sexos con las variables cuantitativas. En los casos de normalidad se realizó una t de Student (Tabla1) y las de no normal, seguido de una U de Mann-Whitney para la variable EMN. Para ver si las variables de creencias de nuestra escala sociodemográfica tenían influencias sobre la escala de autoasignación, realizamos ANOVAS intersujetos para comparar la creencia religiosa y política con los sumatorios de adjetivos positivos y negativos (tablas 2 y 3).

Resultados

En los resultados observamos como las mujeres se identificaron en mayor medida con los siguientes adjetivos: cálido/a ($p<0'05$), con buen gusto ($p<0'05$), coqueto/a ($p<0'001$), expresivo ($p<0'01$), histérico/a ($p<0'05$), limpia ($p<0'05$), llorona ($p<0'01$), orientado a una carrera profesional ($p<0'05$) y presumida ($p<0'01$).

Por otro lado, los hombres se sintieron identificados en mayor medida con los siguientes adjetivos: calculador/a ($p<0'001$), alta habilidad en matemáticas ($p<0'05$), desagradable ($p<0'05$), fanfarrón ($p<0'05$), físicamente fuerte ($p<0'01$), inexpresivo/a ($p<0'01$), sucio ($p<0'01$), tranquilo ($p<0'01$) y vicioso ($p<0'01$).

Las mujeres obtuvieron una media significativamente mas elevada en el sumatorio de adjetivos positivos ($p<0'05$), esta puntuación es congruente con la puntuación de EFP (estereotipos femeninos positivos) ya que las mujeres obtuvieron una puntuación significativa mas alta ($p<0'01$).

Tabla1. Comparación de medias entre mujeres y hombres

	Mujeres (n=50)		Hombres (n=50)				
	<i>Media</i>	<i>DE</i>	<i>Media</i>	<i>DE</i>	<i>t</i>	<i>gl</i>	<i>P</i>
Agresivo	2'24	0'87	2,56	0,99	1,71	98	0'090
Amable	4'00	0'571	3'92	0'922	0,521	81'7	0'604
Calculador	2'84	1'2	3'46	1'129	2,660**	98	0'009
Cálido	3'74	0'9	3'34	1'02	2,077*	98	0'040
Científico	3'06	1'236	3'32	1'236	1,097	98	0'275
Alta habilidad en matemáticas	2'44	1'232	2'96	1'245	2,100*	98	0'038

Con buen gusto	3'78	0'961	3'34	0'961	2'469*	98	0'015
Con éxito profesional	3'48	0'707	3'36	0'921	0'731	98	0'466
Coqueto	3'52	1'074	2'6	1'143	4'149**	98	0'000071
Desagradable	1'92	0'804	2'28	0'991	1,995*	98	0'049
Desquiciado	2'54	1'21	2'38	1'21	0'694	98	0'489
Enrevesado	2'62	1'154	2'88	1'154	1'142	98	0'256
Expresivo	4'22	0'864	3'54	0'994	3'651**	98	0'00042
Familiar	3'52	1'129	3'22	1'282	1'241	98	0'217
Fanfarrón	1'66	0'772	2'26	1'046	3'263*	98	0'002
Físicamente fuerte	2'54	1'073	3'06	1'058	2'440**	98	0'016
Histórico	2'84	1'33	2'24	1'222	2'349*	98	0'021
Imprudente	2'04	0'856	2'42	1'23	1'793	87'4	0'077
Inexpresivo	1'64	0'964	2'24	1'238	2'704**	92'4	0'008
Liberado	3'42	0'95	3'46	0'813	0'226	98	0'822
Líder	3'04	0'968	3'18	0'813	0'733	98	0'465
Limpio	3'96	0'856	3'42	0'992	2'915*	95'9	0'004

Llorón	3'28	1'429	2'24	1'021	4'186**	88'7	0'000066
Maleducado	1'44	0'812	1'78	0'932	1'945	98	0'055
Maltratador	1'22	0'418	1'4	0'756	1'473	76'4	0'145
Maniático	2'66	1'319	2'74	1'121	0'327	98	0'745
Oprimido	1'96	1'049	1'78	0'887	0'926	98	0'357
Orientado a una carrera profesional	3'86	0'948	3'38	1'26	2,153*	91	0'034
Orientado a la familia	3'34	1'189	2'96	1'106	1,66	98	0'101
Pasivo	2'24	0'981	2'2	0'948	0,21	98	0'836
Poderoso	2'66	1'002	2'82	0'983	0,806	98	0'422
Presumido	3'32	1'301	2'64	1'191	2,726**		0'008
Saludable	3'38	0'967	3'32	0'957	0,312	98	0'756
Sexualmente activo	3'9	1'035	3'56	1'146	1,557	98	0'123
Sociable	3'92	0'987	3'68	0'957	1,24	98	0'220
Sucio	1'46	0'613	1'98	0'937	3,29**	98	0'001
Sumiso	1'8	0'857	2'1	0'995	1,62	98	0'109
Tranquilo	3'02	1'186	3'64	1'064	2,75**	98	0'007

Vicioso	2'54	1'054	3'14	1'05	2,85**	98	0'005
Violento	1'72	0'927	2'04	1'009	1,65	98	0'102
Sumatorio de adjetivos positivos	68'8	6'05	66'08	7'015	2'076*	98	0'041
Sumatorio de adjetivos negativos	43'98	7'96	46'76	9'51	1'585	98	0'116
EMP	31'78	3'56	32'42	4'77	0'759	98	0'45
EFN	26'1	5'8	24'66	5'33	1'292	98	0'2
EFP	37'02	4'54	33'66	5'24	3'423**	98	0'001
EMN●	17'88	4'43	22'1	6'13	Z= 3'753**		0'0001

* $p < 0'05$

** $p < 0'01$

EMP = Estereotipo masculino positivo

EMN= Estereotipo masculino negativo

EFP= Estereotipo femenino positivo

EFN= Estereotipo femenino negativo

EMN= Estereotipo masculino negativo

● En la variable EMN al hacer la prueba de normalidad son menores a 0'05, por lo tanto aplicamos la vía no paramétrica mediante la U de Man-Whitney. Podemos comprobar que en EMN es muy significativa, siendo mayor en hombres que en mujeres.

A continuación realizamos un análisis de la varianza entre las variables adjetivo positivo y negativo comparándola con la orientación política y religiosa. Vemos que en ambos casos $p > 0,05$ por lo que no hay diferencias significativas entre las variables adjetivo positivo y adjetivo negativo relacionándolas tanto en la orientación política como en la orientación religiosa (tabla 2 y tabla 3).

Tabla 2. ANOVA intersujeto entre las variables adjetivos positivos y negativos agrupadas en orientación religiosa (ateo, creyente, agnóstico, ninguna)

	Ateo		Creyente		agnóstico		Ninguna		F	Sig. P
	Media	DE	Media	DE	Media	DE	Media	DE		
Adjetivo positivo	66,61	6,31	69,14	5,3039	67,24	7,804	68,533	6,555	0'654	0'582
	90		29	5	14	10	3	99		
Adjetivo negativo	45,26	7,7303	42,64	10,111	48,68	8,884	41,800	8,977	2'8	0'051
	19	9	29	74	97	59	0	75		

Tabla 3. ANOVA intersujeto entre las variables adjetivos positivos y negativos agrupadas en orientación política (izquierda, derecha, centro, ninguna)

	Izquierda		Derecha		Centro		Ninguna		F	Sig. P
	Media	DE	Media	DE	Media	DE	Media	DE		
Adjetivo positivo	67,08	6,3681	68,666	4,1833	68,61	8,088	66,81	7,1022	0'394	0'758
		8	7	0	11	76	82	2		
Adjetivo negativo	46,07	9,0307	44,777	10,034	45,27	9,080	44,04	8,1092	0'282	0'838
	84	1	8	66	78	07	55	4		

Para finalizar con nuestro análisis se realizaron dos pruebas F en las que se relacionaban aquellos adjetivos que en la comparación de medias obtuvieron una puntuación significativa más elevada y las diferentes creencias religiosas (ateo, creyente, agnóstico, ninguna) y políticas (izquierda, derecha, centro, ninguna).

En función de las creencias políticas solamente el adjetivo *coqueto* obtuvo una puntuación $p < 0'05$ siendo así significativa, por lo que la creencia política si influye en la autoasignación de este adjetivos. Por otro lado en función de las creencias religiosas solo se obtuvo una puntuación $p < 0'05$ en el adjetivo *limpio*, por lo tanto existe influencia entre la creencia religiosa y la autoasignación de dicho adjetivo.

Tabla 6. ANOVA entre adjetivos significativos y creencias políticas (izquierda, derecha, centro, ninguna).

		Media	DE	F	Sig. P
Cálido	Izquierda	3,63	,937	0	0,8
	Centro	3,44	,984		
	Derecha	3,33	1,000		
	Ninguna	3,50	1,102		
Buen Gusto	Izquierda	3,49	,925	,841	,475
	Centro	3,61	,916		
	Derecha	4,00	,707		
	Ninguna	3,50	,964		
Coqueto	Izquierda	2,75	1,197	2,965*	,036
	Centro	3,44	1,247		
	Derecha	3,00	1,000		
	Ninguna	3,50	1,058		
Expresivo	Izquierda	4,04	,894	1,018	,388
	Centro	3,67	,907		
	Derecha	3,89	1,364		
	Ninguna	3,68	1,086		
Histórico	Izquierda	2,75	1,294	1,328	,270
	Centro	2,61	1,378		
	Derecha	2,22	1,481		
	Ninguna	2,14	1,167		
Limpio	Izquierda	3,67	,909	1,020	,387
	Centro	3,89	1,023		
	Derecha	4,00	1,118		
	Ninguna	3,45	,963		
Llorón	Izquierda	3,02	1,304	1,405	,246
	Centro	2,44	1,294		
	Derecha	2,33	1,118		
	Ninguna	2,59	1,501		
Orientado a la carrera profesional	Izquierda	3,65	1,074	1,578	,200
	Centro	3,67	1,283		
	Derecha	4,22	,972		
	Ninguna	3,27	1,162		

Presumido	Izquierda	2,90	1,285		
	Centro	3,28	1,406		
	Derecha	2,89	1,269	,394	,757
	Ninguna	2,95	1,253		
Calculador	Izquierda	3,00	1,114		
	Centro	3,50	1,249	1,063	,369
	Derecha	2,89	1,537		
	Ninguna	3,32	1,211		
Habilidad matemáticas	Izquierda	2,75	1,246		
	Centro	2,83	1,249		
	Derecha	2,89	1,453	,540	,656
	Ninguna	2,41	1,260		
Desagradable	Izquierda	2,16	,925		
	Centro	1,89	,758	1,325	,271
	Derecha	2,56	1,014		
	Ninguna	1,95	,950		
Fanfarrón	Izquierda	2,04	,937		
	Centro	1,94	1,162	1,413	,244
	Derecha	2,33	1,225		
	Ninguna	1,64	,658		
Fisicamente fuerte	Izquierda	2,78	1,172		
	Centro	2,56	1,149	,544	,653
	Derecha	3,00	1,225		
	Ninguna	2,95	,785		
Inexpresivo	Izquierda	1,88	1,194		
	Centro	2,22	1,114	,466	,707
	Derecha	1,78	,972		
	Ninguna	1,91	1,151		
Sucio	Izquierda	1,82	,865		
	Centro	1,50	,857	1,048	,375
	Derecha	1,44	,527		
	Ninguna	1,77	,813		
Tranquilo	Izquierda	3,18	1,161		
	Centro	3,78	,878	1,533	,211
	Derecha	3,00	1,225		
	Ninguna	3,45	1,299		
Vicioso	Izquierda	2,96	1,113		
	Centro	2,83	,924	,534	,660
	Derecha	2,67	1,414		
	Ninguna	2,64	1,049		

Tabla 6. ANOVA entre adjetivos significativos y creencias religiosas (creyente, ateo, agnóstico, ninguna)

		Media	DE	F	Sig. P
Cálido	Creyente	3,57	,938	,515	,673
	Agnóstico	3,41	1,086		
	Ateo	3,52	1,018		
	Ninguna	3,80	,676		
Buen Gusto	Creyente	3,79	,699	1,138	,338
	Agnóstico	3,31	,930		
	Ateo	3,62	,987		
	Ninguna	3,67	,816		
Coqueto	Creyente	3,29	1,069	,274	,844
	Agnóstico	2,93	1,252		
	Ateo	3,07	1,276		
	Ninguna	3,07	1,033		
Expresivo	Creyente	4	1,18	,231	,874
	Agnóstico	3,93	1,03		
	Ateo	3,79	1,03		
	Ninguna	3,93	0,59		
Histórico	Creyente	2,14	1,460	1,478	,225
	Agnóstico	2,93	1,223		
	Ateo	2,48	1,348		
	Ninguna	2,33	1,113		
Limpio	Creyente	3,86	1,099	3,028*	,033
	Agnóstico	3,83	,889		
	Ateo	3,38	,962		
	Ninguna	4,13	,743		
Llorón	Creyente	2,57	1,604	1,299	,279
	Agnóstico	3,17	1,256		
	Ateo	2,60	1,415		
	Ninguna	2,60	,910		
Orientado a la carrera profesional	Creyente	4,14	1,167	1,180	,322
	Agnóstico	3,55	1,242		
	Ateo	3,55	1,109		
	Ninguna	3,47	,915		
Presumido	Creyente	3,00	1,240	,031	,993
	Agnóstico	2,97	1,239		
	Ateo	2,95	1,324		
	Ninguna	3,07	1,438		
Calculador	Creyente	3,21	1,528	2,321	,080
	Agnóstico	3,45	1,055		
	Ateo	3,17	1,228		
	Ninguna	2,47	,834		
Habilidad matemáticas	Creyente	2,36	1,277	,404	,751
	Agnóstico	2,76	1,354		
	Ateo	2,74	1,270		
	Ninguna	2,80	1,082		

Desagradable	Creyente	2,21	1,251		
	Agnóstico	2,17	,889		
	Ateo	2,00	,911	,300	,825
	Ninguna	2,13	,640		
Fanfarrón	Creyente	1,71	1,069		
	Agnóstico	2,24	,872	1,281	,285
	Ateo	1,88	1,041		
	Ninguna	1,87	,743		
Físicamente fuerte	Creyente	2,79	1,122		
	Agnóstico	2,83	1,136		
	Ateo	2,67	1,097	,675	,569
	Ninguna	3,13	,990		
Inexpresivo	Creyente	1,79	1,188		
	Agnóstico	2,00	1,102		
	Ateo	2,02	1,239	,343	,795
	Ninguna	1,73	,961		
Sucio	Creyente	1,50	,855		
	Agnóstico	1,69	,850		
	Ateo	1,90	,850	1,525	,213
	Ninguna	1,47	,640		
Tranquilo	Creyente	2,86	1,292		
	Agnóstico	3,48	1,056		
	Ateo	3,40	1,251	1,010	,392
	Ninguna	3,27	,961		
Vicioso	Creyente	2,64	1,393		
	Agnóstico	2,97	1,085		
	Ateo	2,95	,962	1,018	,388
	Ninguna	2,47	1,125		

Discusión y conclusion

Con este estudio se pretende conocer aquellos estereotipos de género actuales a través de la auto asignación. Aquellos adjetivos estereotipicos con los que hombres y mujeres se sienten identificados. Para ello, se ha comprobado la autoasignación diferencial a cada género y la posible influencia de las variables sociodemográficas seleccionadas según si se sentían más o menos característico de cada grupo.

En relación a la primera hipótesis, se esperaba no encontrar diferenciación en cuanto a los estereotipos propios del género, a través de los resultados se puede observar que generalmente hombres y mujeres se auto asignaron un mayor número de adjetivos positivos. Por ejemplo, los hombres obtuvieron una puntuación estadísticamente más significativa que las mujeres en adjetivos típicos femeninos como *calculador o tranquilo*.

Aunque en más profundidad, generalmente ambos sexos se identificaron con estereotipos positivos femeninos, siendo ligeramente una puntuación superior de las mujeres. Sin embargo en relación a estereotipos positivos masculinos, ambos géneros obtuvieron una puntuación muy similar. Los hombres se identificaron con los siguientes estereotipos femeninos en mayor medida que las mujeres: *calculador, enrevesado, maniático y sumiso*. Las mujeres se identificaron con los siguientes adjetivos masculinos en mayor medida que los hombres: *con éxito profesional, orientado a una carrera profesional, saludable y sexualmente activo*.

Por otro lado adjetivos como *amable, con éxito profesional, desquiciado, enrevesado, liberado, líder, maltratador, maniático, pasivo, poderoso y saludable* no fueron asignados diferencialmente según el género. Según estudios anteriores (Castillo Mayén R. 2007), tales adjetivos dejan de ser estereotípicamente vigentes, ya que no se les otorga diferenciación en cuanto al género.

Por lo tanto podemos decir que en cierta medida se corrobora nuestra hipótesis, ya que hemos podido observar algunos cambios en la asignación de estereotipos, siendo los mas representativos de las características personales tanto en hombres como en mujeres aquellos adjetivos positivos.

Más concretamente los hombres se identificaron significativamente con estereotipos típicos femeninos, sin embargo las mujeres se identificaron con una gran parte de adjetivos masculinos aun que se mantuvo una puntuación superior en los adjetivos femeninos. Ambos géneros se identificaron en menor medida con estereotipos negativos típicos de su propio género. Estos resultados coinciden en cierto modo con estudios anteriores (Aranda M., Montes B., Castillo Mayén R., 2011), ya que se encontró que ambos géneros se identificaron con adjetivos positivos asociados con el grupo de género contrario y una menor identificación con estereotipos negativos asociados con el grupo de género al que pertenecen.

Los resultados obtenidos concuerdan también con la teoría del rol social (Eagly, 1987; Eagly et al., 2000; Eagly et al., 2004), ya que actualmente y con el paso de las generaciones ambos géneros desatollan cada vez roles menos diferenciados, se espera un cambio en las características y en los estereotipos de género vinculados a tales roles.

En cuanto a las variables sociodemográficas de creencia religiosa y política, no se ha encontrado una influencia significativa en cuanto a los adjetivos positivos ni negativos en ambos géneros. Sin embargo en cuanto a la relación entre las diferentes creencias políticas y religiosas con los diferentes grados de creencia en estos, se encontraron diferencias muy significativas, por lo que hay una influencia importante entre estas dos variables. Esto puede ser por que a la hora de rellenar el cuestionario no hubo una buena interpretación en cuanto a la variable grado de creencia, por lo que al haber confusión no se hayan podido recoger los datos reales de esa variable.

Para analizar más intensivamente la influencia entre ambas escalas se analizaron aquellas variables con puntuaciones más elevadas con las diferentes creencias religiosas y políticas se encontró que solo dos variables tenían influencia dependiendo de las creencias. La variable limpio se ve influenciada por ninguna creencia política y la variable coqueto se ve influenciada por la variable ninguna creencia religiosa. Por lo tanto podemos decir que no se corrobora la segunda hipótesis planteada ya que las variables sociodemográficas no influyeron a la hora de identificarse con uno u

otro estereotipo, exceptuando los dos estereotipos mencionados anteriormente. Este resultado puede compararse con el estudio realizado anteriormente (Castillo Mayén R. 2007), en el que se corroboró la hipótesis de que las variables sociodemográficas causan un efecto global sobre los estereotipos. Respecto a las limitaciones del estudio, podemos referirnos principalmente a la generalización de los resultados, ya que no pueden considerarse como imagen representativa de la sociedad, teniendo en cuenta la muestra utilizada además de ser una muestra referida solo a los residentes de las Islas Baleares. También hay que tener en cuenta que la muestra se ha recortado dentro de un rango de edad exclusivamente para gente joven. Por otra parte se ve que la variable grados de creencia puede que no se haya interpretado de la forma correcta, puesto que es posible que esta variable este sesgada.

A través de nuestro análisis e interpretación podemos concluir que se ha observado un cambio en cuanto a los estereotipos de género actuales y acorde a estudios anteriores poco a poco estos estereotipos difieren más en cuanto a asignarse uno u otro en función del género como característico de sí mismo. Estos resultados pueden significar un cambio en cuanto a los roles dentro de la sociedad, acorde a la teoría del rol social y supone también un avance dentro de la igualdad de género, reduciendo así la discriminación. Sin embargo serían convenientes ciertas actuaciones de empoderamiento hacia las mujeres para que lleguen a identificarse más con estereotipos masculinos positivos como por ejemplo poderosas o líderes.

A través de los resultados y conclusiones extraídas de este estudio podría ser de interés concienciar a la sociedad sobre los cambios que se han dado en cuanto a los estereotipos de género y así poder desarrollar estrategias o campañas de concienciación para poder combatirlos así como la discriminación de género, fomentando de esta forma el igualitarismo en nuestra sociedad.

Bibliografía:

Barberá, E. (1998). *Psicología del género*. Barcelona: Ariel Psicología

Castillo-Mayén, R.; Montes-Berges, B. (2007) Análisis de los estereotipos de género actuales.

Anales de Psicología, vol. 30, núm. 3, septiembre-diciembre, 2014, pp. 1044-1060 Universidad de Murcia Murcia, España.

Castillo-Mayén M. R.; Montes-Berges B.; Amanda López M.; Pérez.Cordón L. (2011).

Autoasignación de estereotipos de género en el ámbito universitario: Implicación para la discriminación de género. pp. 1299-1310. Sevilla: Unidad para la igualdad. Universidad de Sevilla.

Castillo-Mayén M. R. y Montes-Berges B. (2011). Discriminación de género y dominancia social.

Análisis de los estereotipos de género y la influencia del priming subliminal. Tesis Uni. Jaén.

Departamento de Psicología. Jaén: Universidad de Jaén

Castillo-Mayén M. R. y Montes-Berges, B. (2007) Escala de estereotipos de género actuales,

Iniciación a la investigación, 2: a5. <http://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/ininv/>

article/view/198/179. Consultado: 15/04/2016.

Dovidio, J. F., Evans, N. y Tyler, R. B. (1986). Racial stereotypes: the contents of their cognitive representation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 22-37.

Eagly, A. H. (1987). Sex differences in social behavior: A social-role interpretation. Hillsdale, NJ:

Lawrence Erlbaum.

Eagly, A. H. y Mladinic, A. (1989). Gender stereotypes and attitudes toward women and men.

Personality and Social Psychology Bulletin, 15(4), 543-558

Eagly, A. H., Wood, W. y Diekmann, A. B. (2000). Social role theory of sex differences and similarities: A current appraisal. En T. Eckes y H. M. Trautner (Eds.), *The developmental social psychology of gender* (pp. 123-174). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Eagly, A. H., Wood, W. y Johannesen-Schmidt, M. C. (2004). Social role theory of sex differences and similarities: Implications for the partner preferences of women and men. En A. H. Eagly, A. E. Beall y R. J. Sternberg (Eds.), *The Psychology of Gender* (2ª ed., pp. 269-295). New York: Guilford

Diekmann, A. B. y Eagly, A. H. (2000). Stereotypes as dynamic constructs: Women and men of the past, present, and future. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 1171-1188

López-Sáez, M., Morales, J.F., & Lisbona, A. (2008). Evolution of gender stereotypes in Spain: traits and roles. *The Spanish Journal of Psychology*, 11, 609-617.

Montes-Berges, B. (2002). *Discriminación de género en situaciones de competición y cooperación con priming subliminal*. Tesis doctoral no publicada. Universidad de Granada.

Montes-Berges, B. (2010). *The prediction of gender stereotypes' assignment and discriminatory behaviour to male and female nurses depending on social dominance levels*. Comunicación presentada en la Annual Conference of The British Psychological Society, Social Psychology Section, Winchester, Reino Unido.

Montes-Berges, B., Sander, P. y Klebaniuk, J. (2011). *The influence of the gender on the educational strategies choice at university*. Manuscrito en proceso de preparación.

Montilla, G., Aranda, M. y Montes-Berges, B. (2010). *Perception of battered women with priming experimentation*. En M. C. Castellanos, A. Marful y T. Bajo (Eds.), 8th SEPEX Conference. 1st joint Conference of the EPS and SEPEX. Book of abstracts (p. 177). Granada: Sider

Moya, M. (2003). El análisis psicosocial del género. En J. F. Morales y C. Huici (Eds.), *Estudios de Psicología Social* (pp. 175-221). Madrid: UNED.

Anexo 1

Pruebas de normalidad

	Sexo	Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Edad	Hombre	0,124	50	0,053	0,96	50	0,093
	Mujer	0,134	50	0,026	0,935	50	0,009
Sumatorio de adj +	Hombre	0,108	50	,200(*)	0,975	50	0,372
	Mujer	0,078	50	,200(*)	0,984	50	0,712
Sumatorio	Hombre	0,088	50	,200(*)	0,983	50	0,664

Anexo 2.

Escala de autoasignación de estereotipos de género actuales en versión digitalizada (Castillo-Mayén y Montes-Berges, 2007).

A continuación, le pedimos que, por favor, indique en qué medida considera que los adjetivos que se presentan son característicos de usted. Para ello, utilice la siguiente escala, que va desde (1) "en absoluto característico de mí", hasta (5) "totalmente característico de mí", indicando los demás números grados intermedios. Marque el número que mejor se corresponda consigo mismo.

⋮

Agresivo/a

- ⋮
- 1. En absoluto característico de mí
 - 2. Poco característico de mí
 - 3. Ni característico ni no característico
 - 4. Bastante característico de mí
 - 5. Totalmente característico de mí