

# Tema 5

## Actitudes, estereotipos y sesgos de género

---

José Andrés Fernández Cornejo  
Universidad Complutense de Madrid  
Curso 2022-2023  
<https://www.ucm.es/aedipi>

**DESACTIVA TUS  
PREJUICIOS**

Cuestiones fundamentales que queremos responder en este tema:

- 1. Actitudes**
- 2. Actitudes implícitas (IAT)**
- 3. Estereotipos**
- 4. Estereotipos de género y liderazgo femenino**
- 5. Perspectiva de S. Correll sobre los sesgos basados en los estereotipos de género**
- 6. La amenaza del estereotipo**
- 7. Stereotype Content Model**
- 8. Mujeres y ciencia**
- 9. Diferencias en la inclinación al riesgo, a competir, a negociar, a autopromocionarse**
- 10. Penalización por maternidad**

# **1. Actitudes**

## ● Definición de actitud

Una actitud es una **evaluación general** de un objeto o fenómeno basada en información cognitiva, afectiva y conductual. Inherente a esta definición está la idea de que manifestar una actitud implica realizar un **juicio evaluativo de un fenómeno u objeto** (me gusta, no me gusta)

*Attitudes* are relatively enduring organisations of beliefs, feelings and behavioural tendencies towards socially significant objects, groups, events or symbols.

<https://www.youtube.com/watch?v=uSAIYa18LKM>

## • Definición de actitud

Una actitud es una **evaluación general** de un objeto o fenómeno basada en información cognitiva, afectiva y conductual. Inherente a esta definición está la idea de que manifestar una actitud implica realizar un **juicio evaluativo de un fenómeno u objeto** (me gusta, no me gusta)

*Attitudes* are relatively enduring organisations of beliefs, feelings and behavioural tendencies towards socially significant objects, groups, events or symbols.

<https://www.youtube.com/watch?v=uSAIYa18LKM>

Tres componentes de las actitudes:

- Componente **cognitivo** (creencias, pensamientos, atributos relacionados con el objeto o fenómeno)
- Componente **afectivo** (sentimientos y emociones asociados con el objeto)
- Componente **conductual** (comportamientos asociados con el objeto)

## ● Definición de actitud

Una actitud es una **evaluación general** de un objeto o fenómeno basada en información cognitiva, afectiva y conductual. Inherente a esta definición está la idea de que manifestar una actitud implica realizar un **juicio evaluativo de un fenómeno u objeto** (me gusta, no me gusta)

*Attitudes* are relatively enduring organisations of beliefs, feelings and behavioural tendencies towards socially significant objects, groups, events or symbols.

<https://www.youtube.com/watch?v=uSAIYa18LKM>

Tres componentes de las actitudes:

- Componente **cognitivo** (creencias, pensamientos, atributos relacionados con el objeto o fenómeno)
- Componente **afectivo** (sentimientos y emociones asociados con el objeto)
- Componente **conductual** (comportamientos asociados con el objeto)

Actitudes

- **Explícitas**
- **Implícitas**

## ● ¿Cómo medimos las actitudes? Construcción de escalas...

- Por ejemplo, ¿cómo se puede medir el grado en el que una persona tiene actitudes de género **tradicionales** (o su contrario, actitudes igualitarias)?
- Esto nos lleva a la cuestión de cómo se miden las actitudes de las personas.
- Distinguimos entre
  - **constructo** (la actitud, inclinación, rasgo, etc., que se quiere medir), que no es observable,
  - **items** o indicadores, que sí son observables y a partir de los cuales intentamos captar o aproximar ese constructo.

A partir de las respuestas a esos items construimos una **escala/instrumento/medida/test/inventario**, a partir de la cual nos aproximamos al constructo.

- Esas escalas deben ser validadas...

**Reliability & validity** (construct validity)-> <https://www.socialresearchmethods.net/kb/relandval.php>

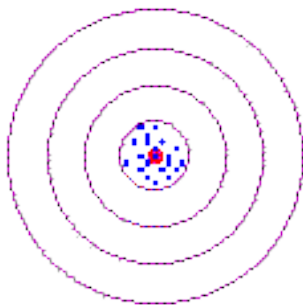
## • ¿Cómo medimos las actitudes? Construcción de escalas...

- Por ejemplo, ¿cómo se puede medir el grado en el que una persona tiene actitudes de género **tradicionales** (o su contrario, actitudes igualitarias)?
- Esto nos lleva a la cuestión de cómo se miden las actitudes de las personas.
- Distinguimos entre
  - **constructo** (la actitud, inclinación, rasgo, etc., que se quiere medir), que no es observable,
  - **items** o indicadores, que sí son observables y a partir de los cuales intentamos captar o aproximar ese constructo.

A partir de las respuestas a esos items construimos una **escala/instrumento/medida/test/inventario**, a partir de la cual nos aproximamos al constructo.

- Esas escalas deben ser validadas...

**Reliability & validity** (construct validity)-> <https://www.socialresearchmethods.net/kb/relandval.php>



**Both Reliable  
And Valid**



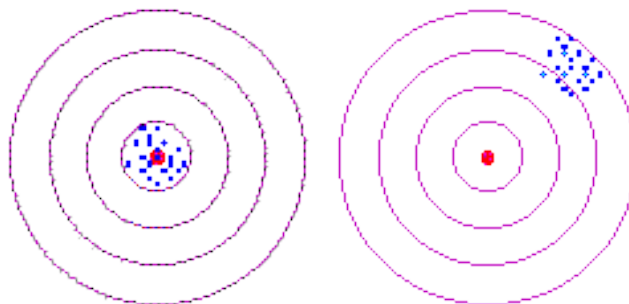
## ● ¿Cómo medimos las actitudes? Construcción de escalas...

- Por ejemplo, ¿cómo se puede medir el grado en el que una persona tiene actitudes de género tradicionales (o su contrario, actitudes igualitarias)?
- Esto nos lleva a la cuestión de cómo se miden las actitudes de las personas.
- Distinguimos entre
  - **constructo** (la actitud, inclinación, rasgo, etc., que se quiere medir), que no es observable,
  - **items** o indicadores, que sí son observables y a partir de los cuales intentamos captar o aproximar ese constructo.

A partir de las respuestas a esos items construimos una **escala/instrumento/medida/test/inventario**, a partir de la cual nos aproximamos al constructo.

- Esas escalas deben ser validadas...

**Reliability & validity** (construct validity)-> <https://www.socialresearchmethods.net/kb/relandval.php>



Both Reliable  
And Valid

Reliable  
Not Valid

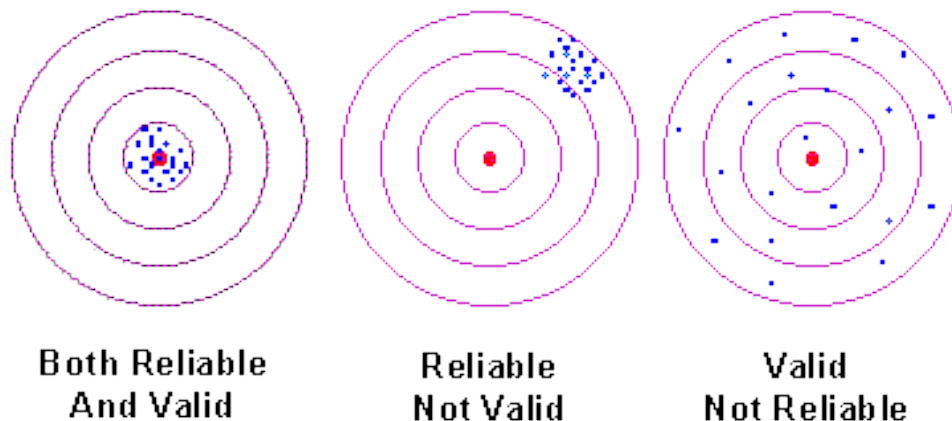
## ● ¿Cómo medimos las actitudes? Construcción de escalas...

- Por ejemplo, ¿cómo se puede medir el grado en el que una persona tiene actitudes de género **tradicionales** (o su contrario, actitudes igualitarias)?
- Esto nos lleva a la cuestión de cómo se miden las actitudes de las personas.
- Distinguimos entre
  - **constructo** (la actitud, inclinación, rasgo, etc., que se quiere medir), que no es observable,
  - **items** o indicadores, que sí son observables y a partir de los cuales intentamos captar o aproximar ese constructo.

A partir de las respuestas a esos items construimos una **escala/instrumento/medida/test/inventario**, a partir de la cual nos aproximamos al constructo.

- Esas escalas deben ser validadas...

**Reliability & validity** (construct validity)-> <https://www.socialresearchmethods.net/kb/relandval.php>



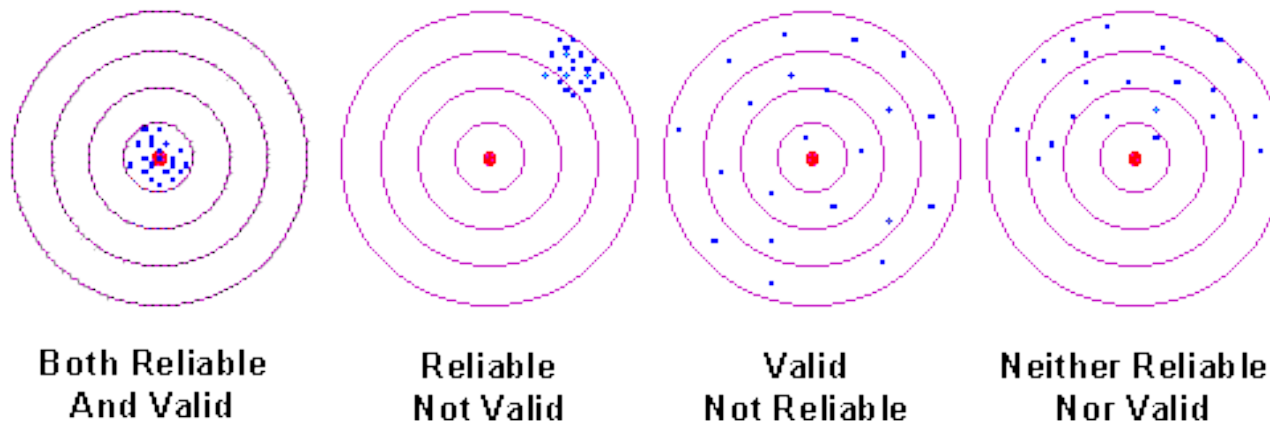
## • ¿Cómo medimos las actitudes? Construcción de escalas...

- Por ejemplo, ¿cómo se puede medir el grado en el que una persona tiene actitudes de género tradicionales (o su contrario, actitudes igualitarias)?
- Esto nos lleva a la cuestión de cómo se miden las actitudes de las personas.
- Distinguimos entre
  - **constructo** (la actitud, inclinación, rasgo, etc., que se quiere medir), que no es observable,
  - **items** o indicadores, que sí son observables y a partir de los cuales intentamos captar o aproximar ese constructo.

A partir de las respuestas a esos items construimos una **escala/instrumento/medida/test/inventario**, a partir de la cual nos aproximamos al constructo.

- Esas escalas deben ser validadas...

**Reliability & validity** (construct validity)-> <https://www.socialresearchmethods.net/kb/relandval.php>



### 3.9. FIABILIDAD Y VALIDEZ

Con respecto a la fase que hemos llamado de «observación», que otros llaman medición, por lo que hablan de «error de medición», que excluye, por tanto, los problemas de selección de los sujetos y tratamiento de datos, los psicómétricos han elaborado dos nociones que trataremos a continuación: la fiabilidad y la validez.

La *fiabilidad* tiene que ver con la posibilidad de «reproducir» el resultado, e indica el *grado en que un procedimiento concreto de traducción de un concepto en variable produce los mismos resultados en pruebas repetidas con el mismo instrumento de investigación (estabilidad), o con instrumentos equivalentes (equivalencia)*. Cuando pesamos un mismo objeto varias veces y el resultado de la medición es casi siempre el mismo, llegamos a la conclusión de que la báscula es fiable. Si al aplicar un test de actitud a un individuo, un día obtenemos una puntuación de 110 y al día siguiente, con el mismo test u otro similar (para evitar efectos de memorización o aprendizaje), la puntuación obtenida es 80, podemos afirmar que ese test no es fiable.

La *validez*, en cambio, hace referencia a el *grado en que un determinado procedimiento de traducción de un concepto en variable registra efectivamente el concepto en cuestión*. Si el CI (cociente intelectual) permite registrar efectivamente la inteligencia, si el PIB (producto interior bruto) permite registrar efectivamente la riqueza de un país, son preguntas que tienen que ver con la validez de estas definiciones operativas. En este caso no es la repetición de la prueba lo que permite controlar este tipo de error. Un procedimiento operativo concreto puede ser perfectamente estable en aplicaciones sucesivas (es decir, fiable), pero ello no implica necesariamente que sea válido. Si, por ejemplo, medimos la inteligencia de las personas por el número de pie que calzan, obtendremos un dato fiable, pero evidentemente no tendrá validez.

Por lo general la fiabilidad se suele asociar al error *aleatorio* y la validez al error *sistemático*. Por ello, la fiabilidad se puede controlar más fácilmente que la validez, puesto que el error aleatorio puede localizarse repitiendo la observación sobre el mismo sujeto (las variaciones entre las repeticiones se deben al error aleatorio), mientras que la validez es más difícil de identificar, puesto que el error sistemático está presente en cada una de las observaciones, y por tanto hace que no se pueda conocer el estado efectivo de la propiedad estudiada.

**Piergiorgio Corbetta**

“Metodología y Técnicas de Investigación Social”

<https://diversidadlocal.files.wordpress.com/2012/09/metodologc3ada-y-tc3a9cnicas-de-investigac3b3n-social-piergiorgio-corbetta.pdf>

- Dos tipos de escalas:
  - Medidas **explícitas** de una actitud
    - Escalas de Likert
    - Escalas semánticas diferenciales
  - Medidas **implícitas**
    - Test de asociación implícita (IAT)
    - Evaluative priming

- Ejemplos de “instrumentos” basados en escalas de likert

## Actitudes de género tradicionales

¿En qué medida estaría de acuerdo o en desacuerdo con cada una de estas afirmaciones?

	Completa mente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Algo de acuerdo	Bastante de acuerdo	Completa mente de acuerdo
a. Considero bastante más desagradable que una mujer diga tacos y palabras malsonantes que el que los diga un hombre	1	2	3	4	5	6
b. Un hombre puede estar tan capacitado como una mujer para cuidar de su bebé y conectar emocionalmente con él	1	2	3	4	5	6
c. Las mujeres deben ser queridas y protegidas por los hombres	1	2	3	4	5	6
d. Los hombres deberían utilizar tanto como las mujeres las medidas de conciliación de la vida familiar y laboral que ofrecen las empresas	1	2	3	4	5	6
e. Con frecuencia las mujeres intentan ganar poder controlando a los hombres	1	2	3	4	5	6
f. Hay muchos hombres que van a utilizar los permisos de paternidad (cada vez más largos) para estar de vacaciones y no tanto para cuidar de sus bebés	1	2	3	4	5	6
g. El hogar ideal sería aquel en el que los dos miembros de la pareja trabajaran, pero la mujer trabajara menos horas que el marido y fuera ella quien se encargara en mayor medida de las responsabilidades familiares y del cuidado de los hijos pequeños	1	2	3	4	5	6
h. La distinción entre rasgos y roles masculinos y femeninos es perjudicial tanto para hombres como para mujeres	1	2	3	4	5	6
i. La participación activa en el cuidado infantil debería desempeñar un papel importante en la autorrealización de los hombres como padres	1	2	3	4	5	6
j. La sociedad ejerce una presión sobre los hombres ("tienes que ser duro", etc.) que es perjudicial e insana para ellos	1	2	3	4	5	6
K. El hogar ideal sería aquel en el que los dos miembros de la pareja trabajaran a jornada completa y se encargaran por igual de las responsabilidades familiares y del cuidado de los hijos pequeños.	1	2	3	4	5	6

[R]: hay que invertir los ítems b, d, h, i, j, k

Encuesta a personas asalariadas con edades 25-45 años,  
España, mayo 2021

## Actitudes de género tradicionales

¿En qué medida estaría de acuerdo o en desacuerdo con cada una de estas afirmaciones?

	Completamente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Algo de acuerdo	Bastante de acuerdo	Completamente de acuerdo
a. Considero bastante más desagradable que una mujer diga tacos y palabras malsonantes que el que los diga un hombre	1	2	3	4	5	6
b. Un hombre puede estar tan capacitado como una mujer para cuidar de su bebé y conectar emocionalmente con él [R]	1	2	3	4	5	6
c. Las mujeres deben ser queridas y protegidas por los hombres	1	2	3	4	5	6
d. Los hombres deberían utilizar tanto como las mujeres las medidas de conciliación de la vida familiar y laboral que ofrecen las empresas [R]	1	2	3	4	5	6
e. Con frecuencia las mujeres intentan ganar poder controlando a los hombres	1	2	3	4	5	6
f. Hay muchos hombres que van a utilizar los permisos de paternidad (cada vez más largos) para estar de vacaciones y no tanto para cuidar de sus bebés	1	2	3	4	5	6
g. El hogar ideal sería aquel en el que los dos miembros de la pareja trabajaran, pero la mujer trabajara menos horas que el marido y fuera ella quien se encargara en mayor medida de las responsabilidades familiares y del cuidado de los hijos pequeños	1	2	3	4	5	6
h. La distinción entre rasgos y roles masculinos y femeninos es perjudicial tanto para hombres como para mujeres [R]	1	2	3	4	5	6
i. La participación activa en el cuidado infantil debería desempeñar un papel importante en la autorrealización de los hombres como padres [R]	1	2	3	4	5	6
j. La sociedad ejerce una presión sobre los hombres ("tienes que ser duro", etc.) que es perjudicial e insana para ellos [R]	1	2	3	4	5	6
K. El hogar ideal sería aquel en el que los dos miembros de la pareja trabajaran a jornada completa y se encargaran por igual de las responsabilidades familiares y del cuidado de los hijos pequeños. [R]	1	2	3	4	5	6

[R]: hay que invertir los ítems b, d, h, i, j, k

Encuesta a personas asalariadas con edades 25-45 años,  
España, mayo 2021



(1= completamente en desacuerdo; 6= completamente de acuerdo)	Rellénese:	
a. Considero bastante más desagradable que una mujer diga tacos y palabras malsonantes que el que los diga un hombre	1	1
b. Un hombre puede estar tan capacitado como una mujer para cuidar de su bebé y conectar emocionalmente con él [R]	6	1
c. Las mujeres deben ser queridas y protegidas por los hombres	3	3
d. Los hombres deberían utilizar tanto como las mujeres las medidas de conciliación de la vida familiar y laboral que ofrecen las empresas [R]	6	1
e. Con frecuencia las mujeres intentan ganar poder controlando a los hombres	1	1
f. Hay muchos hombres que van a utilizar los permisos de paternidad (cada vez más largos) para estar de vacaciones y no tanto para cuidar de sus bebés	1	1
g. El hogar ideal sería aquel en el que los dos miembros de la pareja trabajaran, pero la mujer trabajara menos horas que el marido y fuera ella quien se encargara en mayor medida de las responsabilidades familiares y del cuidado de los hijos pequeños	1	1
h. La distinción entre rasgos y roles masculinos y femeninos es perjudicial tanto para hombres como para mujeres [R]	5	2
i. La participación activa en el cuidado infantil debería desempeñar un papel importante en la autorrealización de los hombres como padres [R]	6	1
j. La sociedad ejerce una presión sobre los hombres ("tienes que ser duro", etc.) que es perjudicial e insana para ellos [R]	5	2
K. El hogar ideal sería aquel en el que los dos miembros de la pareja trabajaran a jornada completa y se encargaran por igual de las responsabilidades familiares y del cuidado de los hijos pequeños [R]	1	6
Puntuación =		1,82

### **“Actitudes de género tradicionales”**

**Constructo:** con este instrumento o escala (no validado) queremos medir en qué grado la persona encuestada tiene unas actitudes de género tradicionales (o sexistas).

**Items:** Consta de 11 items, cuyas opciones de respuesta son en escala de Likert 1-6 (“1”=completamente en desacuerdo; “6”=completamente de acuerdo).

Cálculo de la puntuación de cada persona encuestada:

- Primero invertimos las puntuaciones obtenidas en los items b, d, h, i, j, k, de manera que todos apunten (en su interpretación) en la misma dirección (cuanto mayor la puntuación, más tradicional).
- A continuación calculamos la media de las puntuaciones de cada encuestado

Interpretación: **cuanto mayor sea la puntuación obtenida, más tradicionales son las actitudes de género de la persona encuestada**

**20. ¿En qué medida estaría usted de acuerdo o en desacuerdo con cada una de estas afirmaciones? (Por favor, conteste con sinceridad)**

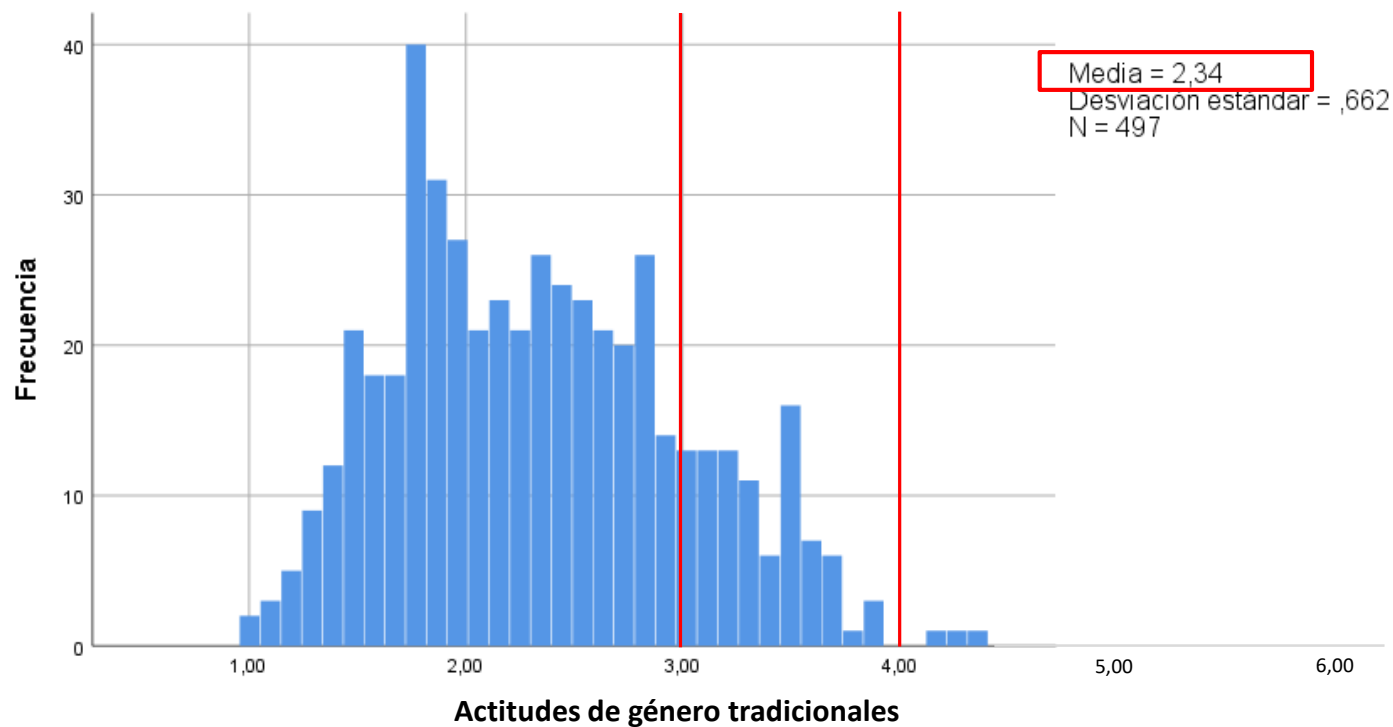
De 1="Completamente en desacuerdo" a 6="Completamente de acuerdo"

	Completa mente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Algo de acuerdo	Bastante de acuerdo	Completa mente de acuerdo
20a. Mi trabajo es la parte más importante de mi vida	1	2	3	4	5	6
20n. No me gusta dedicar toda mi atención al trabajo <b>[R]</b>	1	2	3	4	5	6

**18. Cuando se habla de ideología política se utilizan normalmente las expresiones izquierda y derecha. En la siguiente escala de ideología política, que abarca desde 0 (muy a la izquierda) a 10 (muy a la derecha), ¿en qué casilla se situaría usted?**

Muy a la izquierda →	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	← Muy a la derecha
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------------------

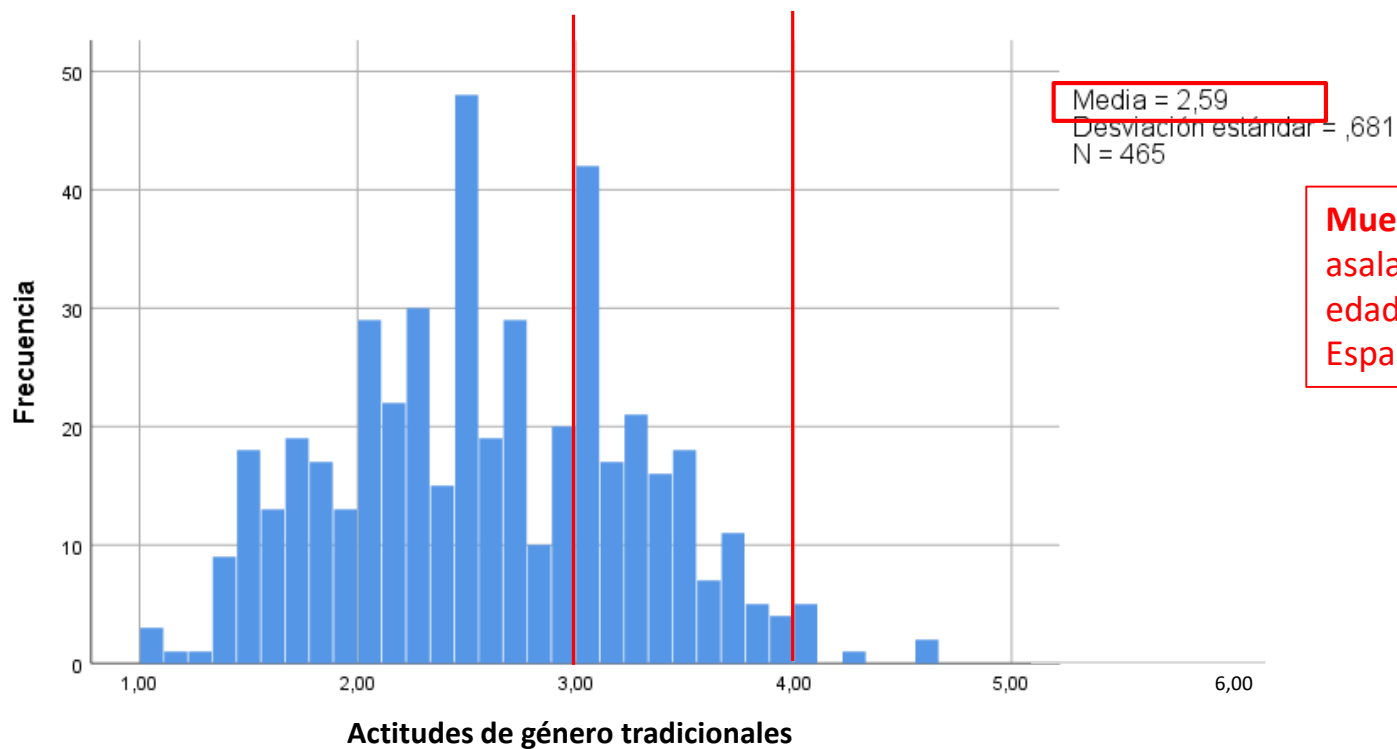
## Resultados: **Mujeres**



**Correlaciones<sup>a</sup>**

		Actitud_Genero_tradicional	Primacy_of_Work	PrincipalSustentador	Escala ideológica	Edad	Heterosexual
Actitudes de género tradicionales	Correlación de Pearson	1	,141**	,159**	,315**	,198**	,180**
	Sig. (bilateral)		,002	,000	,000	,000	,000
	N	497	497	497	497	497	497

## Resultados: Varones



**Correlaciones<sup>a</sup>**

		Actitud_Genero_tradicional	Primacy_of_Work	PrincipalSustentador	Escala ideológica	Edad	Heterosexual
Actitudes de género tradicionales	Correlación de Pearson	1	,212**	,215**	,281**	,141**	,184**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000	,002	,000
	N	465	465	465	465	465	465

**“Ambivalent Sexism Theory”** (Susan Fiske and Peter Glick) to describe two forms of sexist prejudice, expressly hostile and subjectively benevolent.

Men who score high on the **Ambivalent Sexism Inventory (ASI)** may be:

- **hostile sexists** who dominate women, suspect them for being competitive, and resent them as sexual gatekeepers;
- **benevolent sexists** who paternalize women, value them if they cooperate, and regard them as having a kind of moral purity;
- or **ambivalent sexists** who, depending on the type of women they interact with, are alternately hostile or benevolent.

Ambivalent sexists can reconcile their seemingly contradictory attitudes by directing hostility toward female professionals and benevolence toward homemakers (Glick et al., 1997).



Susan Fiske <https://psych.princeton.edu/person/susan-fiske>

# The Ambivalent Sexism Inventory (ASI)

## Relationships Between Men and Women

Below is a series of statements concerning men and women and their relationships in contemporary society. Please indicate the degree to which you agree or disagree with each statement using the following scale: 0 = disagree strongly; 1 = disagree somewhat; 2 = disagree slightly; 3 = agree slightly; 4 = agree somewhat; 5 = agree strongly.

- B(I) 1. No matter how accomplished he is, a man is not truly complete as a person unless he has the love of a woman.
- H 2. Many women are actually seeking special favors, such as hiring policies that favor them over men, under the guise of asking for "equality."
- B(P)\* 3. In a disaster, women ought not necessarily to be rescued before men.
- H 4. Most women interpret innocent remarks or acts as being sexist.
- H 5. Women are too easily offended.
- B(I)\* 6. People are often truly happy in life without being romantically involved with a member of the other sex.
- H\* 7. Feminists are not seeking for women to have more power than men.
- B(G) 8. Many women have a quality of purity that few men possess.
- B(P) 9. Women should be cherished and protected by men.
- H 10. Most women fail to appreciate fully all that men do for them.
- H 11. Women seek to gain power by getting control over men.
- B(I) 12. Every man ought to have a woman whom he adores.
- B(I)\* 13. Men are complete without women.
- H 14. Women exaggerate problems they have at work.
- H 15. Once a woman gets a man to commit to her, she usually tries to put him on a tight leash.
- H 16. When women lose to men in a fair competition, they typically complain about being discriminated against.
- B(P) 17. A good woman should be set on a pedestal by her man.
- H\* 18. There are actually very few women who get a kick out of teasing

men by seeming sexually available and then refusing male advances.

- B(G) 19. Women, compared to men, tend to have a superior moral sensibility.
- B(P) 20. Men should be willing to sacrifice their own well being in order to provide financially for the women in their lives.
- H\* 21. Feminists are making entirely reasonable demands of men.
- B(G) 22. Women, as compared to men, tend to have a more refined sense of culture and good taste.

*Note.* Copyright 1995 by Peter Glick and Susan T. Fiske. Use of this scale requires permission of one of the authors. A Spanish-language version of the ASI is available from the authors. H = Hostile Sexism, B = Benevolent Sexism, (P) = Protective Paternalism, (G) = Complementary Gender Differentiation, (I) = Heterosexual Intimacy, \* = reverse-scored item.

## Scoring Instructions

The ASI may be used as an overall measure of sexism, with hostile and benevolent components equally weighted, by simply averaging the score for all items after reversing the items listed below. The two ASI subscales (Hostile Sexism and Benevolent Sexism) may also be calculated separately. For correlational research, purer measures of HS and BS can be obtained by using partial correlations (so that the effects of the correlation between the scales is removed).

Reverse the following items (0 = 5, 1 = 4, 2 = 3, 3 = 2, 4 = 1, 5 = 0): 3, 6, 7, 13, 18, 21.

Hostile Sexism Score = average of the following items: 2, 4, 5, 7, 10, 11, 14, 15, 16, 18, 21.

Benevolent Sexism Score = average of the following items: 1, 3, 6, 8, 9, 12, 13, 17, 19, 20, 22.

Received April 12, 1994

Revision received September 6, 1995

Accepted October 19, 1995 ■

1. \_\_\_\_ Aun cuando un hombre logre muchas cosas en su vida, nunca podrá sentirse verdaderamente completo a menos que tenga el amor de una mujer (B)
2. \_\_\_\_ Con el pretexto de pedir “igualdad”, muchas mujeres buscan privilegios especiales, tales como condiciones de trabajo que las favorezcan a ellas sobre los hombres (H)
3. \_\_\_\_ En caso de una catástrofe, las mujeres deben ser rescatadas antes que los hombres. (B)
4. \_\_\_\_ La mayoría de las mujeres interpreta comentarios o conductas inocentes como sexistas, es decir, como expresiones de prejuicio o discriminación en contra de ellas.(H)
5. \_\_\_\_ Las mujeres se ofenden muy fácilmente.(H)
6. \_\_\_\_ Las personas no pueden ser verdaderamente felices en sus vidas a menos que tengan pareja del otro sexo.(B)
7. \_\_\_\_ En el fondo, las mujeres feministas pretenden que la mujer tenga más poder que el hombre (H)
8. \_\_\_\_ Muchas mujeres se caracterizan por una pureza que pocos hombres poseen.(B)
9. \_\_\_\_ Las mujeres deben ser queridas y protegidas por los hombres.(B)
10. \_\_\_\_ La mayoría de las mujeres no aprecia completamente todo lo que los hombres hacen por ellas. (H)
11. \_\_\_\_ Las mujeres intentan ganar poder controlando a los hombres.(H)
12. \_\_\_\_ Todo hombre debe tener una mujer a quien amar.(B)
13. \_\_\_\_ El hombre está incompleto sin la mujer.(B)
14. \_\_\_\_ Las mujeres exageran los problemas que tienen en el trabajo.(H)
15. \_\_\_\_ Una vez que una mujer logra que un hombre se comprometa con ella, por lo general intenta controlarlo estrechamente.(H)



16. \_\_\_\_ Cuando las mujeres son vencidas por los hombres en una competencia justa, generalmente ellas se quejan de haber sido discriminadas.(H)
17. \_\_\_\_ Una buena mujer debería ser puesta en un pedestal por su hombre.(B)
18. \_\_\_\_ Existen muchas mujeres que, para burlarse de los hombres, primero se insinúan sexualmente a ellos y luego rechazan los avances de éstos.(H)
19. \_\_\_\_ Las mujeres, en comparación con los hombres, tienden a tener una mayor sensibilidad moral.(B)
20. \_\_\_\_ Los hombres deberían estar dispuestos a sacrificar su propio bienestar con el fin de proveer seguridad económica a las mujeres.(B)
21. \_\_\_\_ Las mujeres feministas están haciendo demandas completamente irracionales a los hombres. (H)
22. \_\_\_\_ Las mujeres, en comparación con los hombres, tienden a tener un sentido más refinado de la cultura y el buen gusto.(B)

\* La letra B indica que el ítem mide sexismo benévolo y la letra H, hostil.

Algunos resultados obtenidos con esta escala:

<http://www.javiermiravalles.es/Sexismo%20Ambivalente/La%20Escala%20de%20Sexismo%20Ambivalente%20 ASI %20.pdf>

- Ejemplos de “instrumentos” basados en Escalas semánticas diferenciales

## 5-point semantic differential scales

1. Please rate the President of the United States on the following traits:

---

Strong	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Weak
Decisive	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Indecisive
Good	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bad
Active	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Passive
Industrious	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Lazy
Happy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sad

---

1. A mí, la idea de utilizar activamente en el futuro las medidas de conciliación que ofrecen las empresas me parece que es algo:

Muy malo	1	2	3	4	5	6	7	Muy bueno
----------	---	---	---	---	---	---	---	-----------

Nada motivador	1	2	3	4	5	6	7	Muy motivador
----------------	---	---	---	---	---	---	---	---------------

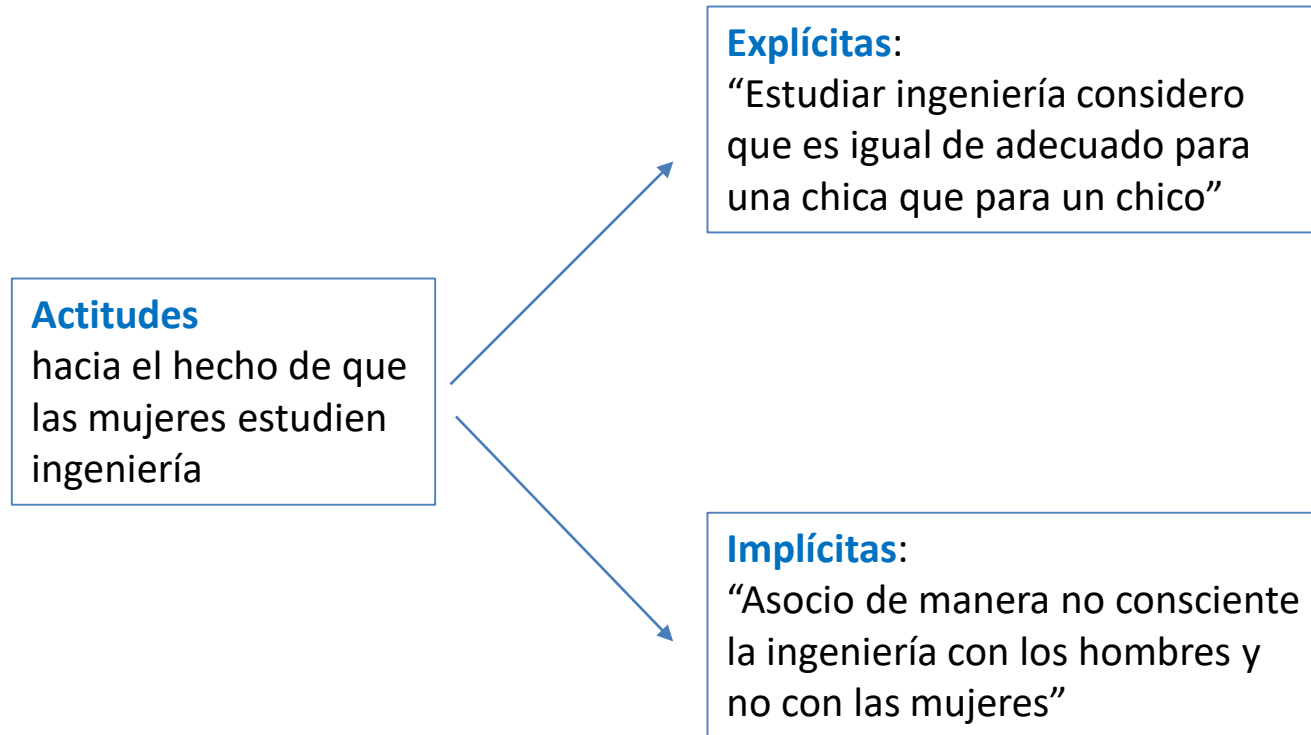
Nada atractivo	1	2	3	4	5	6	7	Muy atractivo
----------------	---	---	---	---	---	---	---	---------------

Muy difícil	1	2	3	4	5	6	7	Muy fácil
-------------	---	---	---	---	---	---	---	-----------

Muy insatisfactorio	1	2	3	4	5	6	7	Muy satisfactorio
---------------------	---	---	---	---	---	---	---	-------------------

## **2. Actitudes implícitas (IAT)**

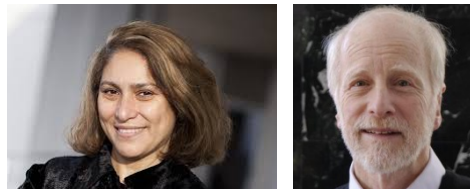
- El **test de asociación implícita** (implicit-association test, IAT) es una medida diseñada para detectar la fuerza con la que establecemos una asociación automática entre dos cosas.
- Actitudes explícitas e implícitas.



**Mahzarin Banaji y Anthony Greenwald**

<http://blindspot.fas.harvard.edu/Authors>

<http://blindspot.fas.harvard.edu/>



Por favor, haced en casa algunos de estos IATs de Project Implicit:

<https://implicit.harvard.edu/implicit/takeatest.html>

<https://implicit.harvard.edu/implicit/spain/>

# IAT Ingeniería-hombres

## IAT ingenierías

Test de asociación implícita para medir en qué medida la persona **asocia las ingenierías con los varones y no tanto con las mujeres**

Las cinco fases de la prueba son:

**1º** [Práctica] Clasificar imágenes relacionadas con no-ingeniería (izq.) e ingeniería (der.)

**2º** [Práctica] Clasificar palabras femeninas (izq.) y masculinas (der.)

**3º** [Prueba] Clasificar imágenes-palabras en concordancia con estereotipo: no-ingeniería/femenino (izq.) e **ingeniería/masculino (der.)**

**4º** [Práctica] Clasificar imágenes, cambiándolas de lado: ingeniería (izq.) y no-ingeniería (der.)

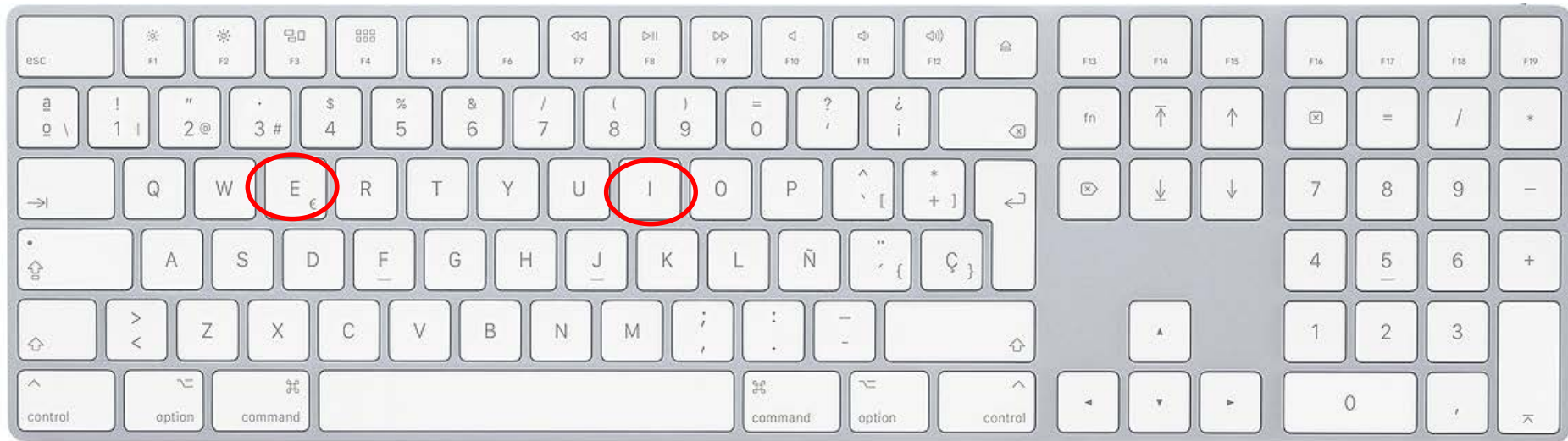
**5º** [Prueba] Clasificar imágenes-palabras en contra del estereotipo: ingenierías/femenino (izq.) y **no-ingeniería/masculino (der.)**

(Score positivo = hay asociación ingenierías-hombres)

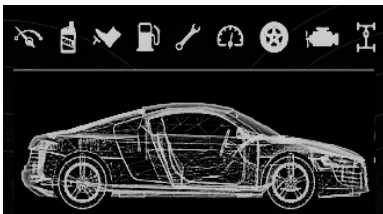
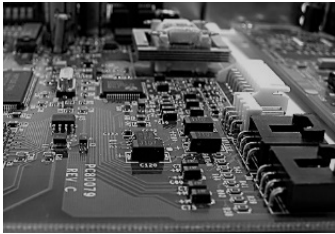
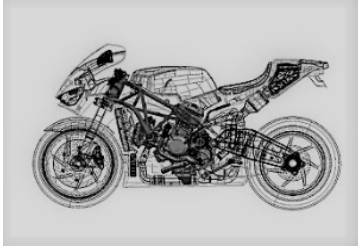
Software utilizado:

A.W. Meade (2009): “**FreeIAT: an open-source program to administer the implicit association test**”. Appl. Psychol. Meas., 33 (8), 643. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0146621608327803>

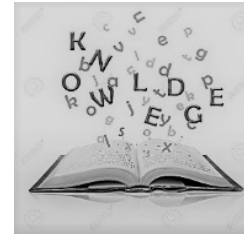
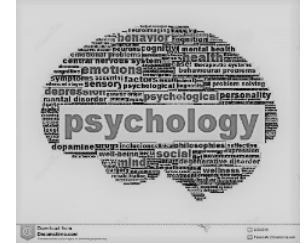




## Ingenierías



## No-ingenierías (ocupaciones feminizadas)



**Palabras  
masculinas**

Él

Hombre

Masculino

Chico

Muchacho

**Palabras  
femeninas**

Ella

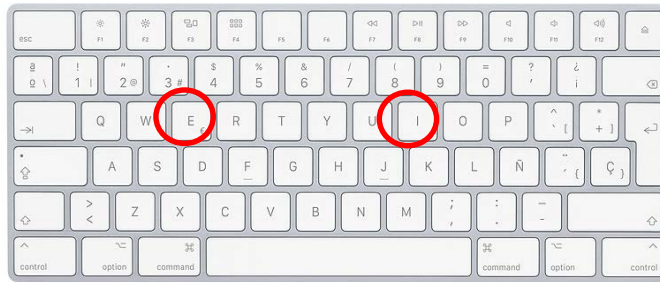
Mujer

Femenino

Chica

Muchacha

1º [Práctica] Clasificar imágenes relacionadas con no-ingeniería (izq.) e ingeniería (der.)



No ingeniería

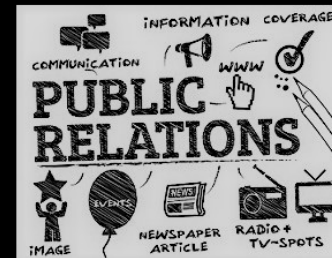
Ingeniería



Keep your index fingers on the 'e' and 'i' keys

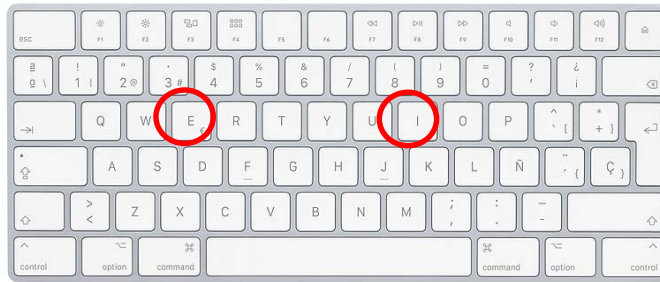
No ingeniería

Ingeniería



Keep your index fingers on the 'e' and 'i' keys

2º [Práctica] Clasificar  
palabras femeninas (izq.) y  
masculinas (der.)



Femenino

Masculino

Ella

Keep your index fingers on the 'e' and 'i' keys

Femenino

Masculino

Chico

Keep your index fingers on the 'e' and 'i' keys

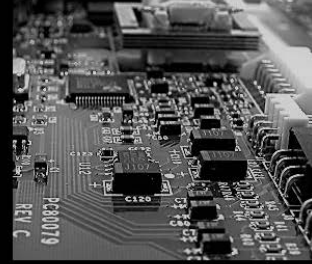
3º [Prueba] Clasificar imágenes-  
palabras en concordancia con  
estereotipo:

no-ingeniería/femenino (izq.) e  
ingeniería/masculino (der.)



No ingeniería  
Femenino

Ingeniería  
Masculino



Keep your index fingers on the 'e' and 'i' keys

No ingeniería  
Femenino

Ingeniería  
Masculino

Muchacha

Keep your index fingers on the 'e' and 'i' keys

**4º [Práctica] Clasificar**  
imágenes, cambiándolas de  
lado: ingeniería (izq.) y no-  
ingeniería (der.)



Ingeniería

No ingeniería



Keep your index fingers on the 'e' and 'i' keys



5º [Prueba] Clasificar imágenes-  
palabras en contra del estereotipo:  
ingenierías/femenino (izq.) y  
no-ingeniería/masculino (der.)



Ingenieria  
Femenino

No ingenieria  
Masculino



Keep your index fingers on the 'e' and 'i' keys

Ingenieria  
Femenino

No ingenieria  
Masculino

Muchacha

Keep your index fingers on the 'e' and 'i' keys



## IAT Cuidado de bebé-mujer

Test de asociación implícita para medir en qué medida la persona **asocia el cuidado del bebé con la madre y no tanto con el padre**

Las cinco fases de la prueba son:

**1º** [Práctica] Clasificar imágenes de cuidado del bebé (izq.) y del trabajo (der.)

**2º** [Práctica] Clasificar palabras femeninas (izq.) y masculinas (der.)

**3º** [Prueba] Clasificar imágenes-palabras en concordancia con estereotipo: **bebé/femenino (izq.)** y trabajo/masculino (der.)

**4º** [Práctica] Clasificar imágenes, cambiándolas de lado: trabajo (izq.) y bebé (der.)

**5º** [Prueba] Clasificar imágenes-palabras en contra del estereotipo: trabajo/femenino (izq.) y **bebé/masculino (der.)**

(Score positivo = hay asociación cuidado del bebé-madre)

Software utilizado:

A.W. Meade (2009): “**FreeIAT: an open-source program to administer the implicit association test**”. Appl. Psychol. Meas., 33 (8), 643. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0146621608327803>

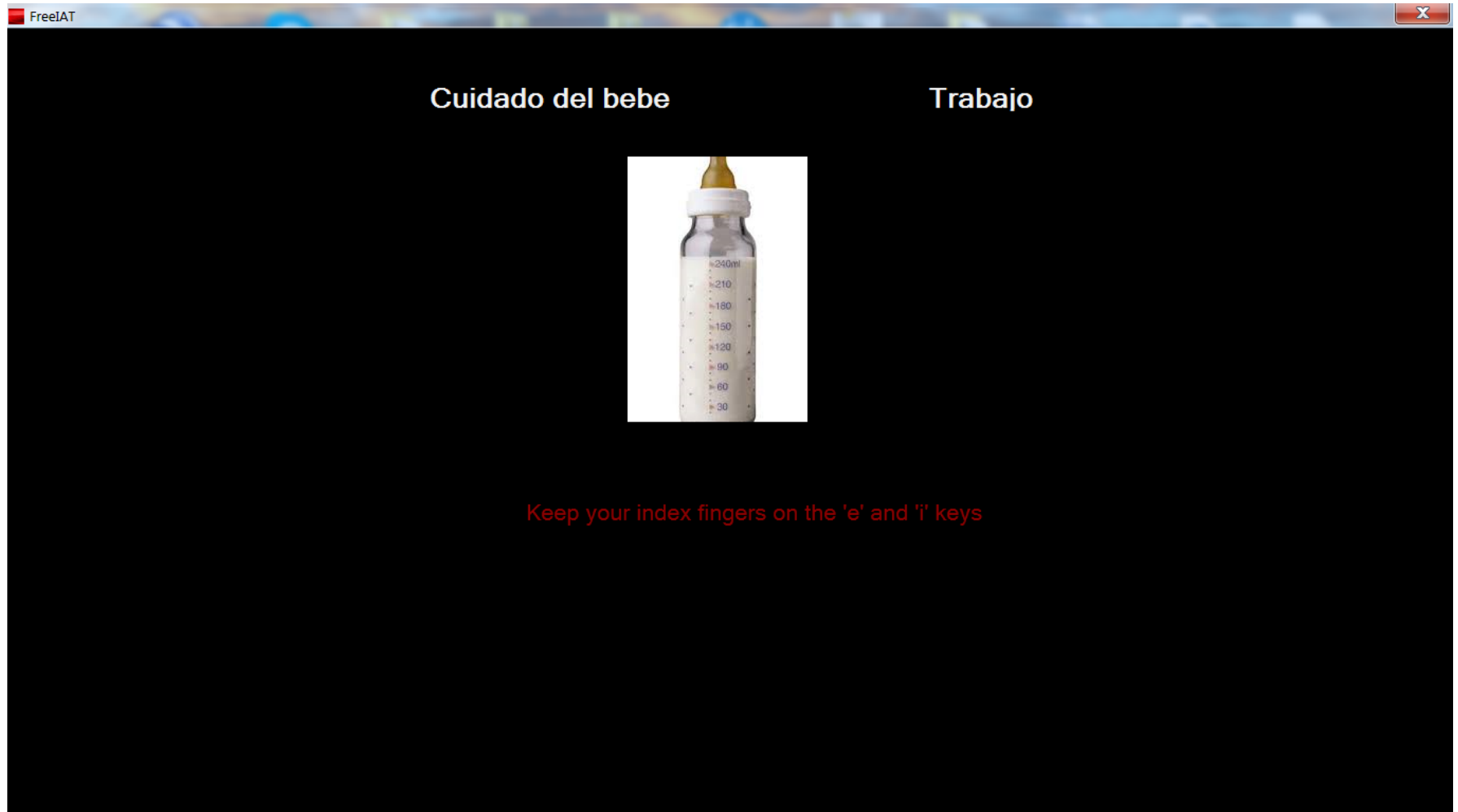
## Cuidado de bebé



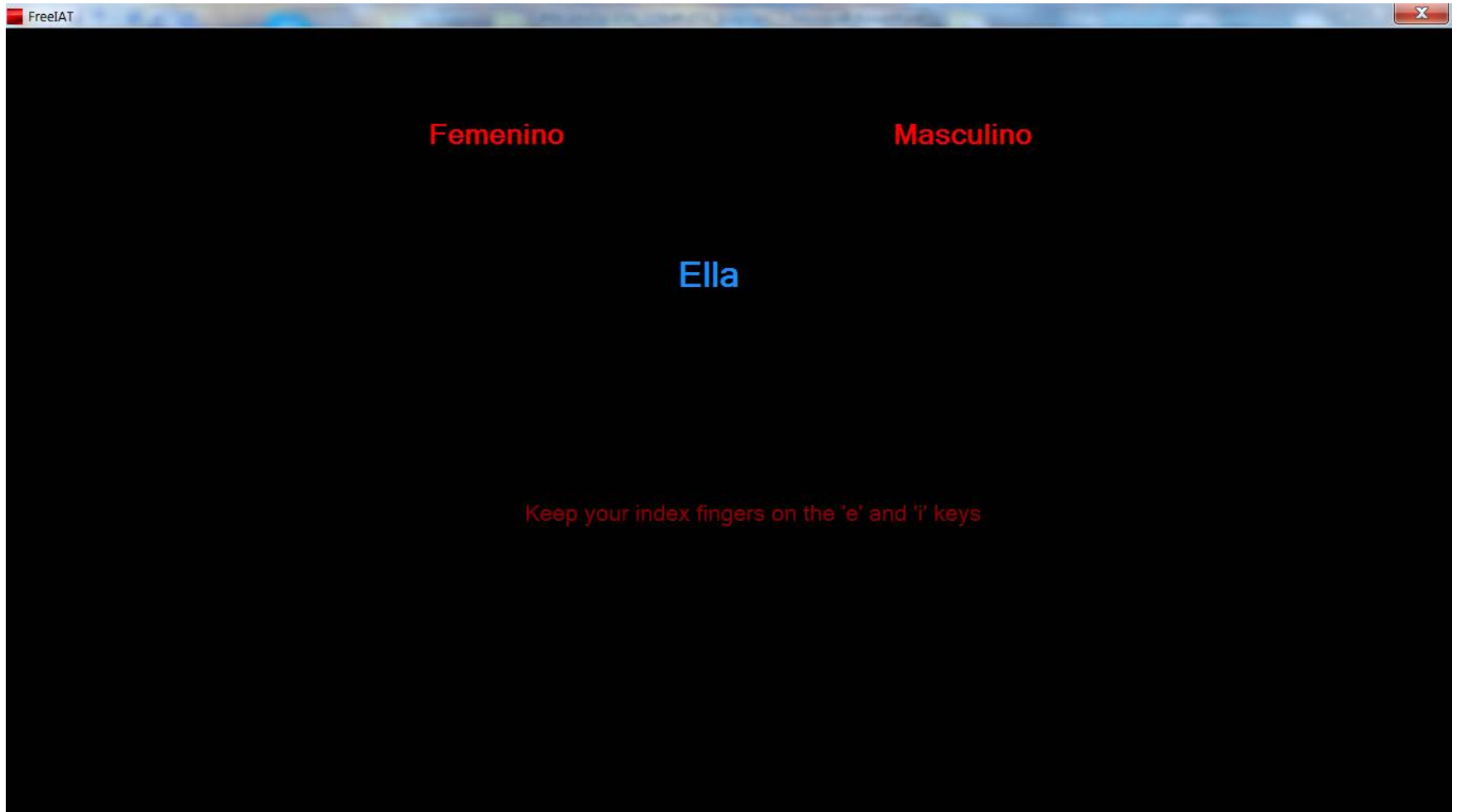
## Empleo remunerado



# 1º [Práctica] Clasificar imágenes de cuidado del bebé (izq.) y del trabajo (der.)



## 2º [Práctica] Clasificar palabras femeninas (izq.) y masculinas (der.)



3º [Prueba] Clasificar imágenes-palabras en concordancia con estereotipo: **bebé/femenino** (izq.) y **trabajo/masculino** (der.)

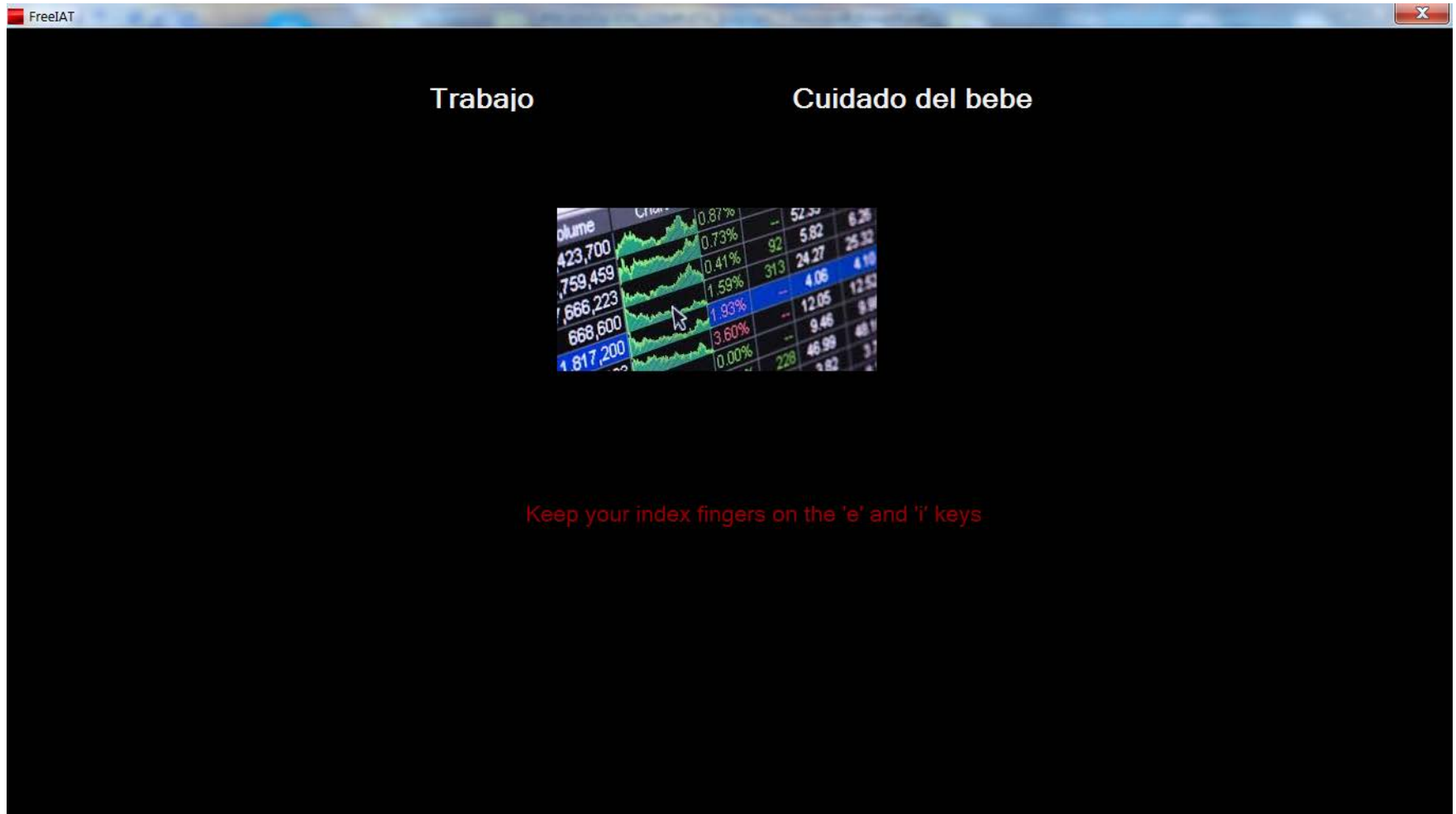
Cuidado del bebe  
**Femenino**

Trabajo  
**Masculino**



Keep your index fingers on the 'e' and 'i' keys

4º [Práctica] Clasificar imágenes,  
cambiándolas de lado: trabajo (izq.) y  
bebé (der.)



5º [Prueba] Clasificar imágenes-palabras en  
contra del estereotipo: trabajo/femenino (izq.) y  
bebé/masculino (der.)

Trabajo  
**Femenino**

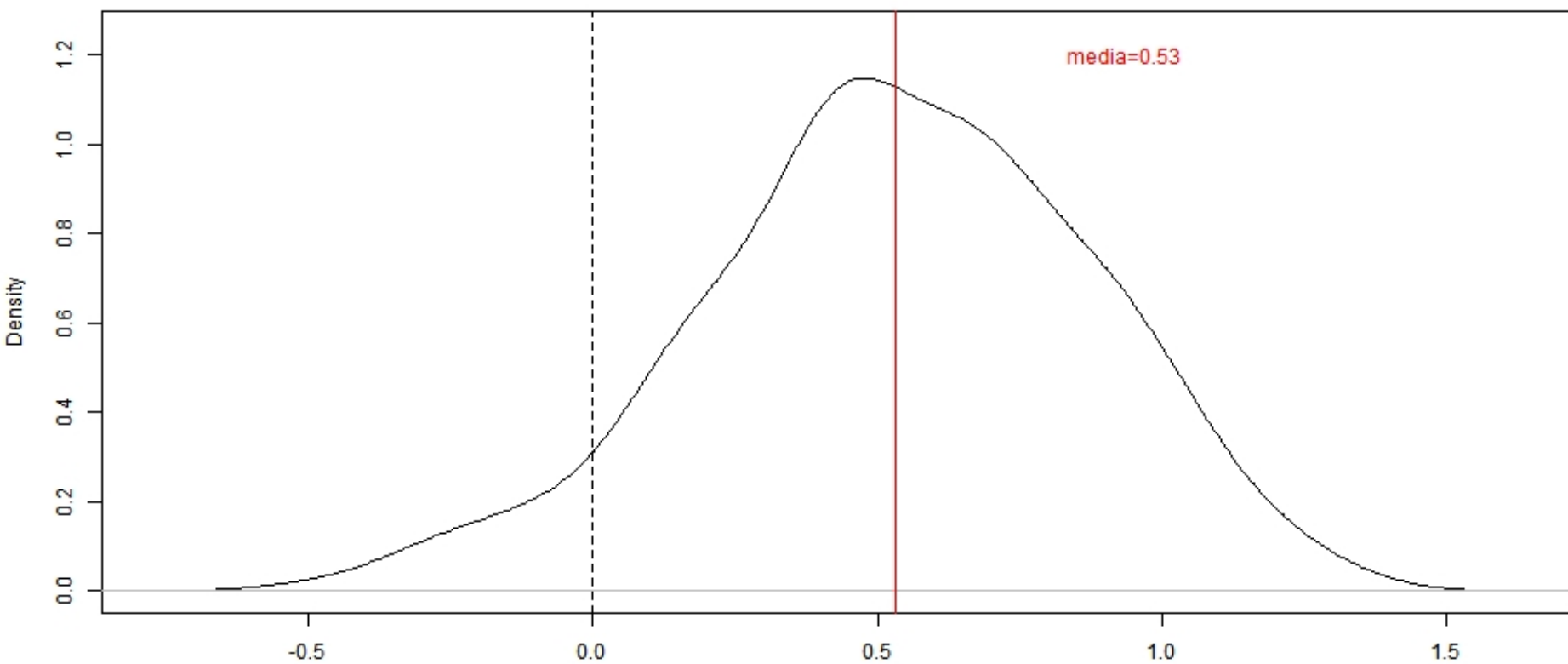
Cuidado del bebe  
**Masculino**



Keep your index fingers on the 'e' and 'i' keys



IAT 'cuidados'



Min.	1st Qu.	Median	<b>Mean</b>	3rd Qu.	Max.
-0.4842	0.3220	0.5366	<b>0.5330</b>	0.7574	1.3457

## Relación entre la puntuación del IAT y algunas variables demográficas:

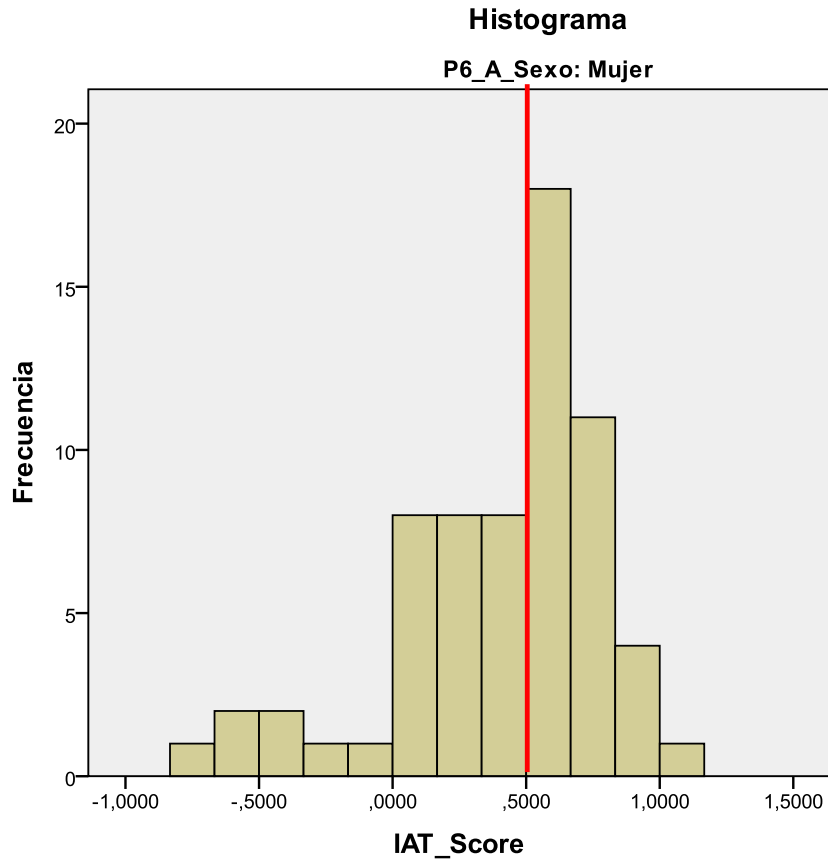
### Correlaciones

		IAT_Score	P6_B_Edad	EgalitarianGenderAttitudes	EgalitarianChildcareAttitudes
<b>IAT_Score</b>	Correlación de Pearson	1	<b>,188*</b>	<b>-,194*</b>	<b>-,256**</b>
	Sig. (bilateral)		,028	,026	,003
	N	137	137	131	132
P6_B_Edad	Correlación de Pearson	<b>,188*</b>	1	-,033	-,086
	Sig. (bilateral)	,028		,652	,236
	N	137	199	191	192
EgalitarianGenderAttitudes	Correlación de Pearson	<b>-,194*</b>	-,033	1	<b>,830**</b>
	Sig. (bilateral)	,026	,652		,000
	N	131	191	192	192
EgalitarianChildcareAttitudes	Correlación de Pearson	<b>-,256**</b>	-,086	<b>,830**</b>	1
	Sig. (bilateral)	,003	,236	,000	
	N	132	192	192	193

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

\*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

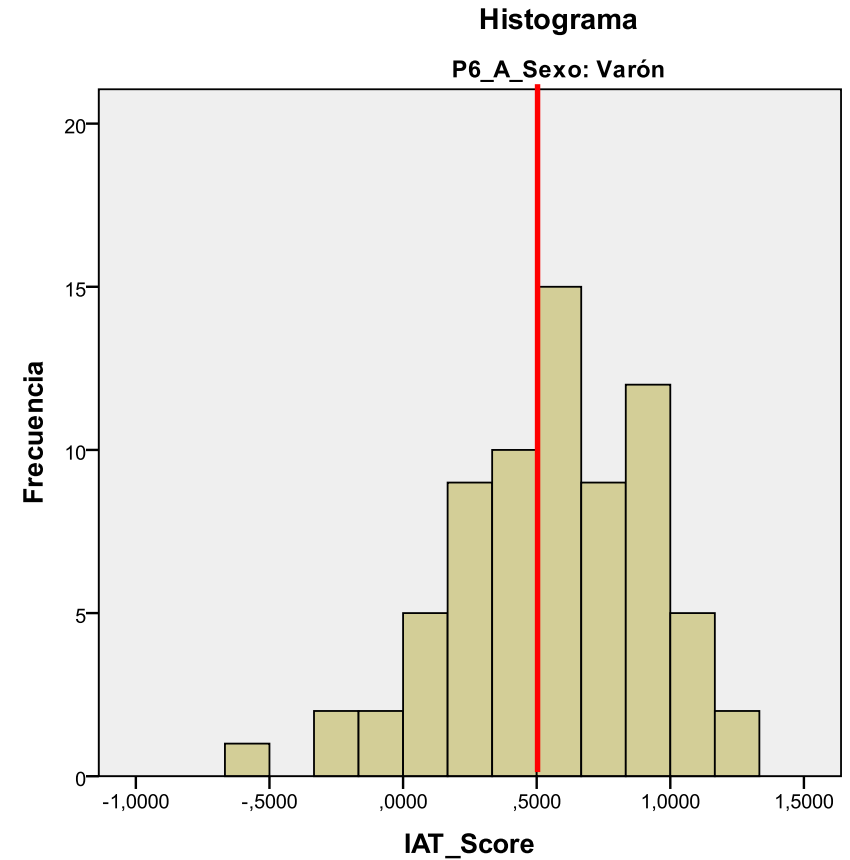
## Diferencias de género en la puntuación del IAT:



Media = ,4059

Desviación estándar = ,3933

N = 65



Media = ,5468

Desviación estándar = ,3655

N = 72

## Algunos ejemplos de investigaciones que usan IATs:

David I. Miller; Alice H. Eagly y Marcia C. Linn (2015): “**Women’s Representation in Science Predicts National Gender-Science Stereotypes: Evidence From 66 Nations**”, *Journal of Educational Psychology*, 107(3), 631–644 <https://eige.europa.eu/sites/default/files/millereaglylinn2015.pdf>

Green et al. (2006): “**Implicit Bias among Physicians and its Prediction of Thrombolysis Decisions for Black and White Patients**”, *Journal of General Internal Medicine*, 22(9), 1231–1238 <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11606-007-0258-5>

# Aplicación de IAT: la penalización laboral a un padre que concilia es mayor cuanto mayor es la asociación (implícita) mujer-cuidado del bebé

Fernández-Cornejo, J. A.; Britwum, A. O.; Escot. L.; Odoi, A.; Palomo-Vadillo, M. T.; Del Pozo-García, E.; y Ayitey, D. (2019): “**Penalizing fathers who use family-friendly measures. A comparative study with university students from Ghana and Spain**”. *Social Science Research*, 82(August), 204-220 .  
<https://www.ucm.es/data/cont/docs/85-2019-05-16-Penalizing%20fathers.pdf>

## PRINCIPALES HIPÓTESIS

- **El hombre que concilia es penalizado respecto del hombre que no concilia.** El hombre que concilia es visto como mejor persona pero peor trabajador...
- Adicionalmente, el hombre que concilia es visto como atípico y **se le penaliza más que a la mujer que concilia.**
- **Penalizan más al padre que concilia los participantes que tienen unas actitudes implícitas tradicionales,** tal que asocian el cuidado del bebé con la madre y no tanto con el padre...

## DISEÑO DEL EXPERIMENTO Y MUESTRA UTILIZADA

Experimento realizado con **925 alumnos universitarios** (en su mayoría estudiantes de ADE y Economía)

- 430 en España (UCM y ESIC)
- 495 en Ghana (University of Cape Coast)

que tienen que evaluar un perfil profesional ficticio.

**2 factores y 4 condiciones experimentales** (asignadas aleatoriamente entre los participantes):

- [C.1] Varón (Manuel) utiliza la reducción de jornada
- [C.2] Varón (Manuel) **no utiliza** la reducción de jornada
- [C.3] Mujer (María) utiliza la reducción de jornada
- [C.4] Mujer (María) **no utiliza** la reducción de jornada

## Descripción

Manuel es un consultor asociado de 32 años, licenciado en Administración y Dirección de Empresas y Máster en Business Administration (MBA). Ha estado trabajando en su empleo actual en la sede de Deloitte Consulting en Madrid durante seis años. La empresa está especializada en la actividad de consultoría con organizaciones que desean tener un funcionamiento más eficiente a través de una gestión eficaz de los recursos humanos. Los empleos de consultor con Deloitte Consulting son atractivos y bien pagados, y hay mucha competencia para acceder a ellos. Cuando trabaja con un cliente, las tareas de Manuel incluyen identificar cuestiones, planificar y ejecutar entrevistas y análisis, sintetizar conclusiones y traducirlas en recomendaciones, y asistir y ayudar en la implementación de los cambios en las organizaciones de sus clientes. Las aficiones de Manuel incluyen el running y la música.

Manuel y su mujer han tenido recientemente su primer bebé. Hace unos pocos años, Deloitte Consulting instituyó un programa que permite a los empleados la opción de trabajar a tiempo parcial (25-30 horas a la semana), para los casos en que se tengan circunstancias personales que hagan difícil trabajar a tiempo completo. Manuel decidió inscribirse en ese programa, y en la actualidad se toma las tardes libres para cuidar del niño en casa.

## Descripción

Manuel es un consultor asociado de 32 años, licenciado en Administración y Dirección de Empresas y Máster en Business Administration (MBA). Ha estado trabajando en su empleo actual en la sede de Deloitte Consulting en Madrid durante seis años. La empresa está especializada en la actividad de consultoría con organizaciones que desean tener un funcionamiento más eficiente a través de una gestión eficaz de los recursos humanos. Los empleos de consultor con Deloitte Consulting son atractivos y bien pagados, y hay mucha competencia para acceder a ellos. Cuando trabaja con un cliente, las tareas de Manuel incluyen identificar cuestiones, planificar y ejecutar entrevistas y análisis, sintetizar conclusiones y traducirlas en recomendaciones, y asistir y ayudar en la implementación de los cambios en las organizaciones de sus clientes. Las aficiones de Manuel incluyen el running y la música.

Manuel y su mujer han tenido recientemente su primer bebé. Hace unos pocos años, Deloitte Consulting instituyó un programa que permite a los empleados la opción de trabajar a tiempo parcial (25-30 horas a la semana), para los casos en que se tengan circunstancias personales que hagan difícil trabajar a tiempo completo. Si bien Manuel podría haber hecho uso de este programa, prefirió no hacerlo y en la actualidad trabaja en la oficina 40 horas a la semana, cinco días.



### Descripción

María es una consultora asociada de 32 años, licenciada en Administración y Dirección de Empresas y Máster en Business Administration (MBA). Ha estado trabajando en su empleo actual en la sede de Deloitte Consulting en Madrid durante seis años. La empresa está especializada en la actividad de consultoría con organizaciones que desean tener un funcionamiento más eficiente a través de una gestión eficaz de los recursos humanos. Los empleos de consultor con Deloitte Consulting son atractivos y bien pagados, y hay mucha competencia para acceder a ellos. Cuando trabaja con un cliente, las tareas de María incluyen identificar cuestiones, planificar y ejecutar entrevistas y análisis, sintetizar conclusiones y traducirlas en recomendaciones, y asistir y ayudar en la implementación de los cambios en las organizaciones de sus clientes. Las aficiones de María incluyen el running y la música.

María y su marido han tenido recientemente su primer bebé. Hace unos pocos años, Deloitte Consulting instituyó un programa que permite a los empleados la opción de trabajar a tiempo parcial (25-30 horas a la semana), para los casos en que se tengan circunstancias personales que hagan difícil trabajar a tiempo completo. María decidió inscribirse en ese programa, y en la actualidad se toma las tardes libres para cuidar del niño en casa.

### Descripción

María es una consultora asociada de 32 años, licenciada en Administración y Dirección de Empresas y Máster en Business Administration (MBA). Ha estado trabajando en su empleo actual en la sede de Deloitte Consulting en Madrid durante seis años. La empresa está especializada en la actividad de consultoría con organizaciones que desean tener un funcionamiento más eficiente a través de una gestión eficaz de los recursos humanos. Los empleos de consultor con Deloitte Consulting son atractivos y bien pagados, y hay mucha competencia para acceder a ellos. Cuando trabaja con un cliente, las tareas de María incluyen identificar cuestiones, planificar y ejecutar entrevistas y análisis, sintetizar conclusiones y traducirlas en recomendaciones, y asistir y ayudar en la implementación de los cambios en las organizaciones de sus clientes. Las aficiones de María incluyen el running y la música.

María y su marido han tenido recientemente su primer bebé. Hace unos pocos años, Deloitte Consulting instituyó un programa que permite a los empleados la opción de trabajar a tiempo parcial (25-30 horas a la semana), para los casos en que se tengan circunstancias personales que hagan difícil trabajar a tiempo completo. Si bien María podría haber hecho uso de este programa, prefirió no hacerlo y en la actualidad trabaja en la oficina 40 horas a la semana, cinco días.

- Una vez leído el perfil, los participantes tenían que evaluarlo, contestando a una serie de **preguntas**, con respuestas en **escala de Likert**:

- 9 preguntas relacionadas con las características laborales del perfil
- 42 preguntas relacionadas con sus rasgos de su personalidad
- 2 preguntas relacionadas con la conducta del participante:
  - Grado en que **recomendaría la promoción** de Manuel/María
  - **Aumento del salario por hora** que ofrecería a Manuel/María
- Preguntas demográficas (características de la persona participante)

- Se construyeron varias **escalas** (o instrumentos):

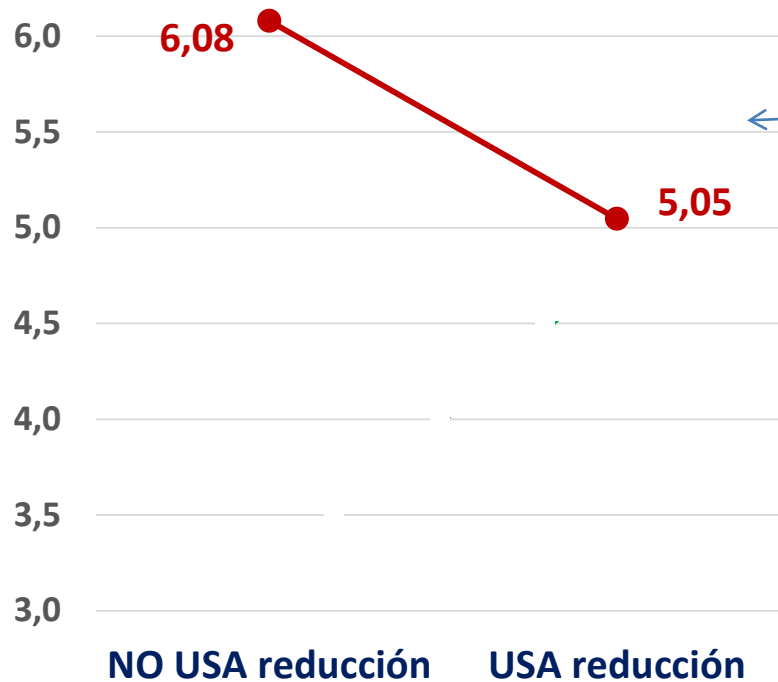
- “Perceived job commitment”
- “Male prescriptive traits”

- Los participantes de España realizaron un **IAT** (implicit-association test)

1º

Al usar la reducción, a Manuel se le percibe como **menos comprometido con el trabajo** (y con menos características de líder), pero se le percibe como **una mejor persona**.

**Manuel.** Puntuaciones medias (escala 1-7).  
España



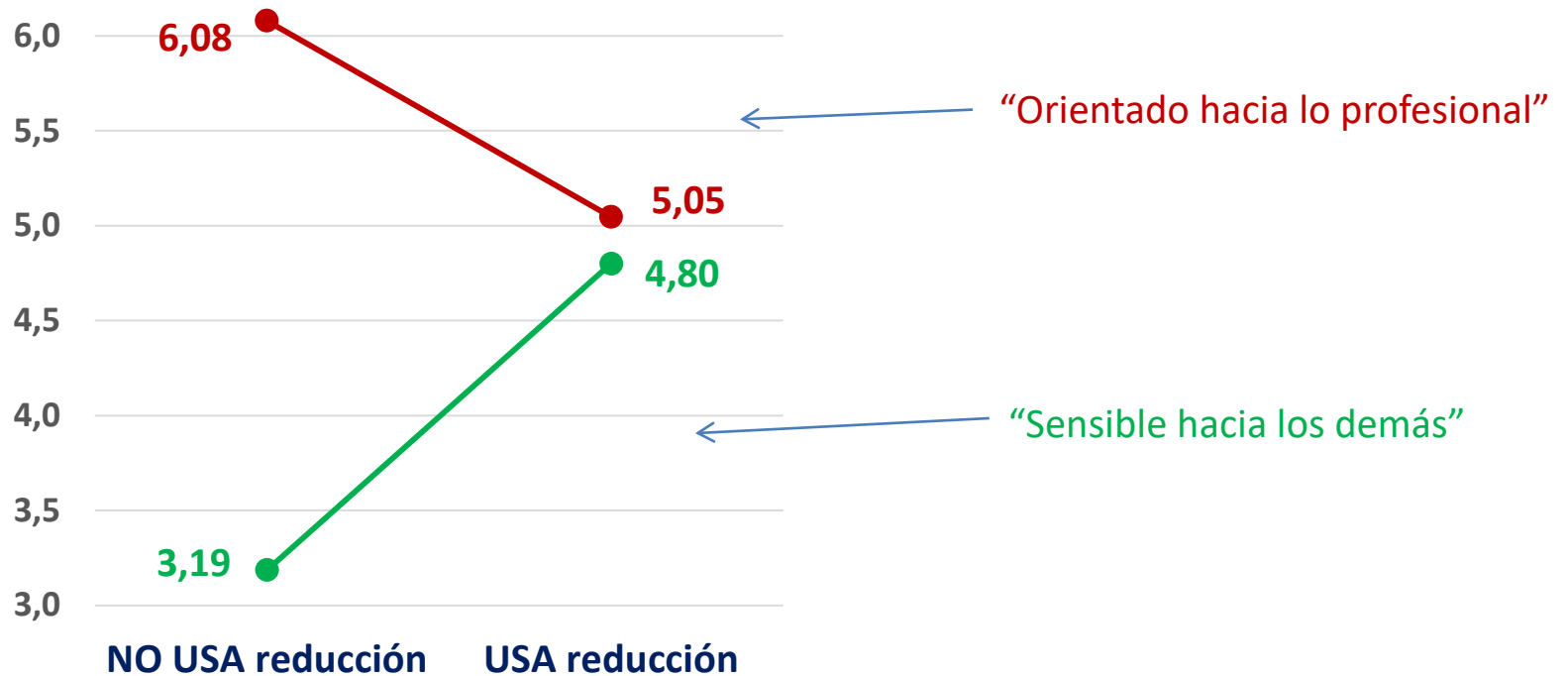
“Orientado hacia lo profesional”



1º

Al usar la reducción, a Manuel se le percibe como **menos comprometido con el trabajo** (y con menos características de líder), pero se le percibe como **una mejor persona**.

**Manuel.** Puntuaciones medias (escala 1-7).  
España

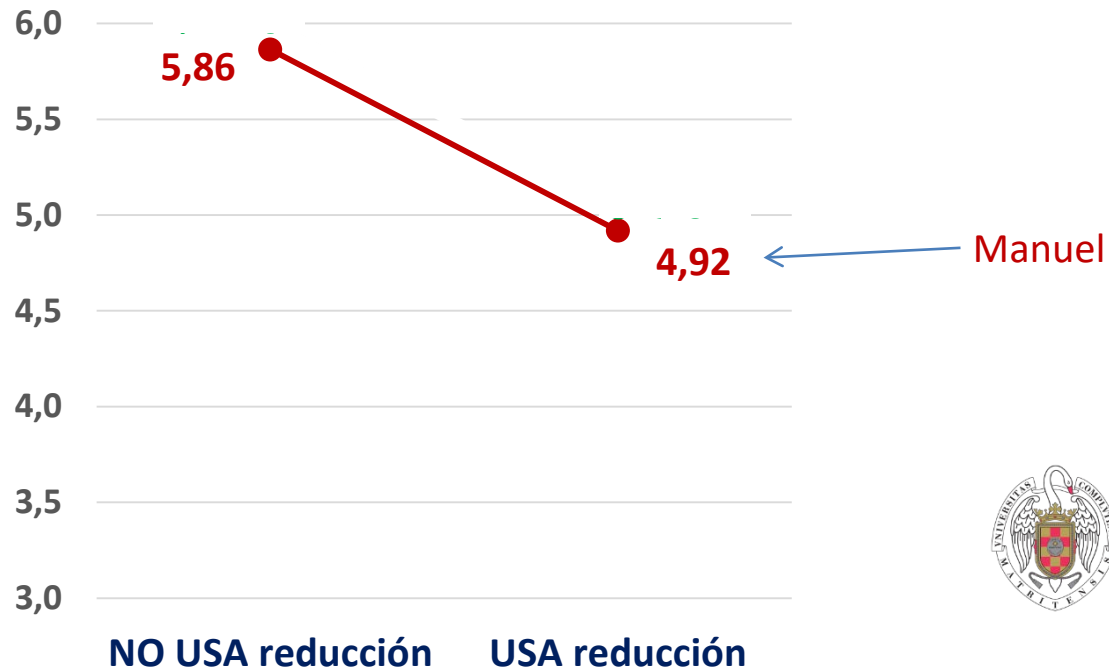


2º

En España se penaliza por igual a Manuel que a María  
En Ghana se penaliza más a Manuel

"Es un empleado/da implicado con la empresa".

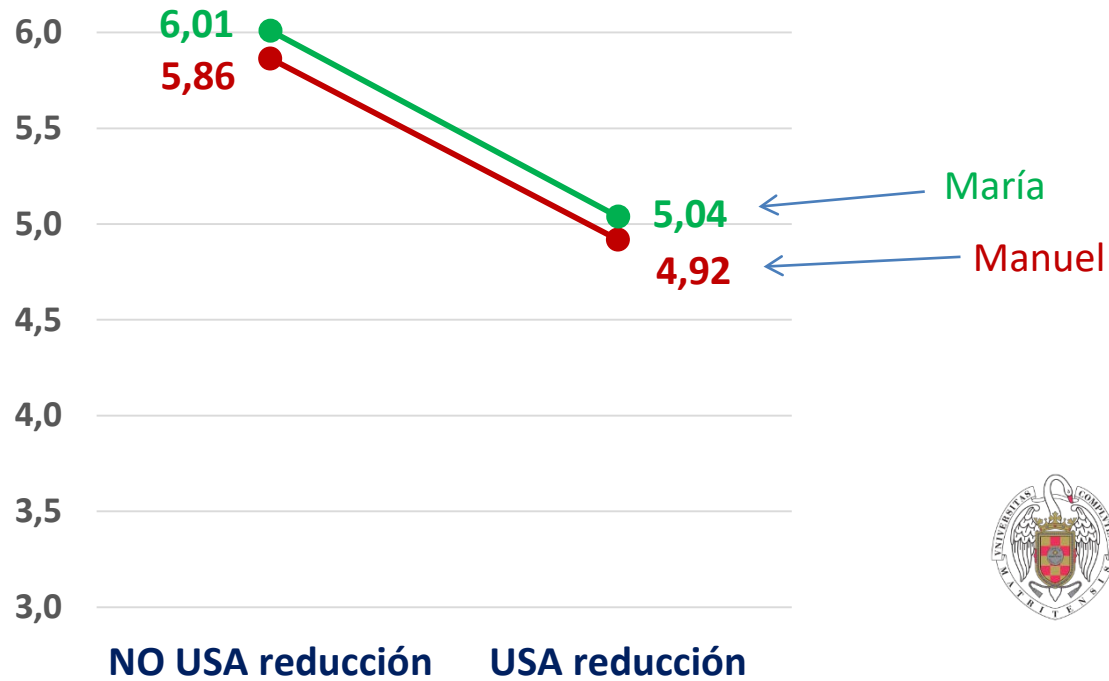
España. Puntuaciones medias (escala 1-7).



En España se penaliza por igual a Manuel que a María  
En Ghana se penaliza más a Manuel

"Es un empleado/da implicado con la empresa".

España. Puntuaciones medias (escala 1-7).

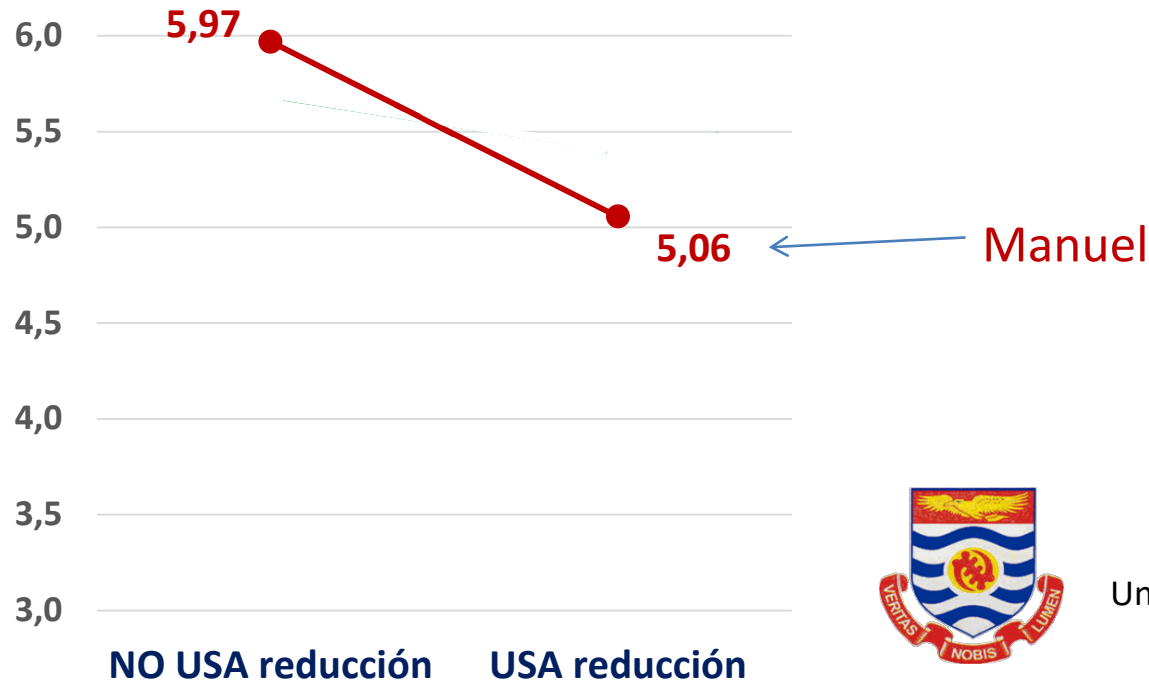


2º

En España se penaliza por igual a Manuel que a María  
En Ghana se penaliza más a Manuel

"Es un empleado/da implicado con la empresa".

Ghana. Puntuaciones medias (escala 1-7).



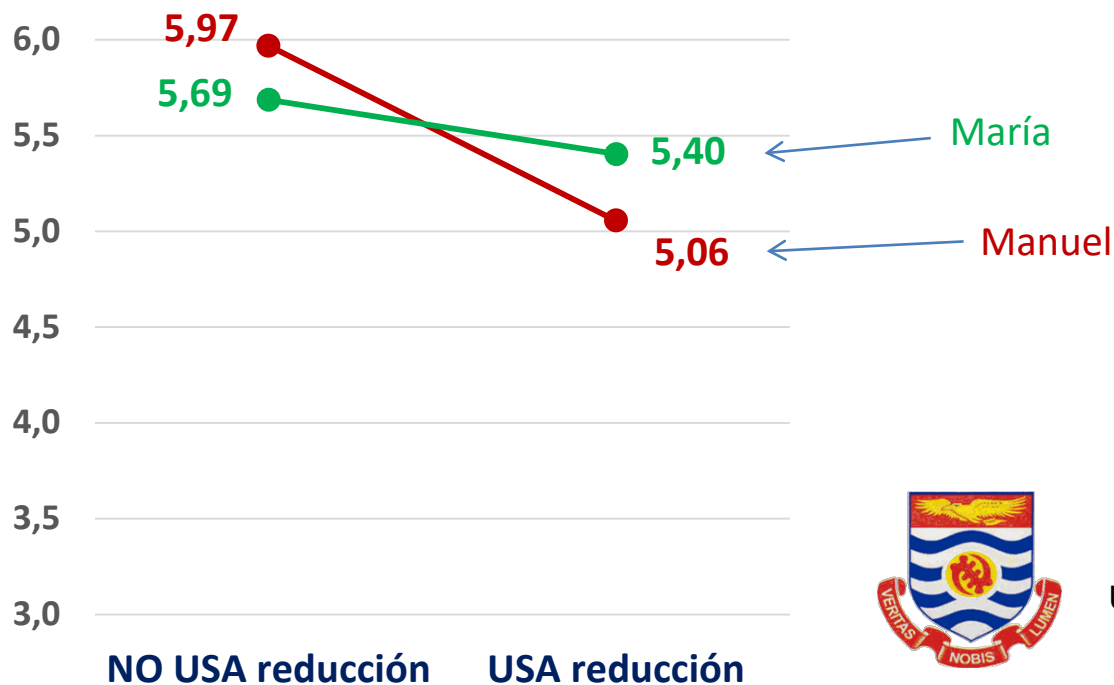
University of Cape Coast



En España se penaliza por igual a Manuel que a María  
En Ghana se penaliza más a Manuel

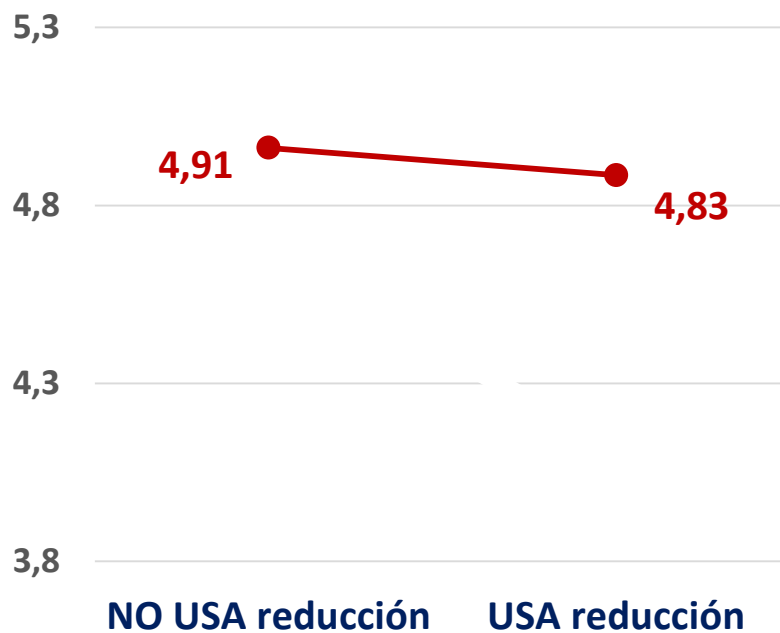
"Es un empleado/da implicado con la empresa".

Ghana. Puntuaciones medias (escala 1-7).



University of Cape Coast

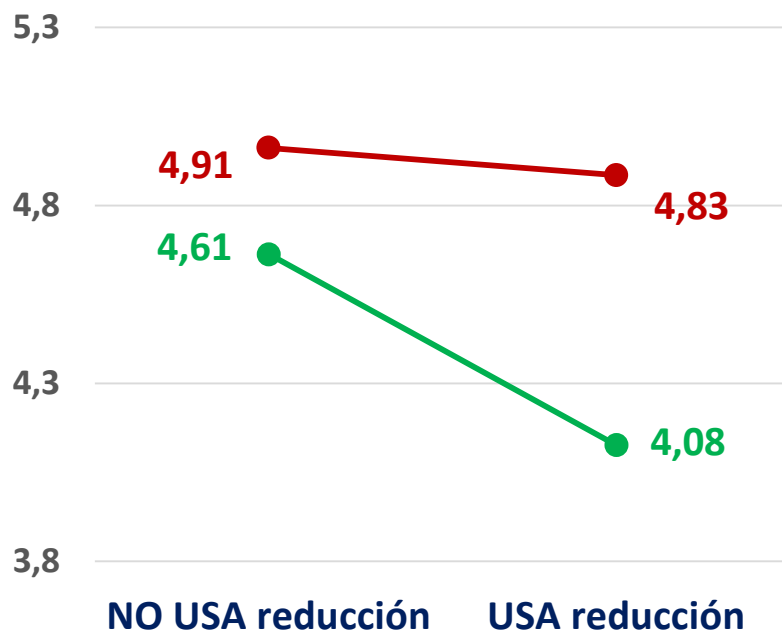
**"Grado de masculinidad".**  
Puntuaciones medias (escala 1-7).



**España**



**"Grado de masculinidad".**  
Puntuaciones medias (escala 1-7).



España

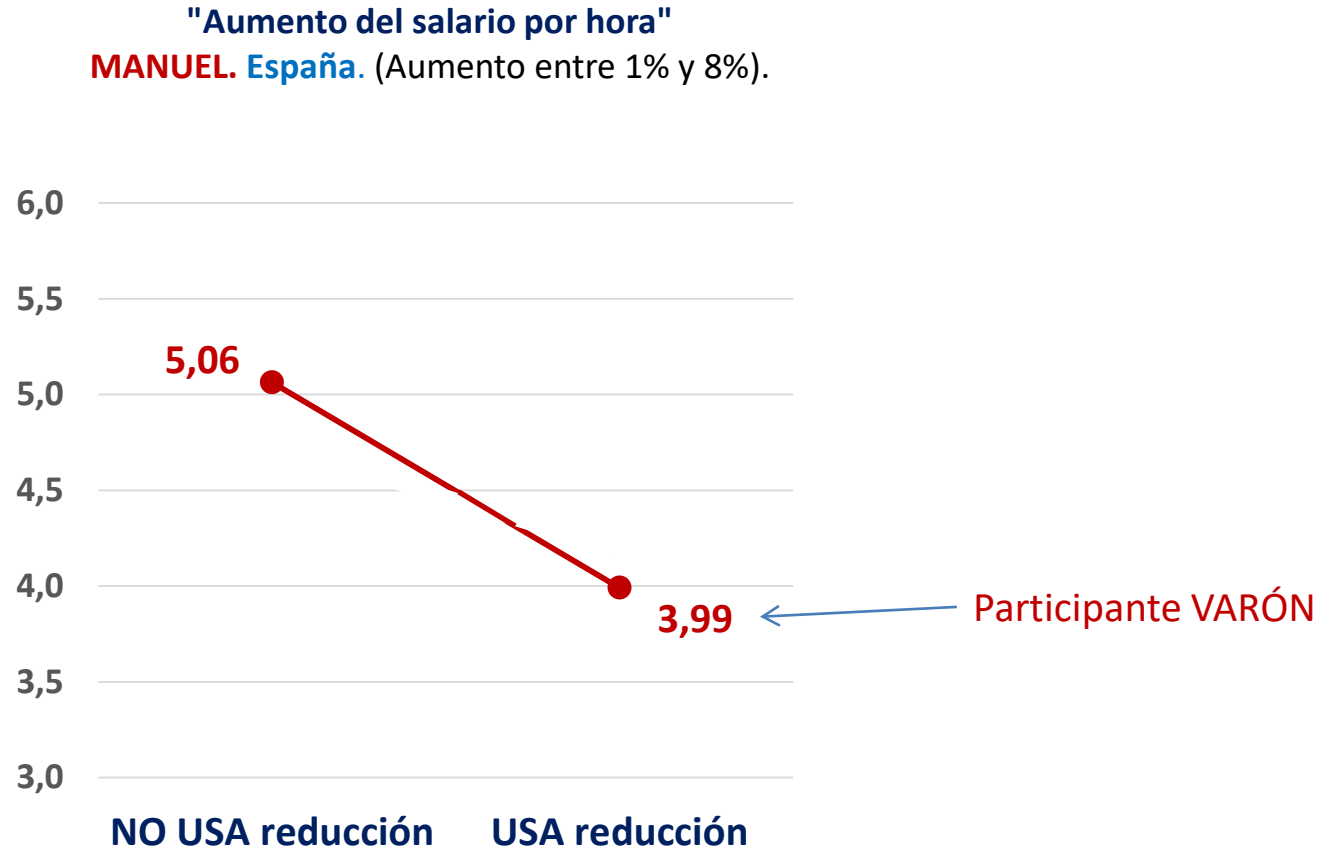


**ESIC**  
BUSINESS MARKETING SCHOOL

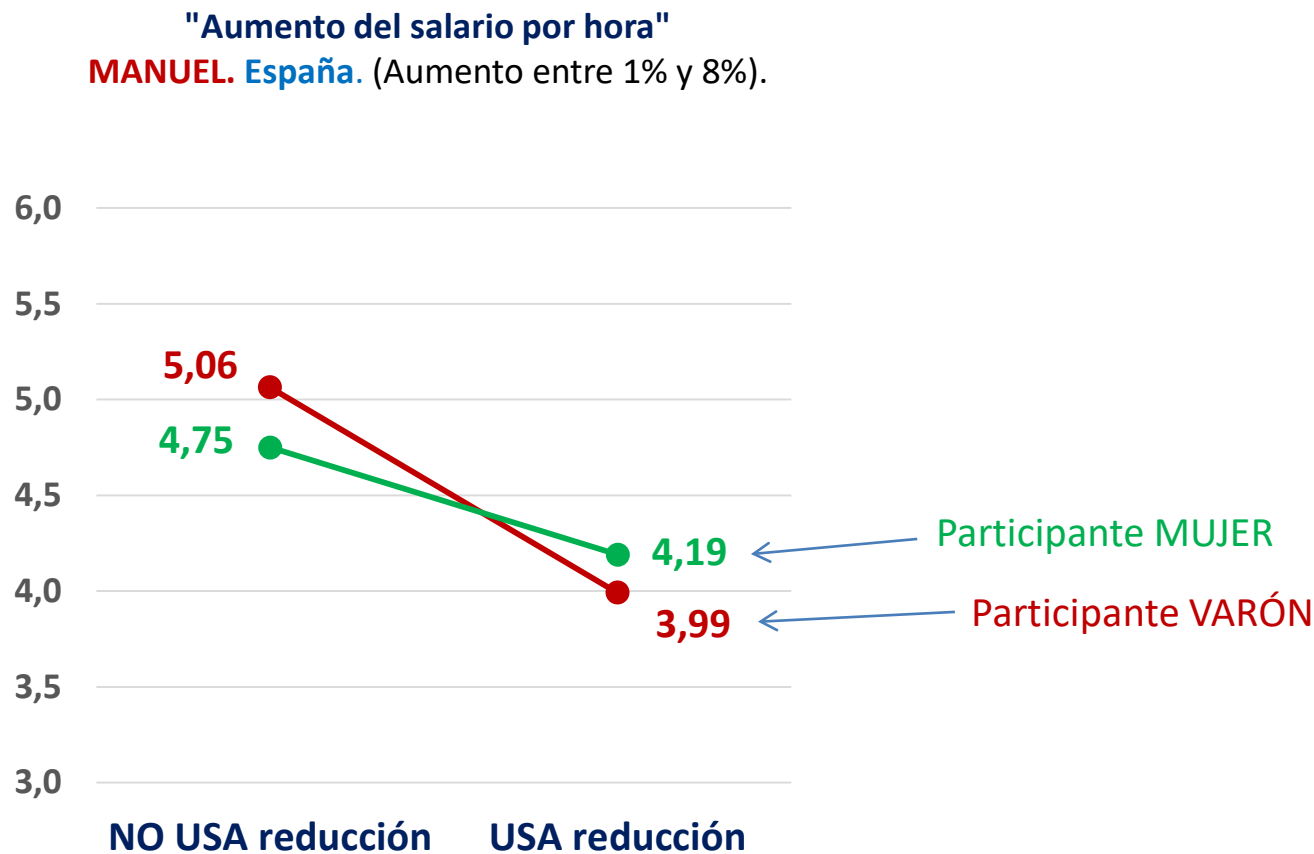
Ghana



## Los participantes varones tienden a penalizar al varón que concilia más que las participantes femeninas



## Los participantes varones tienden a penalizar al varón que concilia más que las participantes femeninas

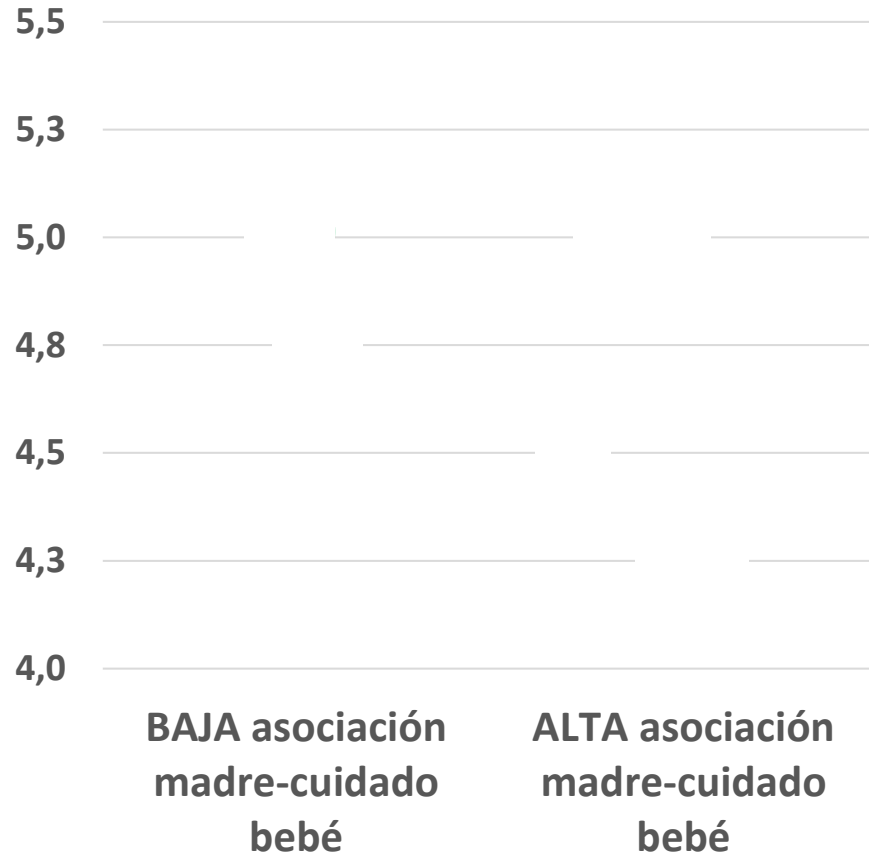


## RESULTADOS CON EL IAT

Cuando los participantes asocian el cuidado del bebé con la madre, y no con el padre, tienden a penalizar más al padre que concilia (las actitudes implícitas moderan la penalización)

### "Perceived job commitment".

España. Puntuaciones medias

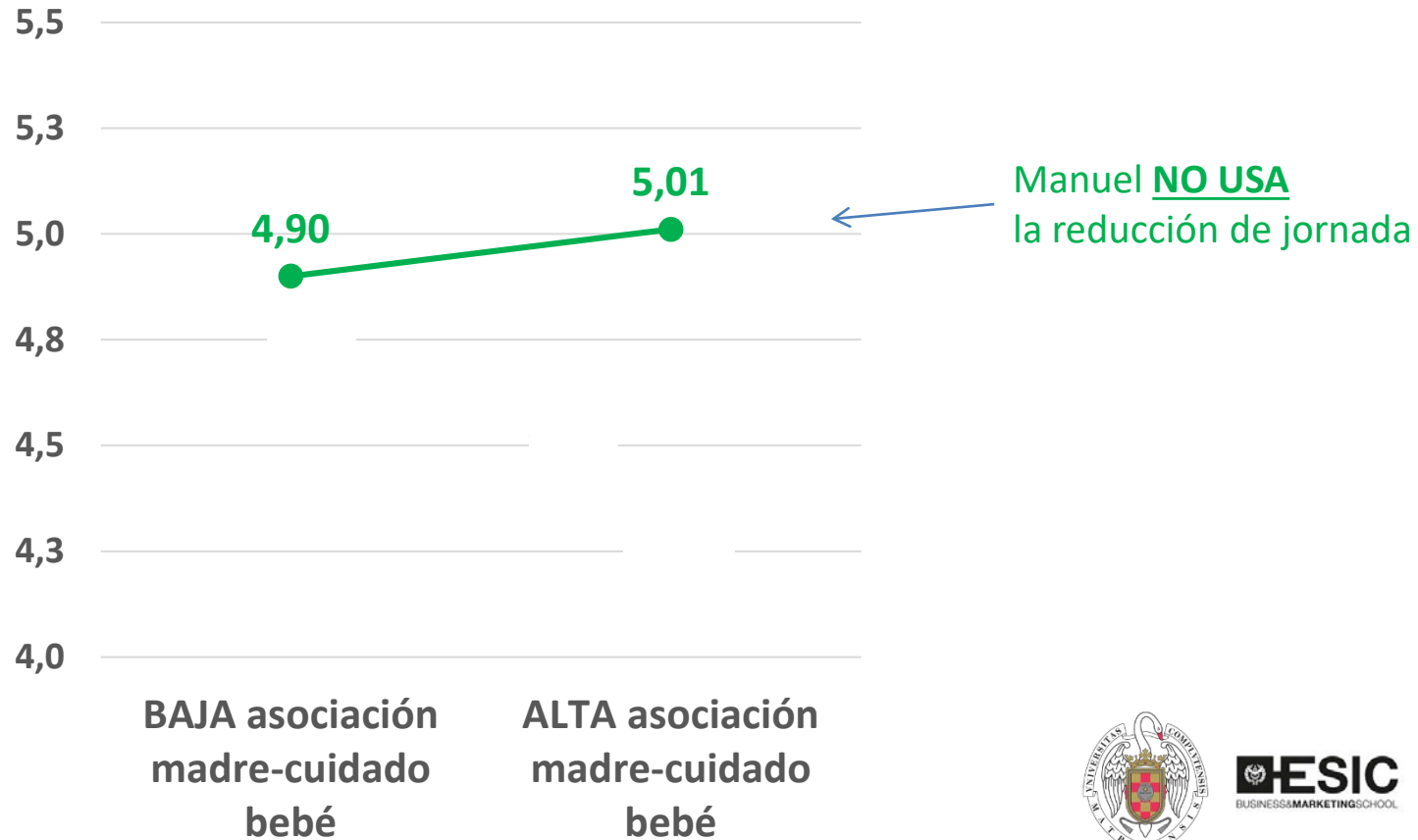


Nota: "Perceived job commitment" es una escala obtenida a partir de la media de 8 de las preguntas relativas a la evaluación laboral del perfi. Alfa de Cronbach=.889. El rango de valores era de 1.78 a 6.22. Cuanto mayor la puntuación mayor es la percepción de que el perfil está comprometido con su empresa.

Cuando los participantes asocian el cuidado del bebé con la madre, y no con el padre, tienden a penalizar más al padre que concilia (las actitudes implícitas moderan la penalización)

### "Perceived job commitment".

España. Puntuaciones medias



**ESIC**  
BUSINESS & MARKETING SCHOOL

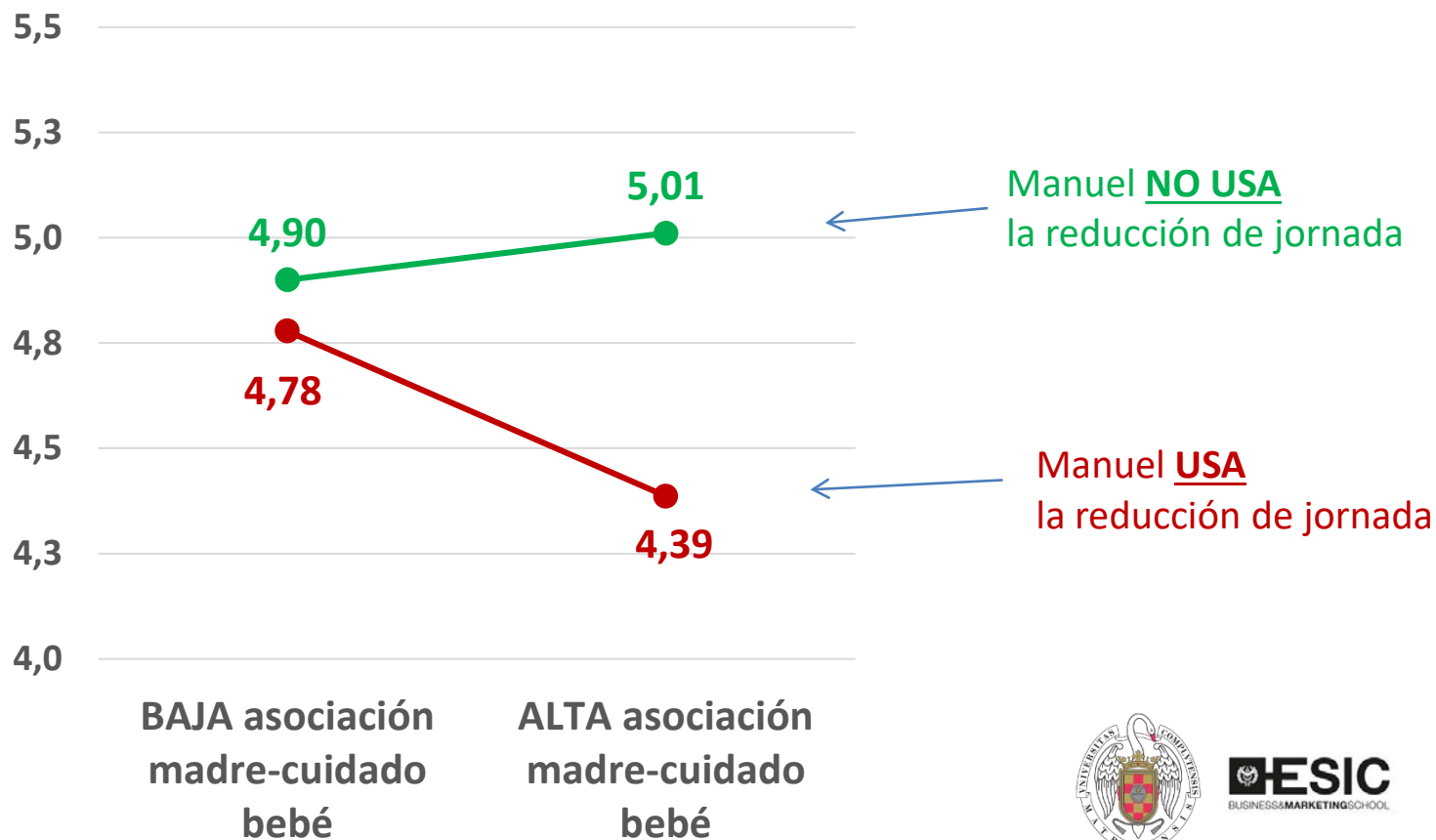
Nota: "Perceived job commitment" es una escala obtenida a partir de la media de 8 de las preguntas relativas a la evaluación laboral del perfi. Alfa de Cronbach=.889. El rango de valores era de 1.78 a 6.22. Cuanto mayor la puntuación mayor es la percepción de que el perfil está comprometido con su empresa.



Cuando los participantes asocian el cuidado del bebé con la madre, y no con el padre, tienden a penalizar más al padre que concilia (las actitudes implícitas moderan la penalización)

### "Perceived job commitment".

España. Puntuaciones medias



Nota: "Perceived job commitment" es una escala obtenida a partir de la media de 8 de las preguntas relativas a la evaluación laboral del perfi. Alfa de Cronbach=.889. El rango de valores era de 1.78 a 6.22. Cuanto mayor la puntuación mayor es la percepción de que el perfil está comprometido con su empresa.

## ● ¿Cómo diseño mi IAT?

- Programa FreeIAT de Adam W. Meade

<http://www4.ncsu.edu/~awmeade/FreeIAT/FreeIAT.htm>

- También puedes partir de este ejemplo de IAT diseñado con el programa FreeIAT

<https://www.dropbox.com/sh/mzl4it1mkhncm43/AABElYVXpfljFOLqaRWDcgraa?dl=0>

- Project Implicit <https://implicit.harvard.edu/implicit/spain/selectatest.jsp>

### **3. Estereotipos**

**Acertijo:**

<https://www.youtube.com/watch?v=AYRg2DPj-FM>

## ● Definición de estereotipos

- Los estereotipos funcionan como “**atajos cognitivos**” en el procesamiento de la información.
- Tendemos a **categorizar** y a hacer **intuiciones rápidas** respecto de cualquier objeto, animal o persona. Este proceso es esencial para nuestra supervivencia; es decir, para responder adaptativamente a las novedades que se nos presentan.









## ● Definición de estereotipos

- Los estereotipos funcionan como “**atajos cognitivos**” en el procesamiento de la información.
- Tendemos a **categorizar** y a hacer **intuiciones rápidas** respecto de cualquier objeto, animal o persona. Este proceso es esencial para nuestra supervivencia; es decir, para responder adaptativamente a las novedades que se nos presentan.
  - Cuando ves este objeto lo categorizas como **una silla** y reconoces que probablemente te puedes sentar en ella.
  - Este objeto es **una manzana**, es algo probablemente comestible.
  - Esto es **un perro**, probablemente ladra, come carne, no habla español...

## ● Definición de estereotipos

- Los estereotipos funcionan como “**atajos cognitivos**” en el procesamiento de la información.
- Tendemos a **categorizar** y a hacer **intuiciones rápidas** respecto de cualquier objeto, animal o persona. Este proceso es esencial para nuestra supervivencia; es decir, para responder adaptativamente a las novedades que se nos presentan.
  - Cuando ves este objeto lo categorizas como **una silla** y reconoces que probablemente te puedes sentar en ella.
  - Este objeto es **una manzana**, es algo probablemente comestible.
  - Esto es **un perro**, probablemente ladra, come carne, no habla español...

Estos son estereotipos acerca de las sillas, las manzanas y los perros. Ello no significa que sean lógicamente ciertos. **Éste podría ser un perro vegetariano, ésta una manzana venenosa, y ésta una silla explosiva.**

Pero probablemente estabas en lo cierto. Si se te desposeyera de tu capacidad de hacer este tipos de generalizaciones estarías perdida... (**ejemplo serpiente**)

- **También categorizamos a las personas**

- Tenemos en nuestra mente estereotipos sobre los hombres, las mujeres, los adolescentes, las personas mayores, las personas musulmanas, ...

- **También categorizamos a las personas**

- Tenemos en nuestra mente estereotipos sobre los hombres, las mujeres, los adolescentes, las personas mayores, las personas musulmanas, ...

- **Algunos de esos estereotipos son positivos**

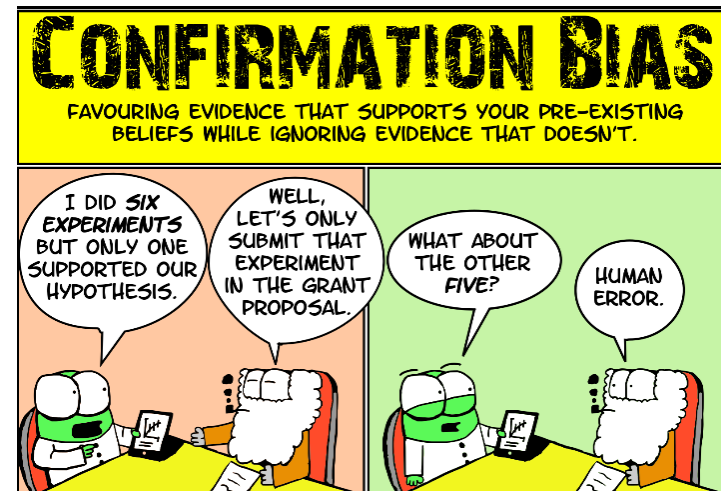
- Por ejemplo, que los andaluces son personas cálidas,
- Solemos tener una visión positiva de nuestro propio grupo (in-group)
- Y con frecuencia son perspectivas acertadas (“los noruegos son más altos que los japoneses...”; “los españoles gritan más en los restaurantes que los holandeses”)
- Con frecuencia poseer estereotipos nos permite hacer generalizaciones razonables sobre el mundo que nos rodea...

**Pero también hay aspectos negativos...**

## Pero también hay aspectos negativos...

### ● Sesgo de confirmación

- Es la tendencia a favorecer, buscar, interpretar y recordar la información que confirma las propias creencias o hipótesis, dando desproporcionadamente menos consideración a posibles alternativas. Es un tipo de **sesgo cognitivo** y un error sistemático del razonamiento.
- Si crees que los catalanes son tacaños, cuando veas a una persona catalana tacaña eso confirmará tu teoría; cuando veas a una persona catalana generosa económicamente ignorarás ese caso, o lo considerarás una excepción, o considerarás que no es un verdadero catalán...
- Si crees que los hombres homosexuales son afeminados...
- Si crees que las personas de color son delincuentes...



- **A menudo nuestros datos (creencias) no son fiables**

- Ejemplo de las audiciones ciegas a músicos. Los estereotipos que existían sobre las mujeres y la interpretación de la música clásica **eran simplemente falsos** (que las mujeres son menos apasionadas y temperamentales en la interpretación, que tienen menos fuerza, menos genialidad...)



Claudia Goldin and Cecilia Rouse (1997): "[Orchestrating Impartiality: The Impact of "Blind" Auditions on Female Musicians](#)", *NBER Working Paper No. 5903*

- Muchos de los datos que manejamos vienen de los medios de comunicación (televisión, cine, literatura, ...)

- La información que transmiten los medios **puede ser falsa, sesgada e injusta**. A partir de esta información **podemos construir unos estereotipos que son fieles a los datos que recibimos, pero que provienen de unos datos que no son representativos**.



- Muchos de los datos que manejamos vienen de los medios de comunicación (televisión, cine, literatura, ...)

- La información que transmiten los medios **puede ser falsa, sesgada e injusta**. A partir de esta información **podemos construir unos estereotipos que son fieles a los datos que recibimos, pero que provienen de unos datos que no son representativos**.
- Por ejemplo, la imagen que transmitía la literatura tradicionalmente sobre los judíos era la de **Shylock**, de “El mercader de Venecia”, de Shakespeare.



Basanio/Antonio/Porcia/Shylock

- Muchos de los datos que manejamos vienen de los medios de comunicación (televisión, cine, literatura, ...)

- La información que transmiten los medios **puede ser falsa, sesgada e injusta**. A partir de esta información **podemos construir unos estereotipos que son fieles a los datos que recibimos, pero que provienen de unos datos que no son representativos**.
- Por ejemplo, la imagen que transmitía la literatura tradicionalmente sobre los judíos era la de **Shylock**, de “El mercader de Venecia”, de Shakespeare.



Basanio/Antonio/Portia/Shylock

- “La donna è mobile qual piuma al vento, muta d'accento e di pensiero...”
- O los programas estadounidenses sobre la delincuencia en donde los delincuentes son casi siempre latinos o de color...
- Las noticias sobre musulmanes casi siempre son de fanáticos o de terroristas...

## ● Problemas morales con el uso de los estereotipos

- No parece que haya problemas morales en juzgar sillas, manzanas y perros a partir de estereotipos.
- Por ejemplo, no parece que tengamos problemas morales por atribuir rasgos de personalidad a las diferentes razas de perros... (“el lebel inglés es más pasivo y cariñoso que el pit bulls”)



## ● Problemas morales con el uso de los estereotipos

- No parece que haya problemas morales en juzgar sillas, manzanas y perros a partir de estereotipos.
- Por ejemplo, no parece que tengamos problemas morales por atribuir rasgos de personalidad a las diferentes razas de perros... (“el lebel inglés es más pasivo y cariñoso que el pit bulls”)



- Pero **sí podríamos tener problemas morales al juzgar de esta manera a los grupos de personas.** Ejemplo:
  - La estadística muestra que las personas jóvenes tienen en promedio una conducción más temeraria, y las aseguradoras establecen una prima de riesgo a las mismas (no nos parece mal...)
  - Incluso aunque la estadística mostrara que las personas asiáticas tienen en promedio más accidentes, ¿estaríamos a gusto con que las aseguradoras establecieran una prima de riesgo a las personas asiáticas? No podemos aplicar el “profiling” a todos los casos.

- **Tres niveles de estereotipos** (en sus manifestaciones)

- **Nivel público.** Es lo que estás dispuesto a admitir en público...

- **Tres niveles de estereotipos** (en sus manifestaciones)

- **Nivel público.** Es lo que estás dispuesto a admitir en público...
- **Nivel privado.** Es lo que realmente piensas pero no se lo dices a los demás

- **Tres niveles de estereotipos (en sus manifestaciones)**

- **Nivel público.** Es lo que estás dispuesto a admitir en público...
- **Nivel privado.** Es lo que realmente piensas pero no se lo dices a los demás
- **Asociaciones inconscientes.** Puede haber algún tipo de asociación inconsciente que puede estar operando y que la persona realmente no conoce. (Ejemplo “**Whistling Vivaldi**”, de Claude Steele...)

- **Estereotipos de género descriptivos y prescriptivos** (Shelley Correll)

- **Estereotipos descriptivos:**

- Tendemos a considerar que los **hombres**:
  - Globalmente, son ligeramente más competentes en la mayoría de tareas que las mujeres (estereotipo en declive o superado).
  - En el ámbito de tareas o actividades tradicionalmente asociadas con lo masculino (lo mecánico, el razonamiento matemático, el liderazgo,...) esta brecha o diferencia se acrecienta considerablemente.



- **Estereotipos de género descriptivos y prescriptivos** (Shelley Correll)

- **Estereotipos descriptivos:**

- Tendemos a considerar que los **hombres**:

- Globalmente, son ligeramente más competentes en la mayoría de tareas que las mujeres (estereotipo en declive o superado).
- En el ámbito de tareas o actividades tradicionalmente asociadas con lo masculino (lo mecánico, el razonamiento matemático, el liderazgo,...) esta brecha o diferencia se acrecienta considerablemente.

- Tendemos a considerar que las **mujeres**:

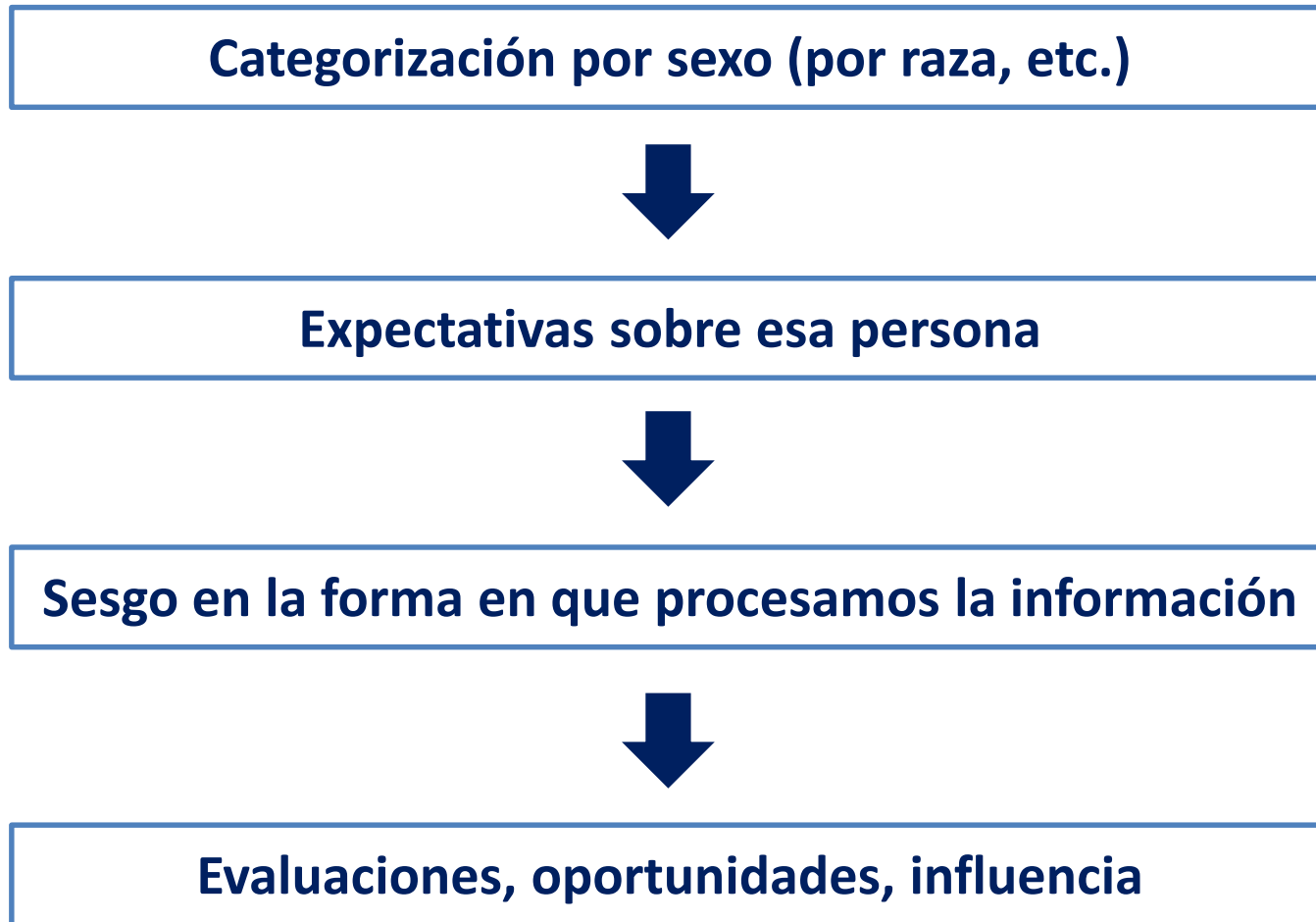
- Tienen más capacidad para actividades tradicionalmente asociadas a lo femenino (actividades que requieren habilidades en materia de crianza, educación, empatía y cuidado a los otros).
- Por otra parte, estas actividades y estos rasgos asociados a lo femenino han tenido siempre un **menor estatus** en el ámbito social y del trabajo comparadas con las asociadas a lo masculino.

## - **Estereotipos prescriptivos**

Tendemos a generar unas expectativas diferentes para hombres y para mujeres en el ámbito laboral y profesional

- Esperamos que **ellos estén orientados a la acción, que sean asertivos**, que no sean modestos ni débiles,
- Esperamos de **ellas que sean cálidas, agradables y amables**, y no dominantes ni asertivas.

- **Resumiendo**, puede haber sesgos en nuestras decisiones como consecuencia de los estereotipos:



## **4. Estereotipos de género y liderazgo femenino**

# Estereotipos de género y mujeres directivas (Alice Eagly)



## Estereotipos de género más comunes



### Masculino (agéntico)

- Competitivo
- Aventurero
- Agresivo
- Valiente
- Dominante
- Sólido ante la presión

### Femenino (comunal)

- Empática
- Dulce/amable
- Sensible
- Solidaria/solícita
- Cordial
- Cálida/protectora

Estos estereotipos de género siguen intactos (sí se ha avanzado en que ya no se ve a las mujeres como menos competentes)

## Estereotipos culturales sobre los líderes



- **Confianza en sí mismo**
- **Asertivo**
- **Resuelve problemas**
- **Resolutivo**
- **Inspira a otros**
- **Asume riesgos**
- **Orientado hacia la acción**
- **Socialmente cualificado**

# Prejuicios hacia las mujeres como líderes (Eagly y Karau 2002)\*

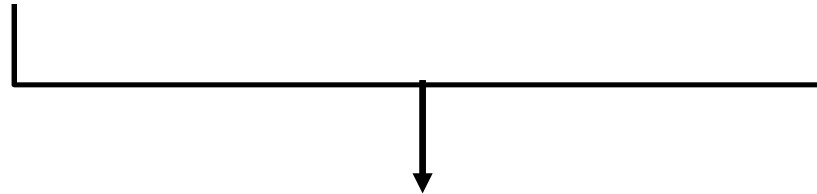
## Estereotipos de género

**Los hombres** son dominantes, asertivos, fuertes, preparados para el cambio...

**Las mujeres** son cálidas, amables, socialmente cualificadas, sensibles...

## Estereotipos sobre los líderes

**Los líderes** son seguros de sí mismos, asertivos, fuertes, asumen el control, inspiran a otros...



## Incongruencia

“Hombres” y “líderes” empareja bien  
“Mujeres” y “líderes” no empareja bien



## Prejuicio

Evaluación inferior de las mujeres como líderes o potencialmente líderes

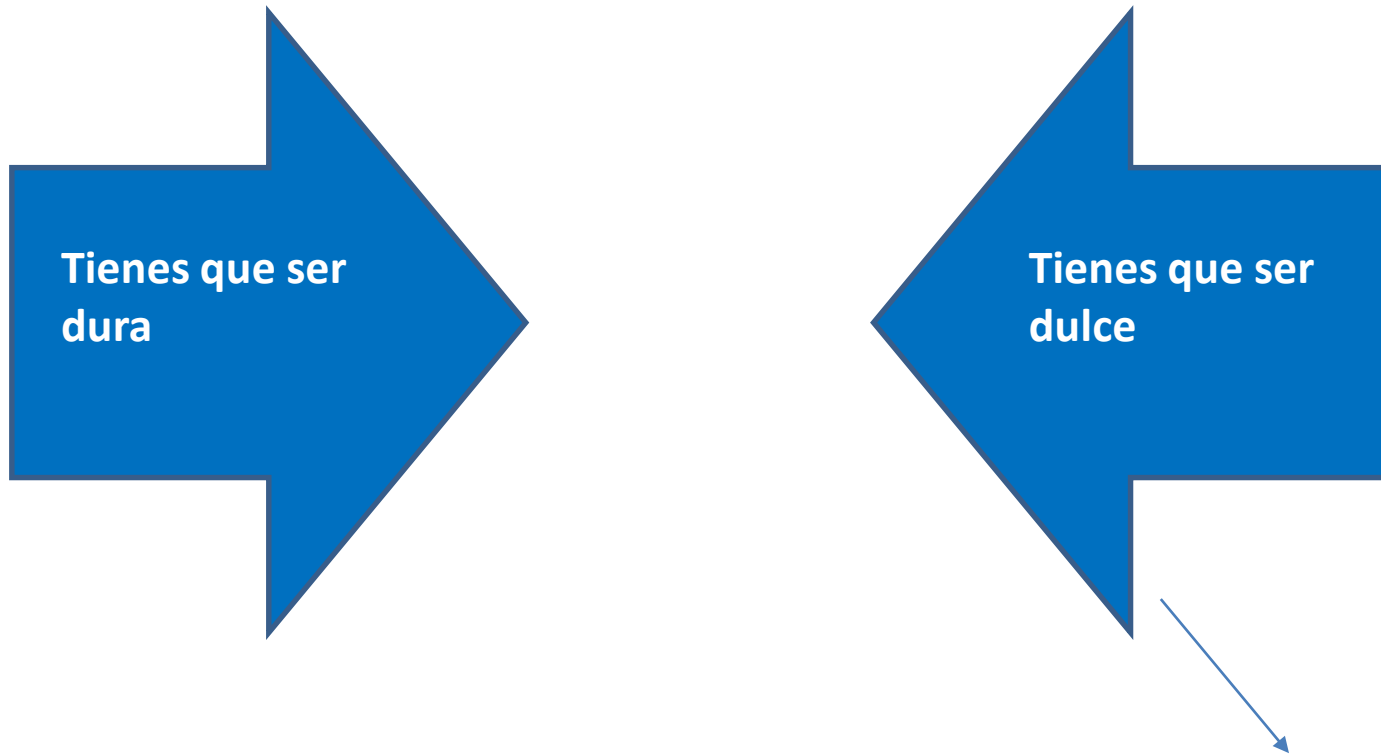
\* Eagly, A. H. & Karau, S. J. (2002). “Role Congruity Theory of Prejudice Toward Female Leaders”. *Psychological Review*, 109(3), 573-598. [https://www.women-unlimited.com/wp-content/uploads/prejudice\\_against\\_women..pdf](https://www.women-unlimited.com/wp-content/uploads/prejudice_against_women..pdf)

Desempeñando el rol de líder:  
**Doble rechazo (double bind)** al que se enfrentan  
muchas directivas





**Desempeñando el rol de líder:**  
**Doble rechazo (double bind) al que se enfrentan**  
**muchas directivas**



Si tienes un estilo directivo “dulce”...  
Te verán “blanda” y te penalizarán  
por ello (violas el rol de líder)

**Desempeñando el rol de líder:**  
**Doble rechazo (double bind) al que se enfrentan**  
**muchas directivas**



Si tienes un estilo directivo "enérgico" ...  
Te verán "fría" y "cortante" y te penalizarán por ello (violas el rol de ser femenina)



Si tienes un estilo directivo "dulce" ...  
Te verán "blanda" y te penalizarán por ello (violas el rol de líder)

# “Think manager-think male”

**Virginia Schein** lleva a cabo en 1973 una forma muy sencilla de medir el grado de asociación que existe entre el estereotipo masculino y el de líder

Schein, Virginia. E. (1973). “**The relationship between sex-role stereotypes and requisite management characteristics**”. *Journal of Applied Psychology*, 57, 95-100. <https://bit.ly/2CKqH5r>

## Procedimiento:

Cada participante (directivos y directivas) tenía que puntuar en una serie de adjetivos, o rasgos de personalidad (92 en el original), a una de estas tres personas:

- Una mujer, en general
- Un hombre, en general
- Una persona directiva, en general.

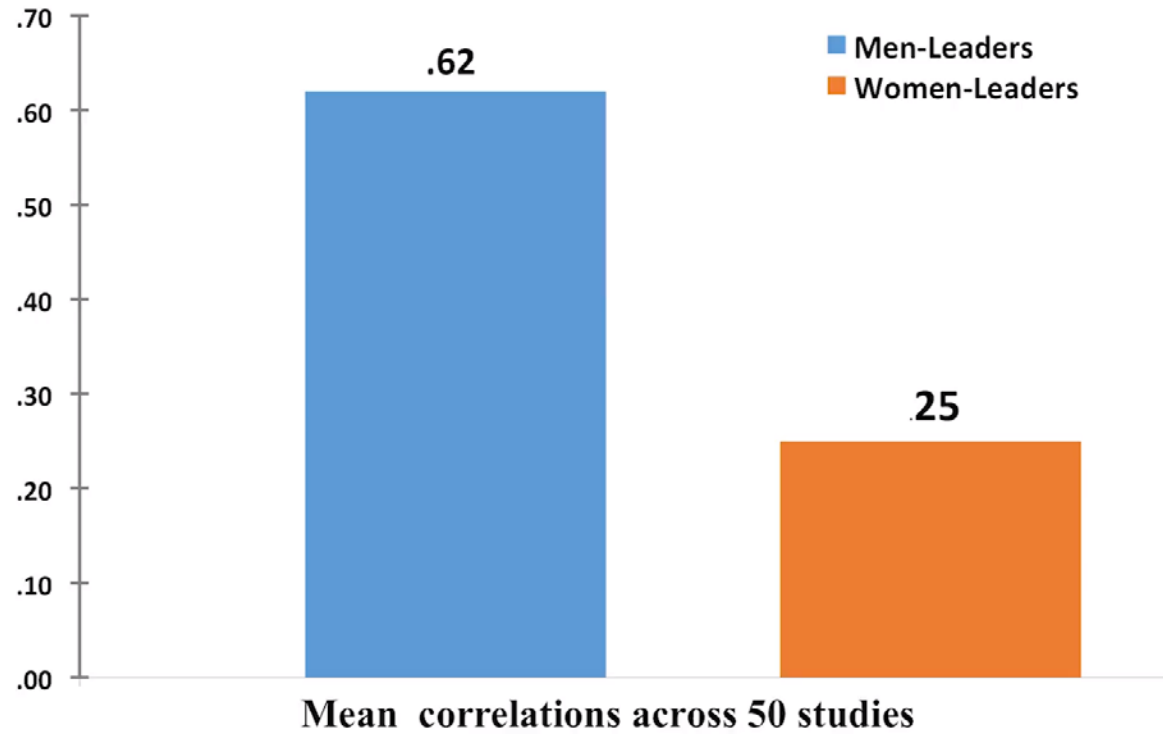
A continuación se utilizaba la correlación (intraclass correlation) entre las puntuaciones obtenidas por el hombre/la mujer y la obtenida para la persona directiva.

Se obtuvo una fuerte evidencia de una **mayor correlación entre las puntuaciones asignadas al hombre y al directivo** que entre las asignadas a la mujer y al directivo.

- Koenig, Eagly et al. Llevan a cabo un **meta análisis** sobre esta literatura en 2011

Anne M. Koenig; Alice Eagly; Abigail Mitchell; y Tiina Ristikari (2011): “**Are Leader Stereotypes Masculine? A Meta-Analysis of Three Research Paradigms**”. *Psychological Bulletin*, 137(4): 616-42. <https://bit.ly/3233OET>

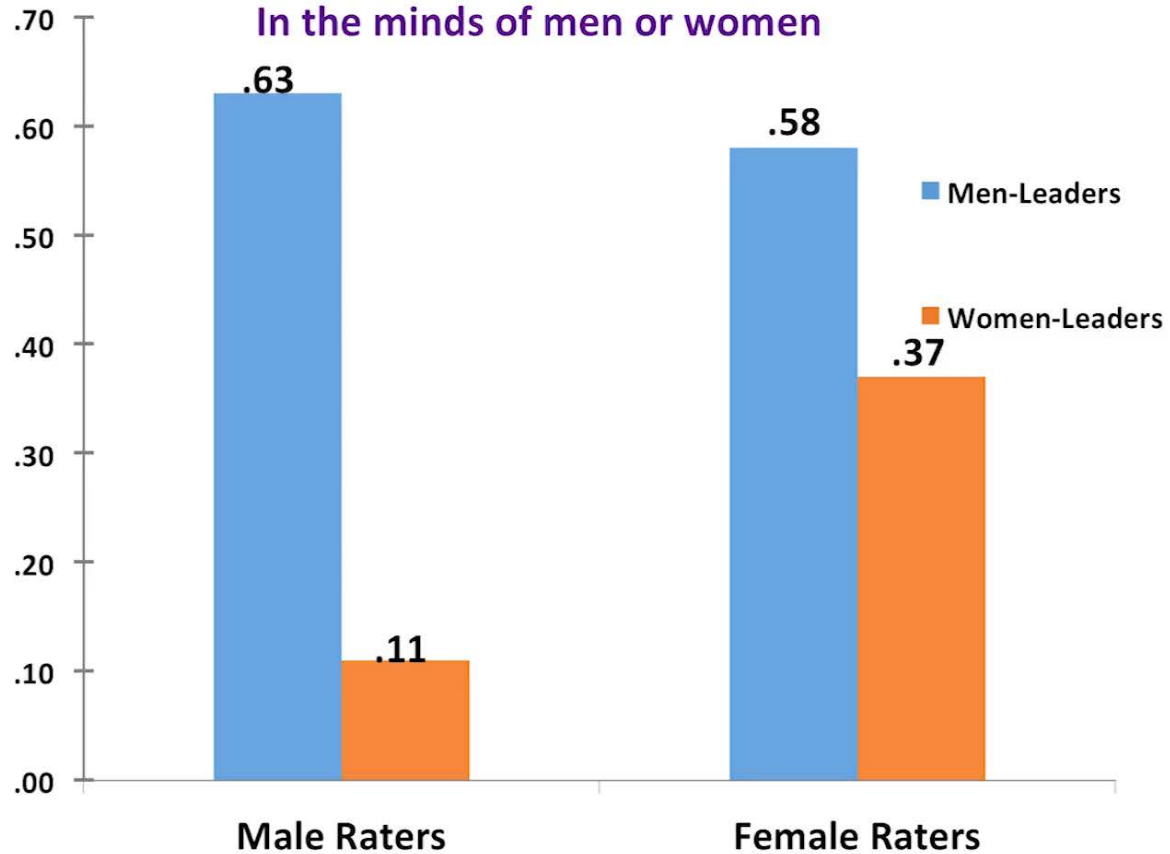
## Think Manager-Think Male



Koenig et al (2011)

# Think Manager-Think Male

In the minds of men or women



Koenig et al (2011)

¡Ojo! Los estilos de “**liderazgo democrático**” y “**liderazgo transformacional**” parece que son los más eficaces hoy día y, al mismo tiempo, contienen aspectos estereotipados tradicionalmente como femeninos.

## **5. Perspectiva de S. Correll sobre los sesgos basados en los estereotipos de género**

## ¿A través de qué vías los estereotipos perjudican a las mujeres? (Shelley J. Correll)





# ¿A través de qué vías los estereotipos perjudican a las mujeres? (Shelley J. Correll)



1.

Establecimiento de un “**listón más alto**” (doble estándar) para la candidata: se les requiere más evidencia o méritos a las mujeres que a los hombres para ser vistos como igualmente cualificados.

Experimento de Steinpreis et al. (1999)...

[https://cos.gatech.edu/facultyres/Diversity\\_Studies/Steinpreis\\_Impact%20of%20gender%20on%20review.pdf](https://cos.gatech.edu/facultyres/Diversity_Studies/Steinpreis_Impact%20of%20gender%20on%20review.pdf)

Este sesgo tiene lugar cuando hay **poca información** o ésta es ambigua.

# ¿A través de qué vías los estereotipos perjudican a las mujeres? (Shelley J. Correll)



1.

Establecimiento de un “**listón más alto**” (doble estándar) para la candidata: se les requiere más evidencia o méritos a las mujeres que a los hombres para ser vistos como igualmente cualificados.

Experimento de Steinpreis et al. (1999)...

[https://cos.gatech.edu/facultyres/Diversity\\_Studies/Steinpreis\\_Impact%20of%20gender%20on%20review.pdf](https://cos.gatech.edu/facultyres/Diversity_Studies/Steinpreis_Impact%20of%20gender%20on%20review.pdf)

Este sesgo tiene lugar cuando hay **poca información** o ésta es ambigua.

2.

Aplicación de un **escrutinio extra** de sus méritos: para dar por demostrado un determinado mérito se exigen más pruebas (se duda más de las pruebas presentadas).

Ésto también es puesto de manifiesto por Steinpreis et al. (1999)...

# ¿A través de qué vías los estereotipos perjudican a las mujeres? (Shelley J. Correll)



1.

Establecimiento de un “**listón más alto**” (doble estándar) para la candidata: se les requiere más evidencia o méritos a las mujeres que a los hombres para ser vistos como igualmente cualificados.

Experimento de Steinpreis et al. (1999)...

[https://cos.gatech.edu/facultyres/Diversity\\_Studies/Steinpreis\\_Impact%20of%20gender%20on%20review.pdf](https://cos.gatech.edu/facultyres/Diversity_Studies/Steinpreis_Impact%20of%20gender%20on%20review.pdf)

Este sesgo tiene lugar cuando hay **poca información** o ésta es ambigua.

2.

Aplicación de un **escrutinio extra** de sus méritos: para dar por demostrado un determinado mérito se exigen más pruebas (se duda más de las pruebas presentadas).

Ésto también es puesto de manifiesto por Steinpreis et al. (1999)...

3.

Mediante un **desplazamiento del criterio evaluador** de sus méritos.

Experimento de Uhlmann y Cohen (2005)...

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.0956-7976.2005.01559.x>

Este sesgo desaparece cuando los participantes se **comprometen** previamente a **seguir un determinado criterio**.

# ¿A través de qué vías los estereotipos perjudican a las mujeres? (Shelley J. Correll)



1.

Establecimiento de un “**listón más alto**” (doble estándar) para la candidata: se les requiere más evidencia o méritos a las mujeres que a los hombres para ser vistos como igualmente cualificados.

Experimento de Steinpreis et al. (1999)...

[https://cos.gatech.edu/facultyres/Diversity\\_Studies/Steinpreis\\_Impact%20of%20gender%20on%20review.pdf](https://cos.gatech.edu/facultyres/Diversity_Studies/Steinpreis_Impact%20of%20gender%20on%20review.pdf)

Este sesgo tiene lugar cuando hay **poca información** o ésta es ambigua.

2.

Aplicación de un **escrutinio extra** de sus méritos: para dar por demostrado un determinado mérito se exigen más pruebas (se duda más de las pruebas presentadas).

Ésto también es puesto de manifiesto por Steinpreis et al. (1999)...

3.

Mediante un **desplazamiento del criterio evaluador** de sus méritos.

Experimento de Uhlmann y Cohen (2005)...

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.0956-7976.2005.01559.x>

Este sesgo desaparece cuando los participantes se **comprometen** previamente a **seguir un determinado criterio**.

4.

Mediante la experimentación de un **doble rechazo** (double bind) respecto de cómo se es percibida en cuanto a competencia y calidez (likability): los juicios en cuanto a competencia y calidez están correlacionados negativamente.

Experimento de Rudman (1998)

[https://www.researchgate.net/publication/51317388\\_Self-Promotion\\_as\\_a\\_Risk\\_Factor\\_for\\_Women\\_The\\_Costs\\_and\\_Benefits\\_of\\_Countering\\_stereotypical\\_Impression\\_Management](https://www.researchgate.net/publication/51317388_Self-Promotion_as_a_Risk_Factor_for_Women_The_Costs_and_Benefits_of_Countering_stereotypical_Impression_Management)

# ¿A través de qué vías los estereotipos perjudican a las mujeres? (Shelley J. Correll)



## Aspectos del entorno de trabajo que acentúan los 4 efectos anteriores:

- **Ambigüedad** (contextos ambiguos, ausencia de criterios/baremos de decisión, falta de información,...)
- **Definición estrecha** de “éxito”
- Cuando se pertenece a un **grupo social minoritario** y con bajo estatus social

## ¿Cómo eliminar estos sesgos basados en estereotipos de género?

- Adiestramiento para neutralizar los sesgos implícitos
- Formalizar (protocolizar, baremar) los procesos de decisión sobre evaluaciones, contrataciones, promociones y compensaciones

Se aconseja leer este artículo



## **6. La amenaza del estereotipo**

## La amenaza del estereotipo (Claude Steele y Joshua Aronson)

La **teoría de la amenaza del estereotipo** sostiene que, **si perteneces a un grupo social para el que existe un estereotipo desfavorable, cuando tienes que realizar una actividad para la que el contenido de ese estereotipo es relevante, tu rendimiento en esa actividad puede bajar** (como consecuencia del estrés y la inseguridad que te genera el sentirte evaluado, no solo como individuo, sino como miembro de ese grupo)

Por ejemplo, una vez que el estereotipo negativo ha sido activado:

- Las mujeres mostrarían un peor rendimiento en pruebas de matemáticas
- Los afroamericanos mostrarían un peor rendimiento en pruebas de inteligencia
- Las personas mayores mostrarían un peor rendimiento en pruebas de memoria

Stereotype Threat: A Conversation with Claude Steele

<https://www.youtube.com/watch?v=failylRONrY>

## Amenaza del estereotipo y rendimiento de las mujeres en las pruebas de matemáticas

Spencer, S. J.; Steele, C. M.; and Quinn, M. (1999): “**Stereotype Threat and Women’s Math Performance**”, *Journal of Experimental Social Psychology*, 35, 4–28

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022103198913737>

Llevan a cabo tres experimentos, con **estudiantes de la Universidad de Michigan**. Intentan demostrar que el resultado obtenido, a veces, por la literatura, según el cual, en promedio las chicas obtienen puntuaciones inferiores que los chicos en las pruebas de matemáticas difíciles, no se debe a causas esencialistas, sino al efecto de la amenaza del estereotipo.



En el estudio 1 reproducen el resultado mostrado por la literatura, según la cual, las mujeres obtienen un resultado promedio peor que los varones en las pruebas de matemáticas difíciles, y no así en las fáciles.

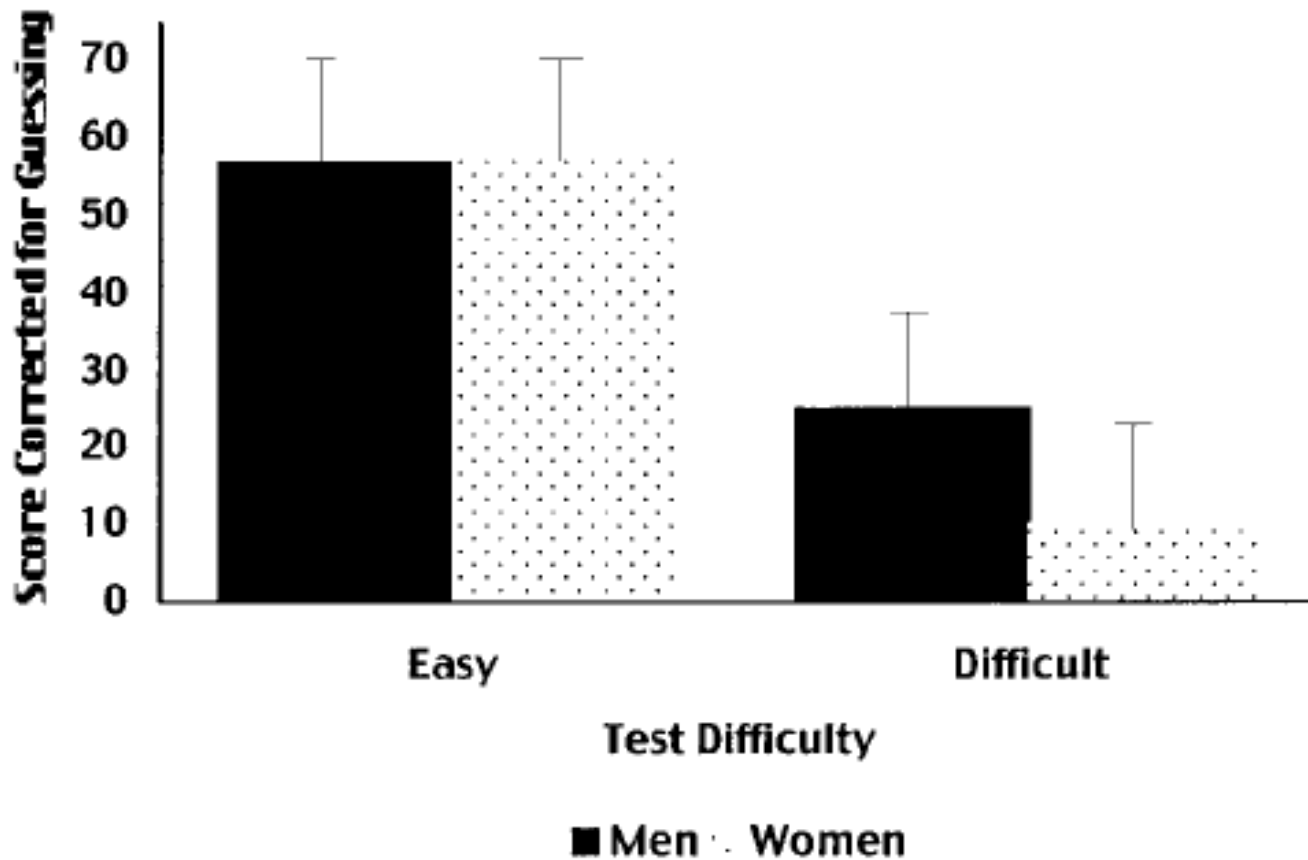


FIG. 1. Performance on a math test as a function of sex of subject and test difficulty

En el estudio 2, para el test **difícil**...

Avisan previamente de que  
en este test históricamente  
**no hay diferencias de género**  
en los resultados promedio

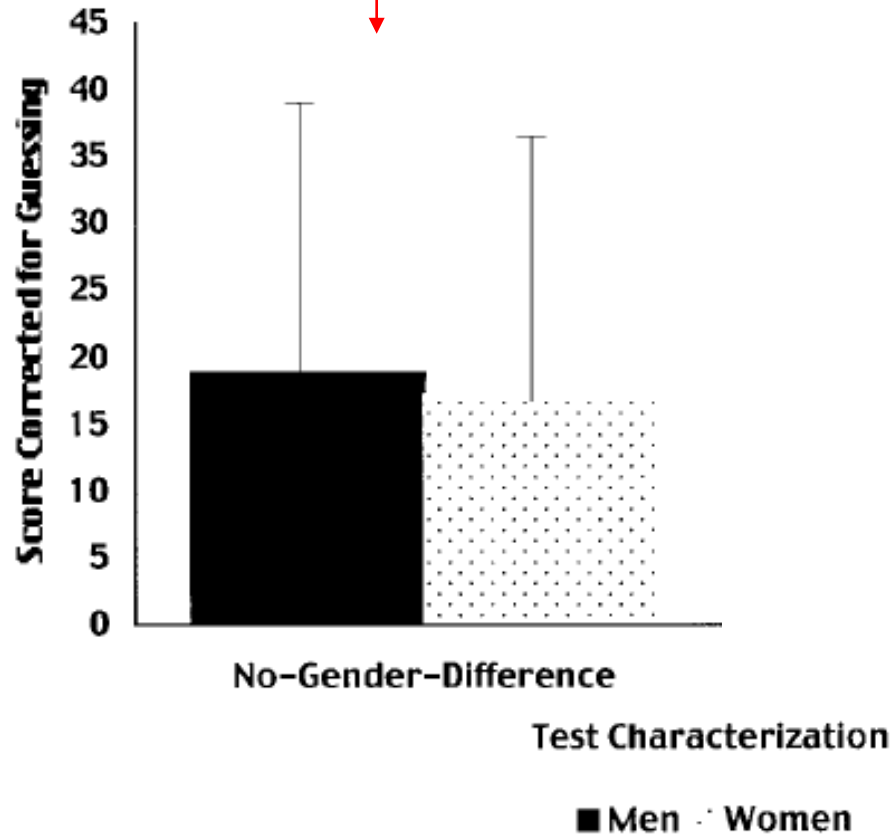


FIG. 2. Performance on a difficult math test as a function of sex of subject and test characterization

En el estudio 2, para el test **difícil**...

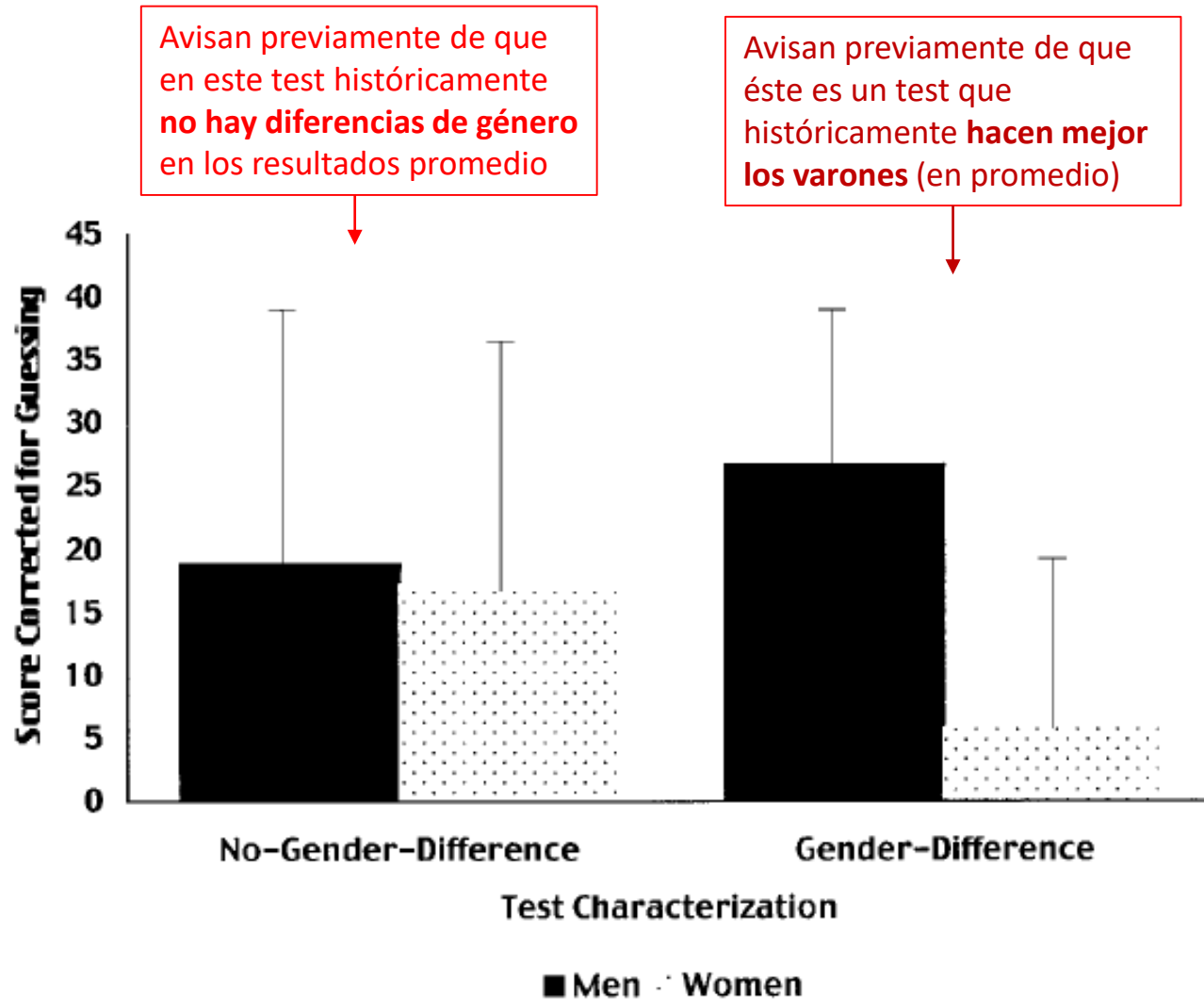


FIG. 2. Performance on a difficult math test as a function of sex of subject and test characterization

En el estudio 2, para el test **difícil**...

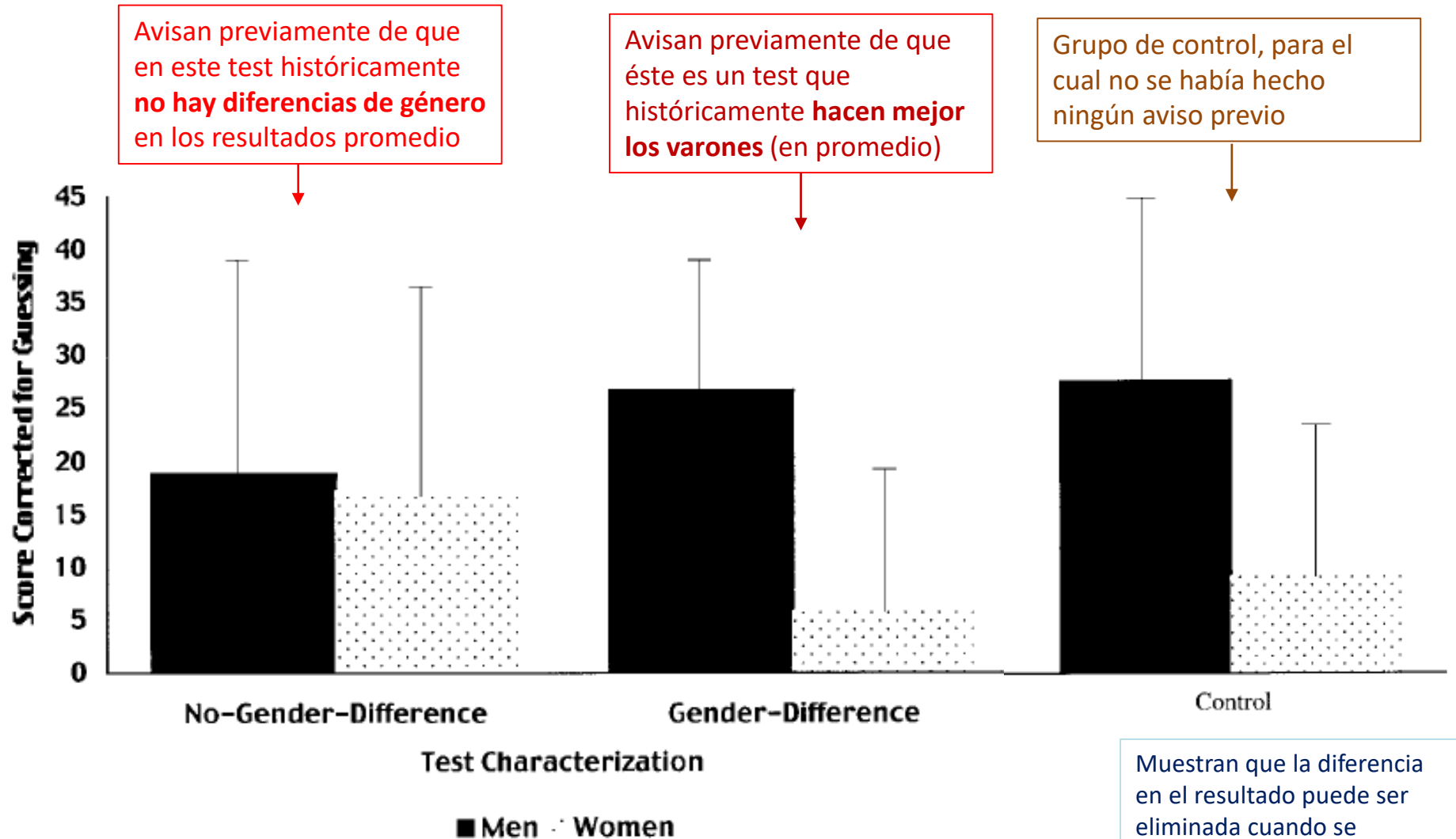


FIG. 2. Performance on a difficult math test as a function of sex of subject and test characterization

Muestran que la diferencia en el resultado puede ser eliminada cuando se neutraliza la amenaza del estereotipo; y, al contrario, las diferencias se exageran cuando se refuerza el estereotipo

# Amenaza del estereotipo y rendimiento de las niñas en un concurso de matemáticas

Iriberry, Nagore; Rey-Biel, Pedro (2017): **“Stereotypes are only a threat when beliefs are reinforced: On the sensitivity of gender differences in performance under competition to information provision”**. *Journal of Economic Behavior & Organization*, Volume 135, 99-111

Ribera, Nagore; Rey-Biel, Pedro (2018): **“Competitive Pressure Widens the Gender Gap in Performance: Evidence from a Two-stage Competition in Mathematics”**. *The Economic Journal*

<https://observatoriosociallacaixa.org/es/-/competitividad-laboral-mujeres-y-hombres? ga=2.14510391.1462549181.1573471443-1381007134.1570442653>

**Curiosidad:** Iriberry y Rey-Biel dando una charla sobre R. Thaler (premio Nobel de Economía) y sobre qué es la economía conductual:

- Nagore Iriberry

<https://www.youtube.com/watch?v=kFYuuubHm7M>

- Pedro Rey Biel

<https://www.youtube.com/watch?v=ZonTgtMNcMA>

- Tano Santos

<https://www.youtube.com/watch?v=HbEhdwAVNug>

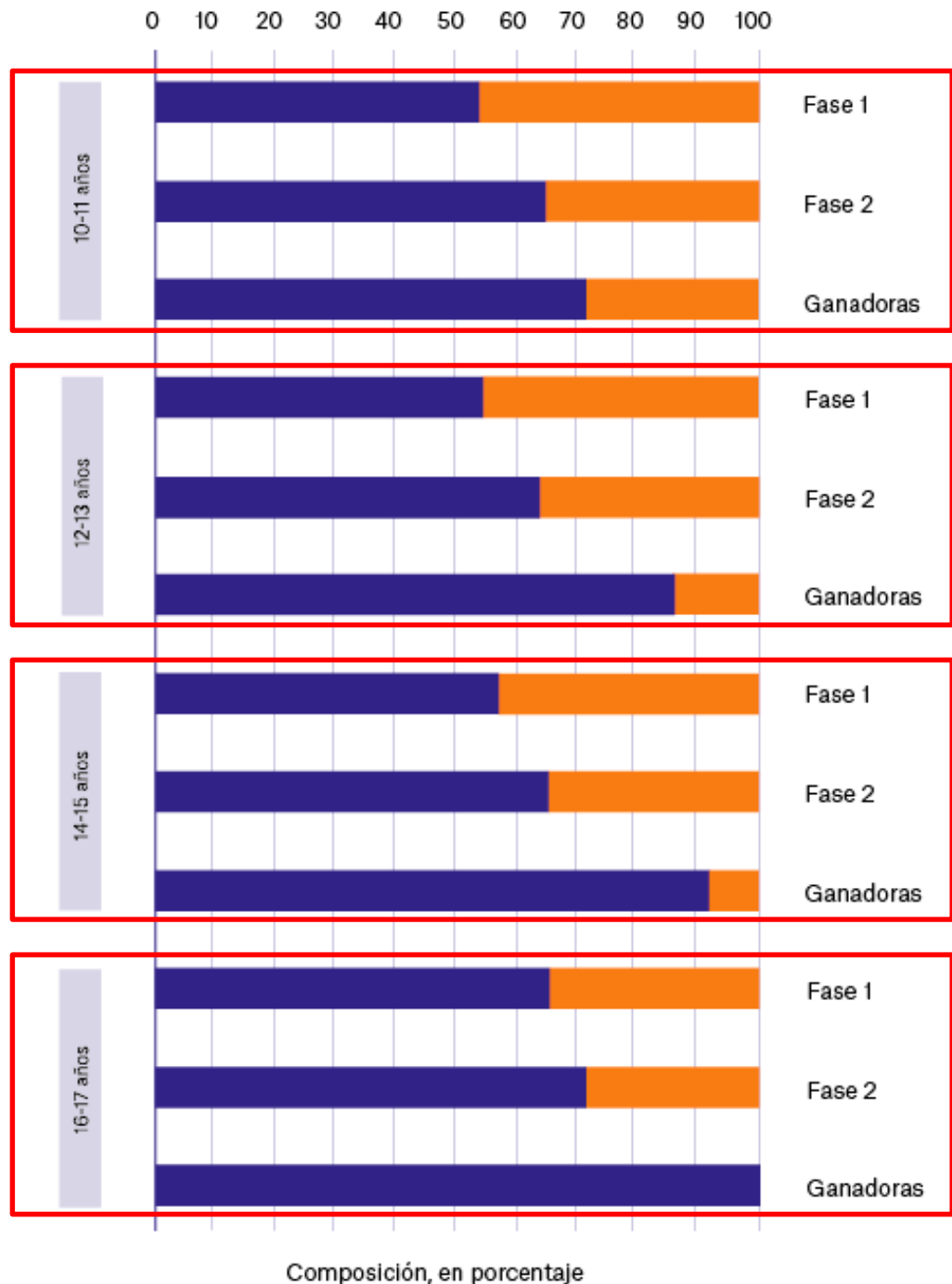
## Chicas y chicos en el Concurso de Primavera de Matemáticas.

Distribución por género de los participantes en las distintas fases eliminatorias del Concurso de Primavera de Matemáticas (por grupos de edad)

<https://www.concursoprimavera.es/#concurso>

Fases del concurso y grupos de edad

■ Chicos ■ Chicas



El resultado global de la investigación es que **solo observamos diferencias de género importantes en el desempeño de una tarea en condiciones competitivas** cuando se dan tres situaciones:

- 1) Existe un fuerte estereotipo según el cual las mujeres son peores en dicha tarea
- 2) Se refuerza el estereotipo recordando a los participantes aspectos que les hagan pensar en el tema de género, como decirles el género del contrincante
- 3) Las mujeres que se ven más afectadas negativamente por la competición son precisamente las que creen que el estereotipo es cierto.

## ¿Se sienten las chicas menos inclinadas a aprovechar una oportunidad de negocio si les activamos los estereotipos masculinos asociados al emprendimiento?

Gupta, V. K.; Goktan, A. B.; Gunay, G. (2014): **“Gender differences in evaluation of new business opportunity: A stereotype threat perspective”**. *Journal of Business Venturing*, 29 (2014) 273–288.

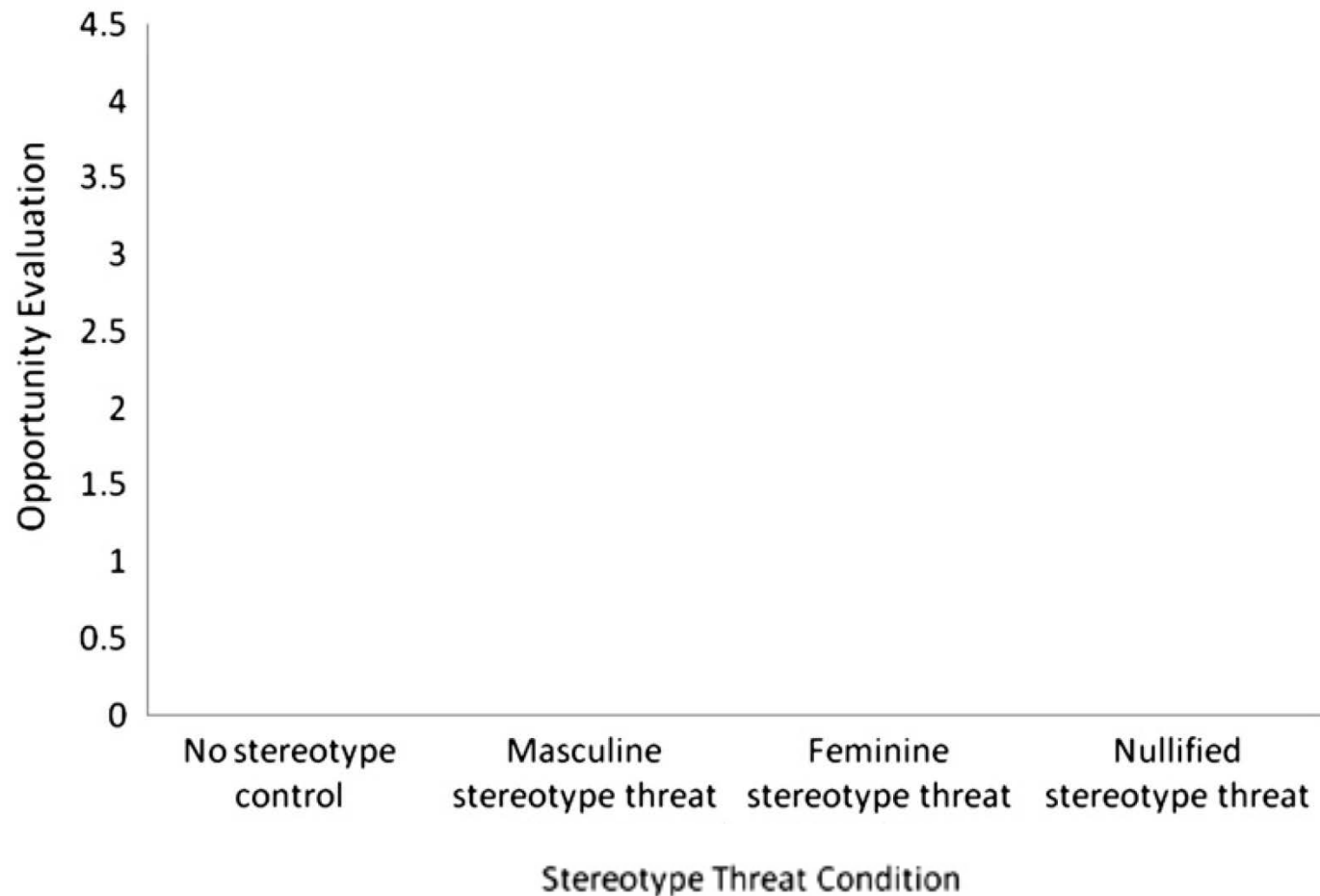
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902613000177>

- Muestra de 279 estudiantes universitarios de una universidad de Turquía
- Muestra de adultos no estudiantes de EEUU
- Tenían que evaluar una propuesta empresarial...



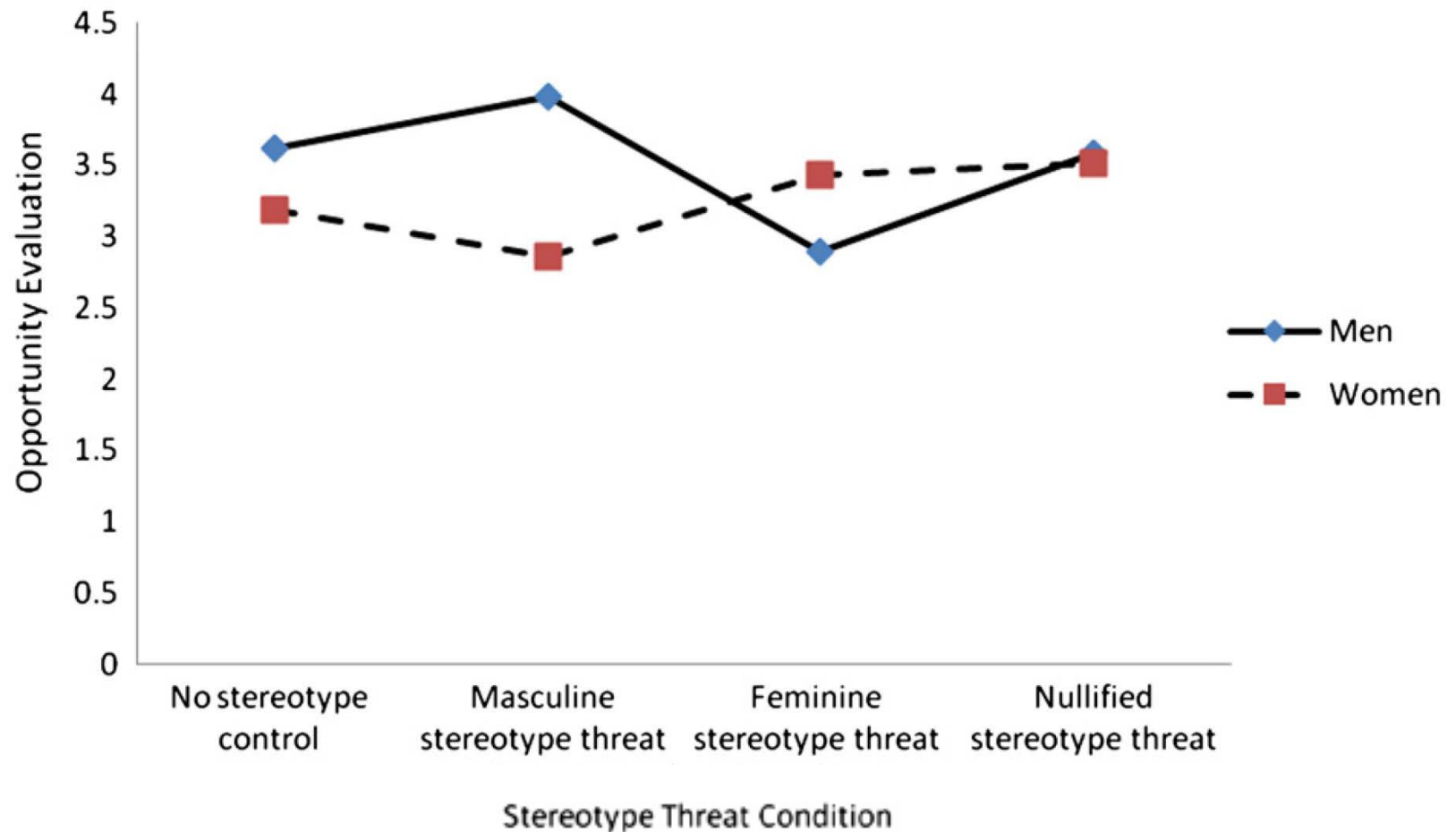
## Algunos resultados:

### A) Stereotype threat effect on opportunity evaluation in Turkey



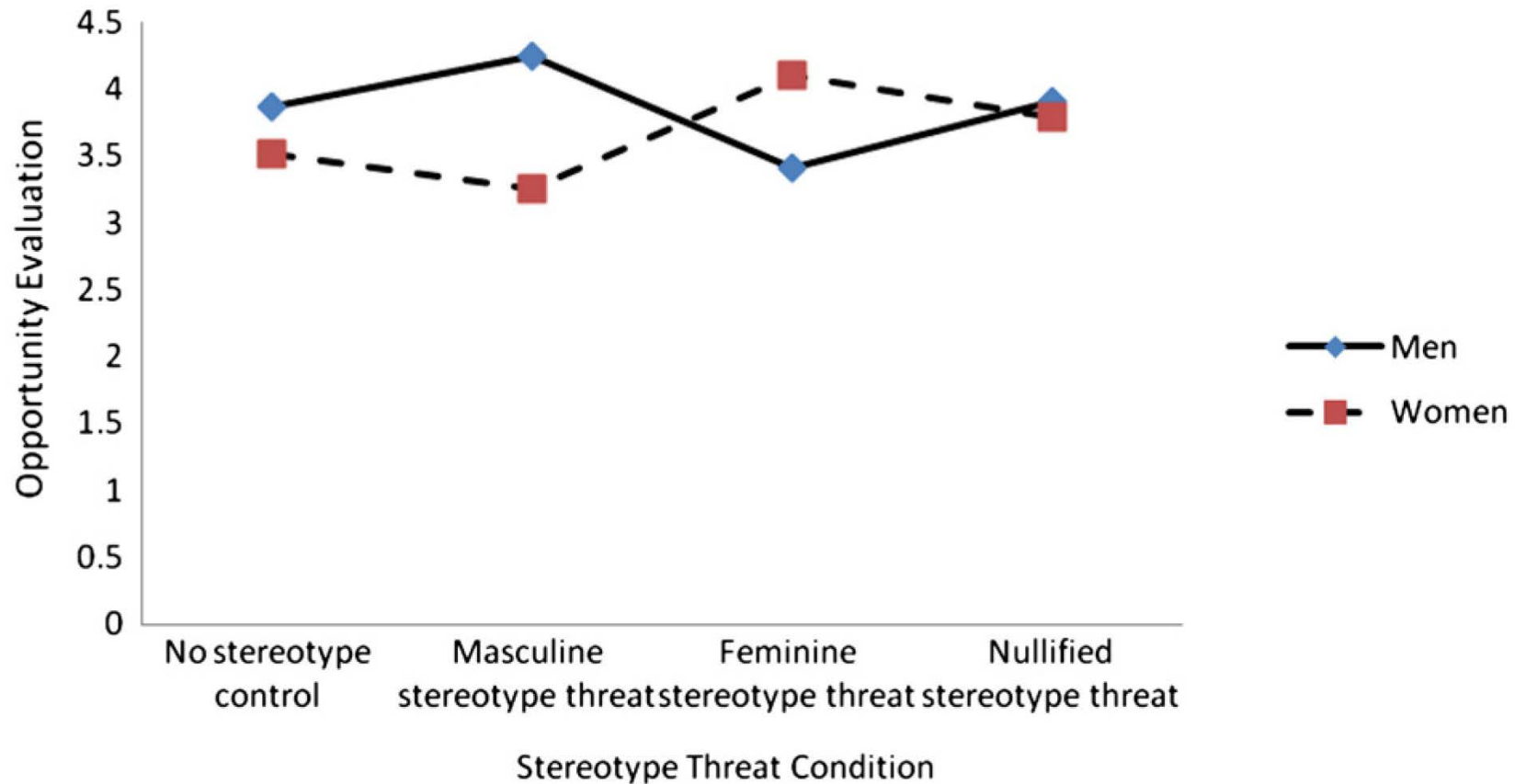
## Algunos resultados:

A) Stereotype threat effect on opportunity evaluation in Turkey



## Algunos resultados:

### B) Stereotype threat effect on opportunity evaluation in the US



## Otros estudios que aplican el enfoque de la amenaza del estereotipo

Peter Backus, Maria Cubel, Matej Guid, Santiago Sánchez-Pages, Enrique Lopez Manas (2016): “**Gender, competition and performance: evidence from real tournaments**”. *Documents de Treball de l'IEB 201/*  
[https://drive.google.com/file/d/0B1Y5Vn\\_4JIdgb2JGeFRucVA2QXM/view](https://drive.google.com/file/d/0B1Y5Vn_4JIdgb2JGeFRucVA2QXM/view)

## **7. Stereotype Content Model**

## • Stereotype Content Model (Susan Fiske; Amy Cuddy; Peter Glick)

The model distinguishes among qualitatively different types of prejudice based on the relative

- status (high status, low status)
- perceived interdependence (cooperative versus competitive)

of target groups.

The model differentiates stereotyped groups along two dimensions

- competence
- warmth

resulting in four combinations of warmth (high/low) by competence (high/low) stereotypes.

Unique patterns of four intergroup emotions admiration, contempt, envy, and pity accompany each of the four warmth competence combinations.



Susan Fiske



Amy Cuddy

<https://www.fiskelab.org/publications/>

[https://en.wikipedia.org/wiki/Stereotype\\_content\\_model](https://en.wikipedia.org/wiki/Stereotype_content_model)

- Stereotype Content Model

		Competencia	
		Baja	Alta
Calidez	Alta		
	Baja		

- Stereotype Content Model

		Competencia	
		Baja	Alta
Calidez	Alta		
	Baja	Sin techo,...	



- Stereotype Content Model

		Competencia	
		Baja	Alta
Calidez	Alta		
	Baja	Sin techo,... (Rechazo, desagrado)	

- Stereotype Content Model

		Competencia	
		Baja	Alta
Calidez	Alta		Miembros de tu propio grupo, grupo de referencia,...
	Baja	Sin techo,... (Rechazo, desagrado)	

- Stereotype Content Model

		Competencia	
		Baja	Alta
Calidez	Alta		Miembros de tu propio grupo, grupo de referencia,... (Admiración,...)
	Baja	Sin techo,... (Rechazo, desagrado)	

- Stereotype Content Model

		Competencia	
		Baja	Alta
Calidez	Alta	Personas mayores, personas con discapacidad,...	Miembros de tu propio grupos, grupo de referencia,... (Admiración,...)
	Baja	Sin techo,... (Rechazo, desagrado)	

- Stereotype Content Model

		Competencia	
		Baja	Alta
Calidez	Alta	Personas mayores, personas con discapacidad,... <b>(Sentimientos            paternalistas, piedad,...)</b>	Miembros de tu propio grupos, grupo de referencia,... <b>(Admiración,...)</b>
	Baja	Sin techo,... <b>(Rechazo, desagrado)</b>	

- Stereotype Content Model

		Competencia	
		Baja	Alta
Calidez	Alta	Personas mayores, personas con discapacidad,... <b>(Sentimientos            paternalistas, piedad,...)</b>	Miembros de tu propio grupos, grupo de referencia,... <b>(Admiración,...)</b>
	Baja	Sin techo,... <b>(Rechazo, desagrado)</b>	Personas ricas, profesionales,

- Stereotype Content Model

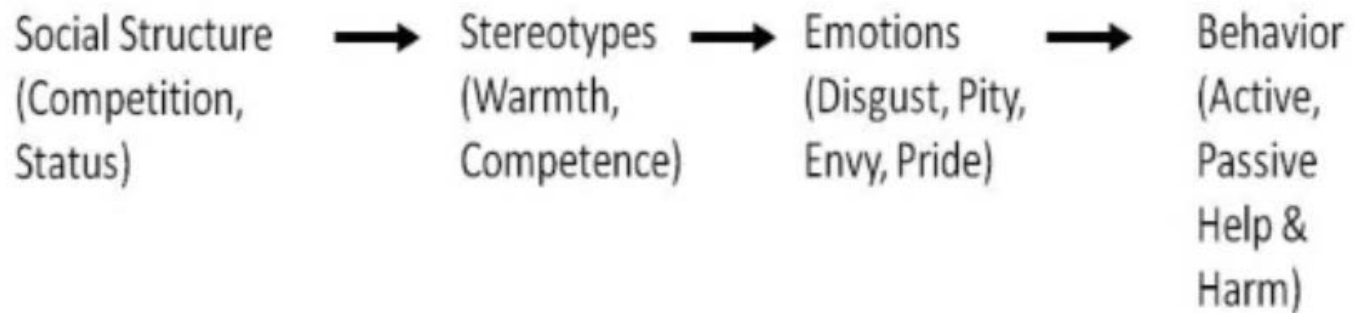
		Competencia	
		Baja	Alta
Calidez	Alta	Personas mayores, personas con discapacidad,... <b>(Sentimientos            paternalistas, piedad,...)</b>	Miembros de tu propio grupos, grupo de referencia,... <b>(Admiración,...)</b>
	Baja	Sin techo,... <b>(Rechazo, desagrado)</b>	Personas ricas, profesionales, <b>Envidia, resentimiento</b>

	Low Competence (Capability, Assertiveness)	High Competence (Capability, Assertiveness)
High Warmth (Friendliness, Trustworthiness)	Common: Elderly, Disabled, Children United States: Italians, Irish Emotions Evoked: Pity, Sympathy	Common: Citizens, Middle Class, Defaults United States: Americans, Canadians, Christians Emotions Evoked: Pride, Admiration
Low Warmth (Friendliness, Trustworthiness)	Common: Poor, Homeless, Immigrants United States: Latinos, Africans, Muslims Emotions Evoked: Disgust, Contempt	Common: Rich, Professional, Technical Experts United States: Asians, Jews, British, Germans Emotions Evoked: Envy, Jealousy

**Fig. 1.** Warmth and competence stereotypes. Common stereotypes, mostly based on socioeconomic status and age, are shared across many countries. Other stereotypes vary by country; persistent stereotypes in the United States appear here (Bergsieker Leslie, Constantine, & Fiske, 2012, Study 4; Cuddy et al., 2009; Durante et al., 2013, see link to individual countries; Lee & Fiske, 2006).



# Overall Causal Model



## Bibliografía sobre Stereotype Content Model

Susan T. Fiske (2018). “**Universal dimensions of social cognition: warmth and competence**”. *Current Directions in Psychological Science*, 2018, 27(2), 67–73. <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/0963721417738825>

Susan T. Fiske; Amy J.C. Cuddy; Peter Glick (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.  
[https://cos.gatech.edu/facultyes/Diversity\\_Studies/Fiske\\_StereotypeContent.pdf](https://cos.gatech.edu/facultyes/Diversity_Studies/Fiske_StereotypeContent.pdf)

## **8. Mujeres y ciencia**

## “Draw-a-Scientist Test”

[https://en.wikipedia.org/wiki/Draw-a-Scientist\\_Test](https://en.wikipedia.org/wiki/Draw-a-Scientist_Test)

<http://www.ehu.eus/~mtwmastm/AECl.pdf>

David Wade Chambers (1983): “**Stereotypic images of the scientist: The Draw-A-Scientist Test**”. *Science Education*, 67(2), 255-265. <https://bit.ly/2q8WQAC>

En 1983, David Wade Chambers publicó los resultados de un experimento llevado a cabo en Australia en el que:

- Se pidió a **4.807 niñas/os** (5-11 años; 49% niñas) que dibujaran un científico (“draw a scientist”).

## “Draw-a-Scientist Test”

[https://en.wikipedia.org/wiki/Draw-a-Scientist\\_Test](https://en.wikipedia.org/wiki/Draw-a-Scientist_Test)

<http://www.ehu.eus/~mtwmastm/AECI.pdf>

David Wade Chambers (1983): “Stereotypic images of the scientist: The Draw-A-Scientist Test”. *Science Education*, 67(2), 255-265. <https://bit.ly/2q8WQAC>

En 1983, David Wade Chambers publicó los resultados de un experimento llevado a cabo en Australia en el que:

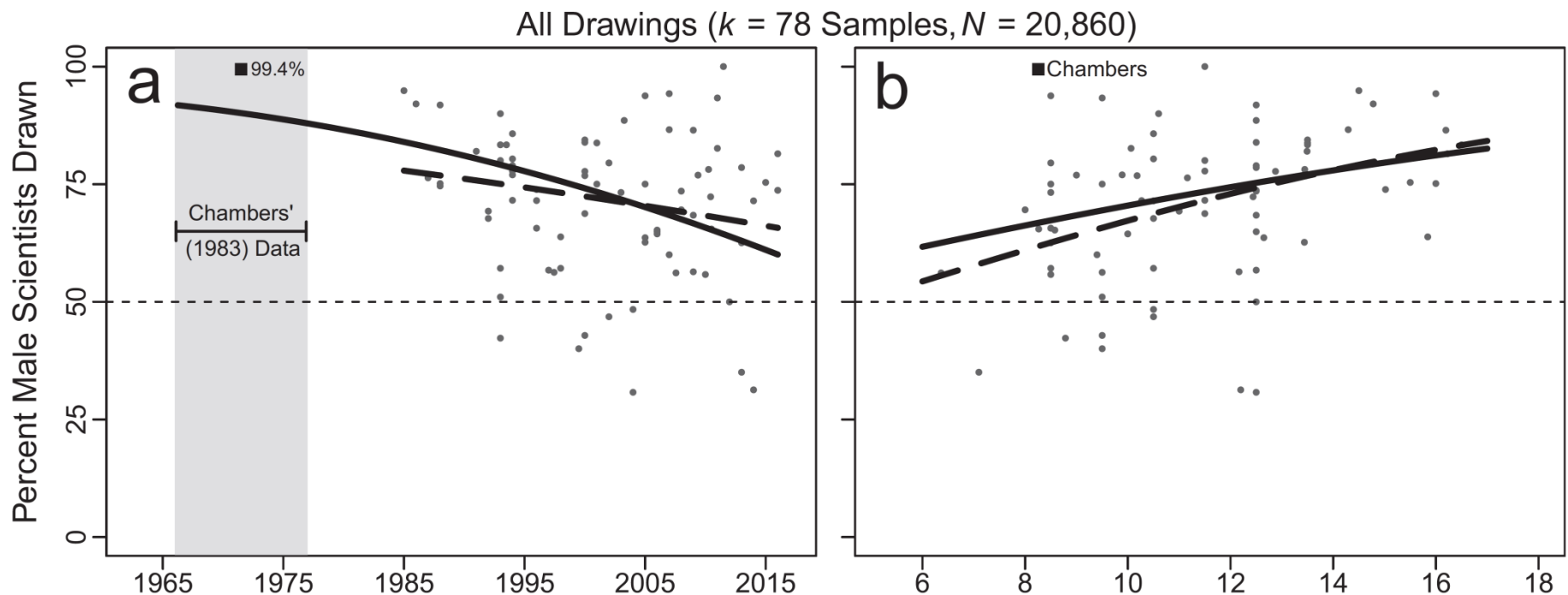
- Se pidió a **4.807 niñas/os** (5-11 años; 49% niñas) que dibujaran un científico (“draw a scientist”).
- Solo en **28** (de los 4,807) dibujos aparecían mujeres como “científicas”, y solo los hicieron niñas.



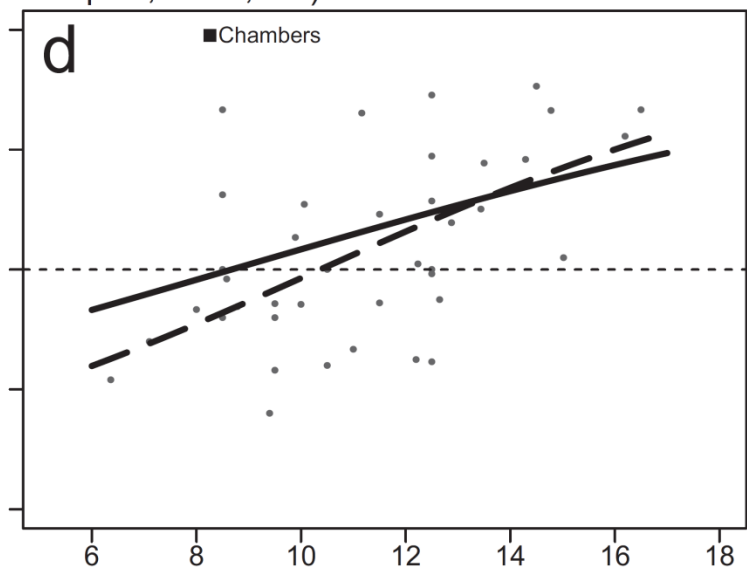
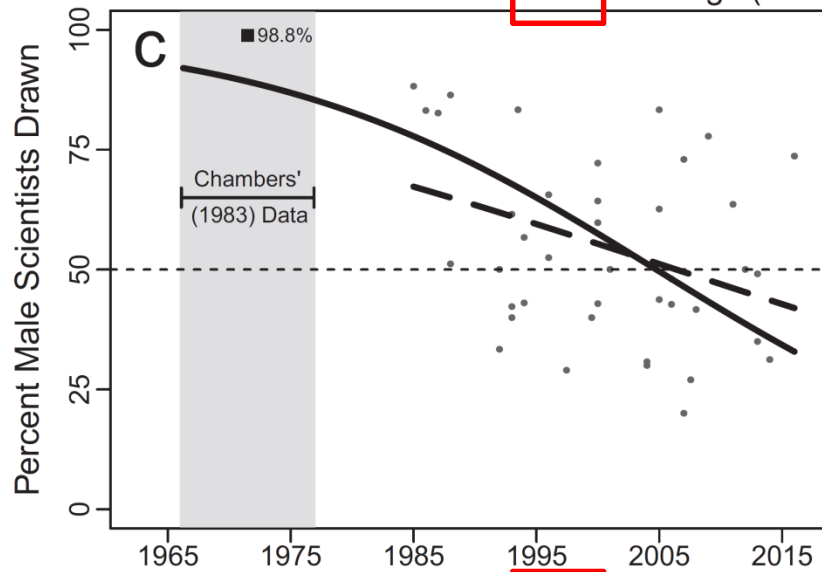
## Meta análisis realizado recientemente (para EEUU):

- Se ha reducido el estereotipo, pero sigue existiendo.
- Es mayor entre niños que entre niñas
- ¡Aumenta con la edad!

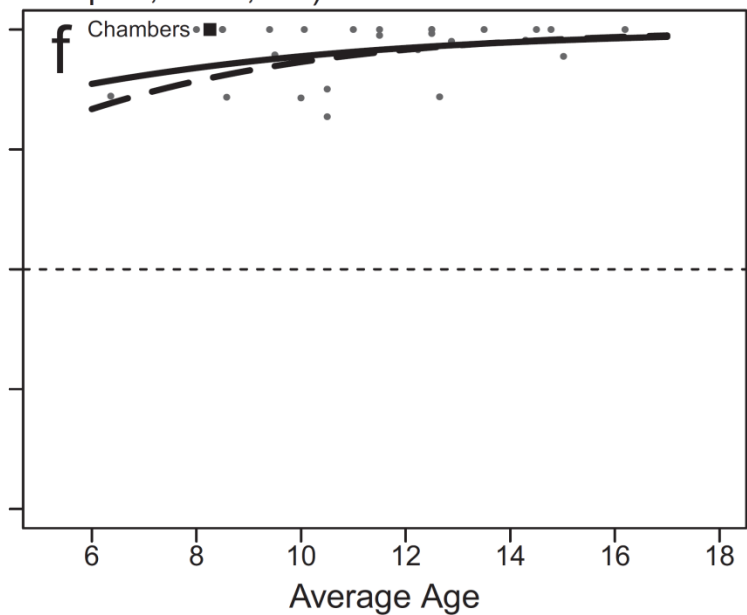
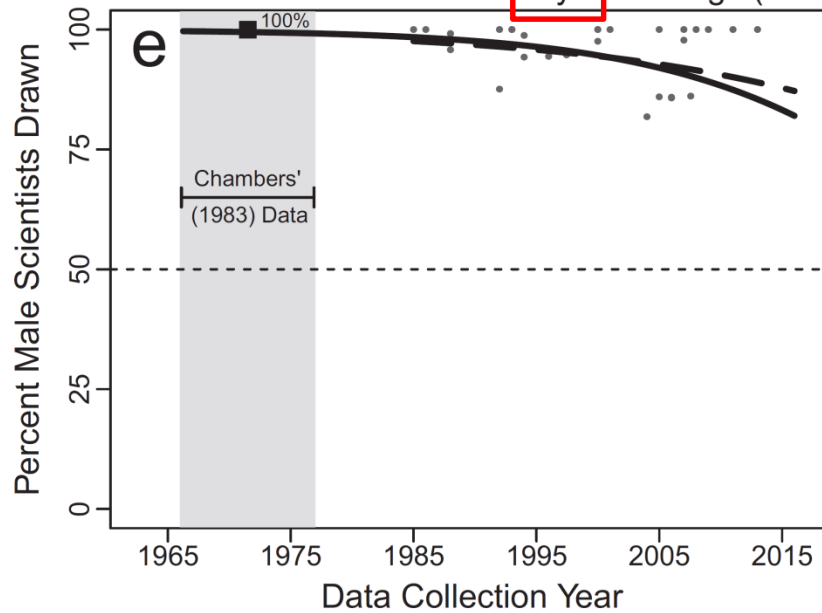
David I. Miller; Kyle M. Nolla; Alice H. Eagly; and David H. Uttal (2018): “The Development of Children’s Gender-Science Stereotypes: A Meta-analysis of 5 Decades of U.S. Draw-A-Scientist Studies”. *Child Development*, 89(6), 1943–1955. <https://srcd.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/cdev.13039>



Girls' Drawings ( $k = 41$  Samples,  $N = 6,730$ )



Boys' Drawings ( $k = 29$  Samples,  $N = 5,941$ )



# Sesgo de género en las fotografías sobre personas científicas

David González; Anna Mateu; Empar Pons; and Martí Domínguez (2017): “**Women Scientists as Decor: The Image of Scientists in Spanish Press Pictures**”. *Science Communication*, Vol. 39(4) 535–547. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1075547017719074>

Analizaron 1,134 fotografías sobre noticias científicas (2014, 2015) en **El País**, ABC, **El Mundo** y **La Vanguardia**.

- El **73,9%** mostraba solo hombres científicos; el **17,1%** solo mujeres científicas; el **9%** a ambos
- Los varones aparecen en un **94,7%** como protagonistas de la noticia (con nombres y apellidos); las mujeres solo en un **74,1%** (en el resto lo hacen para rellenar)
- Ellos no necesitan aparecer como “científico con bata”



A



Una investigadora de la Universidad de La Rioja

MIGUEL HERREROS

# La mitad de las universidades no llegan a vender sus hallazgos

B

Un estudio analiza las desigualdades entre sexos en un gran hospital a pesar de la feminización de los facultativos

## Médicas de base, médicos al mando



Tres de las autoras del estudio: la hematóloga Anna Merino, la nefróloga Pilar Arrizabalaga y la inmunóloga Odette Viñas, en el Clínic

de investigación. Se apuesta más por ellos que por ellas. ¿Por qué? "En quienes dirigen y deciden hay una idea que permanece: las médicas tienen una capacidad de compromiso menor que los compañeros. Aunque no haya manera de objetivarlo, aunque los estudios existentes sobre actividad y dedicación desmientan esa idea preconcebida".

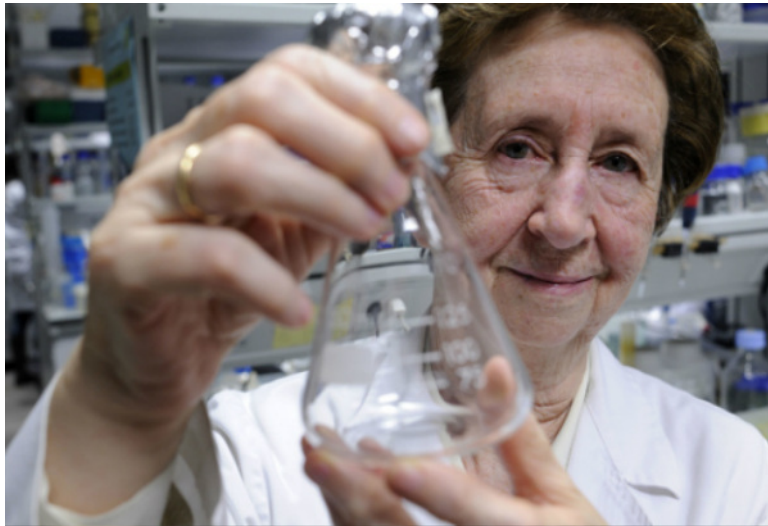
"Ellos no lo saben, no se lo creen, es el rollo de siempre de las mujeres y, como no les afecta, lo olvidan", resume Joaquina Álvarez, geóloga investigadora del Instituto Jaime Almera del CSIC y miembro de la directiva

### RECONOCIMIENTO

El 10% de las doctoras llega a la máxima categoría frente al 29% de los doctores

### CALIDAD DE EMPLEO

Entre especialistas jóvenes, el 70% de ellos son hijos; ellas, menos de la mitad



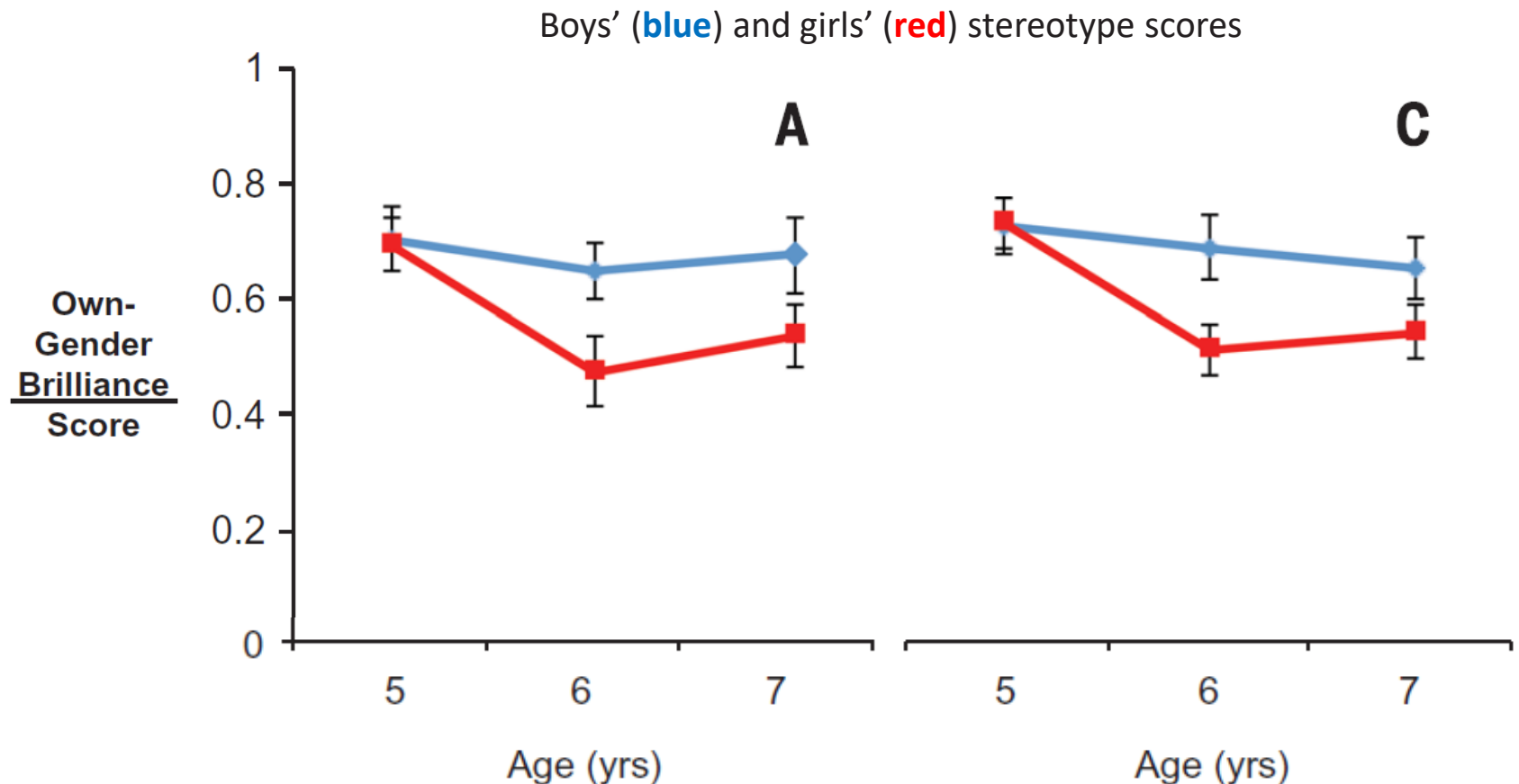
<https://www.nuevatribuna.es/articulo/ciencia/espanoles-han-inspirado-generacion-jovenes-cientificos/20171208130543146119.html>

# Las niñas aprenden a subestimar su propio género desde los 6 años

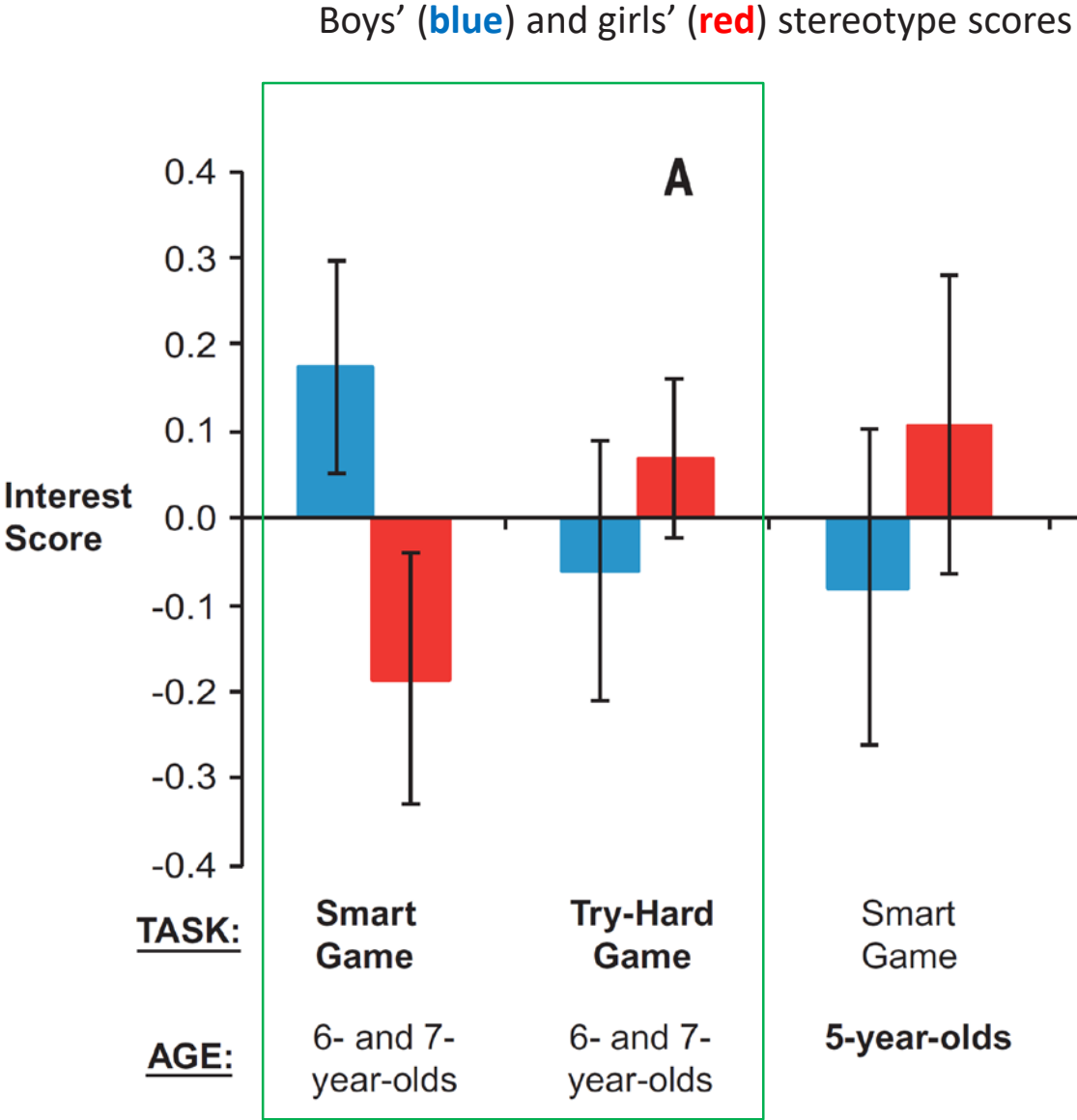
Lin Bian; Sarah-Jane Leslie; and Andrei Cimpian (2017): “**Gender stereotypes about intellectual ability emerge early and influence children’s interests**”, *Science*, 355(6323), 389-391

<https://science.sciencemag.org/content/355/6323/389.full>

A partir de los 6 años las niñas empiezan a **asociar la genialidad y la brillantez con lo masculino...**



Y a partir de los 6 **empiezan a retraerse de participar en juegos que constituyan retos** asociados con la genialidad



## Estereotipos (falsos) sobre las mujeres y las matemáticas

Ante un resultado excelente en el examen de matemáticas, la profesora señala:

- **"Manuel** ha tenido un resultado magnífico, **tiene una mente genial"**
- **"María** ha tenido un resultado magnífico, **ha realizado un gran esfuerzo"**

Sáinz, Milagros.; Pálmen, R.; and García-Cuesta, S. (2012). **"Parental and Secondary School Teachers' Perceptions of ICT Professionals, Gender Differences and their Role in the Choice of Studies"**. *Sex Roles*, 66:235-249. <https://bit.ly/2NyY28H>

# ¿Tenemos sesgo de género a la hora de recomendar estudiar ingeniería a una persona adolescente de 15 años?

Diseño de un solo perfil ficticio, básico, de una persona estudiante de 15 años, que estudia 4º de la ESO.

Existen 2 factores y 4 condiciones experimentales

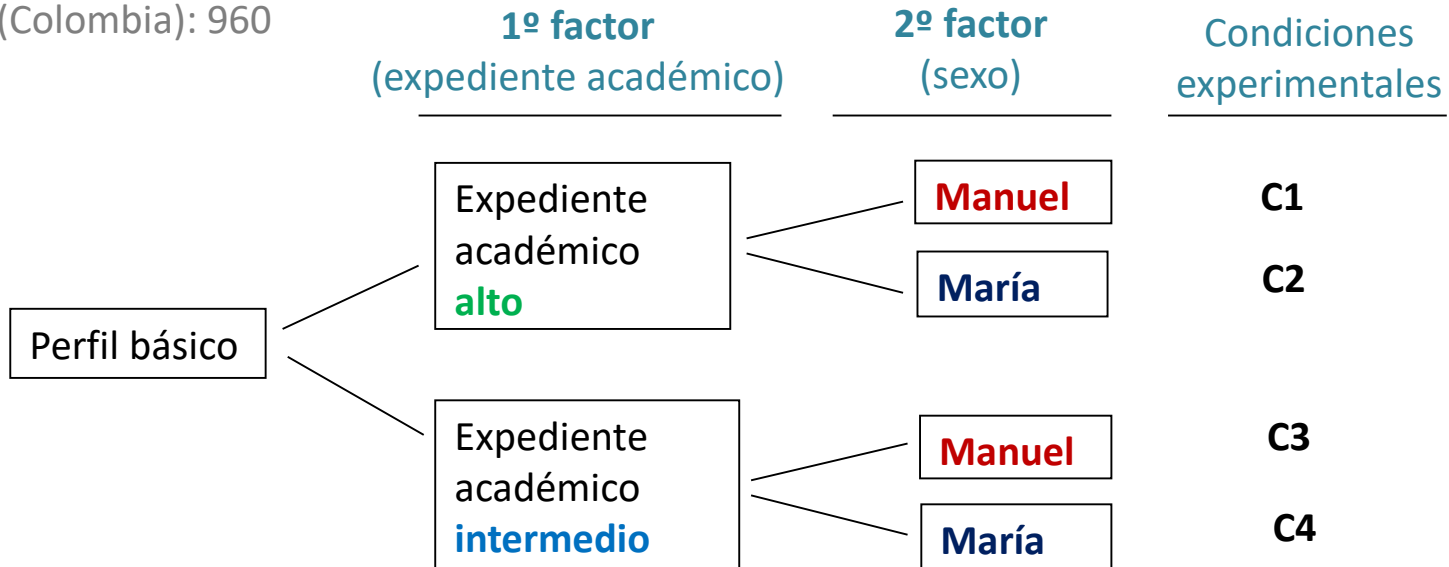
1º factor: expediente académico del perfil (alto, intermedio)

2º factor: sexo del perfil (varón, mujer)

N=1.714 alumnos/nas

UCM (España): 754

UN (Colombia): 960



Artículo (2020): “Whether your name is Manuel or María matters: gender biases in recommendations to study engineering”

<https://www.ucm.es/data/cont/docs/85-2020-10-11-Whether%20your%20name%20is%20Manuel%20or%20Mar%C3%ADa%20IGS.pdf>

C1

**DESCRIPCIÓN:**

- Alumno: **Manuel**, 15 años, 4º ESO, colegio privado concertado, Madrid.
- Expediente académico de **Manuel**:

<i>Asignaturas:</i>	<i>Calificación final</i>
Geografía e Historia:	9
Lengua Castellana y Literatura:	9
Matemáticas:	9
Inglés:	9
Educación Física:	8
Valores Éticos:	10
Física y Química:	9
Biología:	9
Economía:	9
Tecnologías de la Información y Comunicación:	9
Música:	8,5

- **Manuel** es una persona más bien reflexiva, curiosa; con una mente abierta al conocimiento y a nuevas experiencias. Le gusta la música y el cine. Juega al tenis y al pádel.



**DESCRIPCIÓN:**

- Alumna: **María**, 15 años, 4º ESO, colegio privado concertado, Madrid.
- Expediente académico de **María**:

<i>Asignaturas:</i>	<i>Calificación final</i>
Geografía e Historia:	9
Lengua Castellana y Literatura:	9
Matemáticas:	9
Inglés:	9
Educación Física:	8
Valores Éticos:	10
Física y Química:	9
Biología:	9
Economía:	9
Tecnologías de la Información y Comunicación:	9
Música:	8,5

- **María** es una persona más bien reflexiva, curiosa; con una mente abierta al conocimiento y a nuevas experiencias. Le gusta la música y el cine. Juega al tenis y al pádel.



**DESCRIPCIÓN:**

- Alumno: Manuel, 15 años, 4º ESO, colegio privado concertado, Madrid.
- Expediente académico de Manuel

<i>Asignaturas:</i>	<i>Calificación final</i>
Geografía e Historia:	7
Lengua Castellana y Literatura:	7
Matemáticas:	7
Inglés:	7
Educación Física:	6
Valores Éticos:	8
Física y Química:	7
Biología:	7
Economía:	7
Tecnologías de la Información y Comunicación:	7
Música:	6,5

- Manuel es una persona más bien reflexiva, curiosa; con una mente abierta al conocimiento y a nuevas experiencias. Le gusta la música y el cine. Juega al tenis y al pádel.

C4

**DESCRIPCIÓN:**

- Alumna: **María**, 15 años, 4º ESO, colegio privado concertado, Madrid.
- Expediente académico de **María**:

<i>Asignaturas:</i>	<i>Calificación final</i>
Geografía e Historia:	7
Lengua Castellana y Literatura:	7
Matemáticas:	7
Inglés:	7
Educación Física:	6
Valores Éticos:	8
Física y Química:	7
Biología:	7
Economía:	7
Tecnologías de la Información y Comunicación:	7
Música:	6,5

- **María** es una persona más bien reflexiva, curiosa; con una mente abierta al conocimiento y a nuevas experiencias. Le gusta la música y el cine. Juega al tenis y al pádel.

2. Entrando en algo más de detalle, en las siguientes 19 preguntas se te pide que señales el grado en que aconsejarías a María que eligiera cada una de estas carreras.

La escala de respuestas abarca desde **0** (“No se lo aconsejaría en absoluto”) a **10** (“Se lo aconsejaría totalmente”). Marca la opción deseada.

No le aconsejaría en absoluto que estudiara <b>INGENIERÍA MECÁNICA E INDUSTRIAL</b>	→	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	←	Le aconsejaría totalmente que estudiara <b>INGENIERÍA MECÁNICA E INDUSTRIAL</b>

No le aconsejaría en absoluto que estudiara <b>INGENIERÍA INFORMÁTICA</b>	→	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	←	Le aconsejaría totalmente que estudiara <b>INGENIERÍA INFORMÁTICA</b>

3. A pesar de la poca información de que dispones, ¿crees que Manuel está igualmente capacitado para el razonamiento matemático que para la expresión verbal y la comunicación?

<b>Mucho menos talento</b> para las matemáticas que para la expresión verbal y la comunicación	<b>Menos talento</b> para las matemáticas que para la expresión verbal y la comunicación	<b>Mismo talento</b> para las matemáticas que para la expresión verbal y la comunicación	<b>Más talento</b> para las matemáticas que para la expresión verbal y la comunicación	<b>Mucho más talento</b> para las matemáticas que para la expresión verbal y la comunicación
1	2	3	4	5

Sesgos de género en las recomendaciones.

España

	Ratio hombre/mujer	María		Manuel		Total		
		N	Media	N	Media	N	Media	DS
Recomienda ingeniería mecánica	132.4% ***	384	4.302	369	5.696	753	4.985	3.167
Recomienda ingeniería informática	131.8% ***	384	4.581	369	6.035	753	5.293	3.121
Recomienda física	116.4% ***	384	5.010	369	5.832	753	5.413	2.825
Recomienda química	110.3% **	384	5.232	368	5.769	752	5.495	2.628
Recomienda arquitectura	106.2%	385	4.958	369	5.266	754	5.109	2.641
Recomienda economía	103.5%	385	5.351	369	5.539	754	5.443	2.497
Recomienda administración de empresas	102.7%	385	5.075	369	5.211	754	5.142	2.798
Recomienda ciencias del deporte	102.2%	385	4.335	369	4.431	754	4.382	2.886
Recomienda medicina	101.0%	384	6.247	369	6.312	753	6.279	2.849
Recomienda biología	100.0%	385	5.860	368	5.861	753	5.861	2.449
Recomienda derecho	97.2%	383	5.274	368	5.128	751	5.202	2.633
Recomienda historia	96.0%	384	4.602	369	4.417	753	4.511	2.808
Recomienda trabajo social	95.3%	383	5.603	369	5.339	752	5.473	3.100
Recomienda farmacia	95.2%	385	5.816	368	5.535	753	5.679	2.661
Recomienda psicología	93.6% *	385	7.140	369	6.686	754	6.918	2.343
Recomienda periodismo	92.7% *	385	6.496	369	6.019	754	6.263	2.820
Recomienda filología	91.1%	385	4.912	369	4.477	754	4.699	2.960
Recomienda educación primaria	89.0% **	385	5.481	368	4.878	753	5.186	2.924
Recomienda bellas artes	88.3% *	385	5.088	369	4.493	754	4.797	3.087
Habilidades matemáticas	104.4% *	381	2.895	364	3.022	745	2.957	0.671

\*p<0.05;  
\*\*p<0.01;  
\*\*\*p<0.001

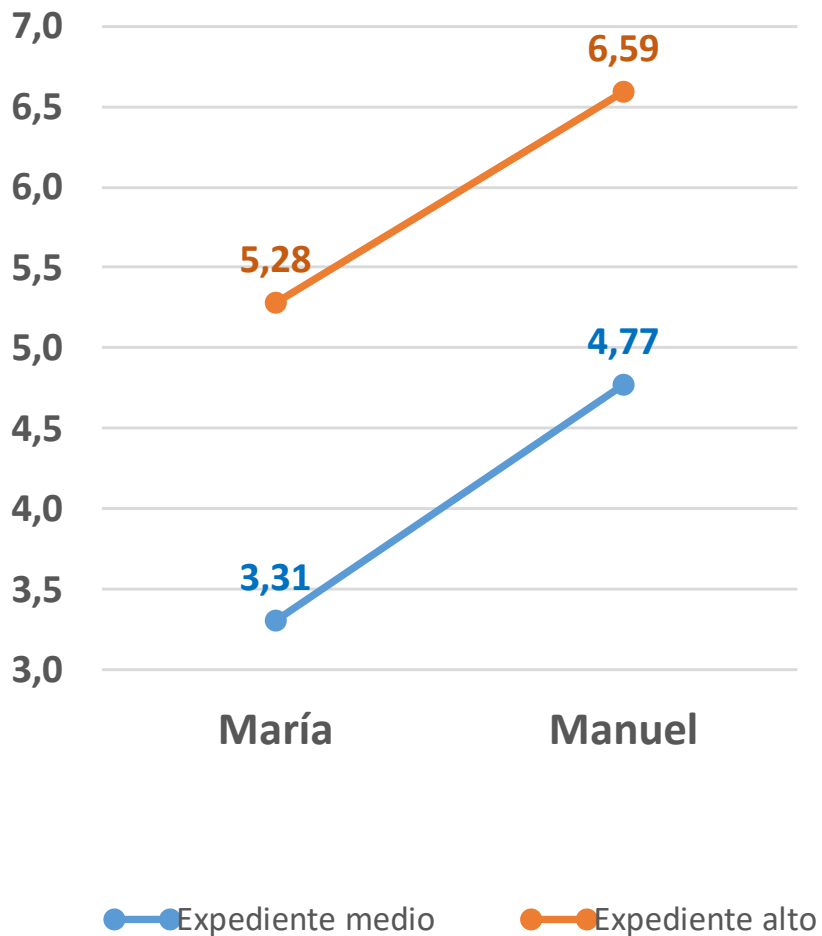
Sesgos de género en las recomendaciones.

Colombia

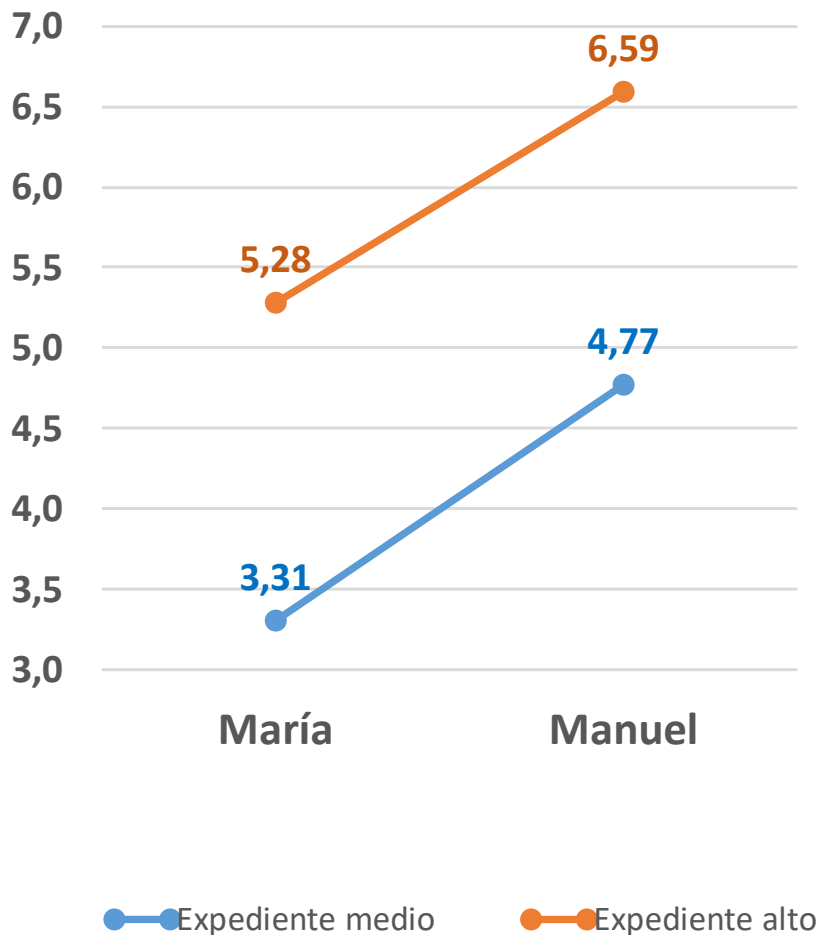
	Ratio hombre/mujer	María		Manuel		Total		
		N	Media	N	Mean	N	Media	N
Recomienda administración de empresas	146.5% ***	474	4.464	486	6.539	960	5.515	2.643
Recomienda economía	143.8% ***	474	4.481	486	6.444	960	5.475	2.742
Recomienda ingeniería mecánica	120.2% ***	474	4.382	486	5.265	960	4.829	2.591
Recomienda ingeniería informática	119.7% ***	474	4.289	486	5.136	960	4.718	2.631
Recomienda física	119.2% ***	474	4.200	486	5.008	960	4.609	2.658
Recomienda arquitectura	113.9% ***	424	4.922	486	5.605	910	5.287	2.345
Recomienda derecho	112.9% ***	474	5.194	486	5.866	960	5.534	2.755
Recomienda química	105.2%	474	4.854	486	5.107	960	4.982	2.516
Recomienda ciencias del deporte	105.1%	474	4.310	486	4.531	960	4.422	2.182
Recomienda medicina	103.1%	474	4.705	486	4.852	960	4.779	2.417
Recomienda psicología	96.9%	474	5.466	486	5.298	960	5.381	2.563
Recomienda farmacia	95.1%	474	4.928	486	4.685	960	4.805	2.491
Recomienda biología	93.2% *	474	4.669	486	4.350	960	4.507	2.345
Recomienda historia	87.6% ***	474	6.430	486	5.634	960	6.027	2.471
Recomienda trabajo social	83.2% ***	474	6.285	486	5.226	960	5.749	2.635
Recomienda periodismo	82.8% ***	474	6.306	486	5.220	960	5.756	2.504
Recomienda filología	75.6% ***	474	5.681	486	4.294	960	4.979	2.480
Recomienda educación primaria	72.0% ***	474	5.920	486	4.263	960	5.081	2.610
Recomienda bellas artes	69.5% ***	474	6.302	486	4.377	960	5.327	2.594
Habilidades matemáticas	117.7% ***	474	3.228	486	3.798	960	3.517	1.183

\*p<0.05;  
 \*\*p<0.01;  
 \*\*\*p<0.001

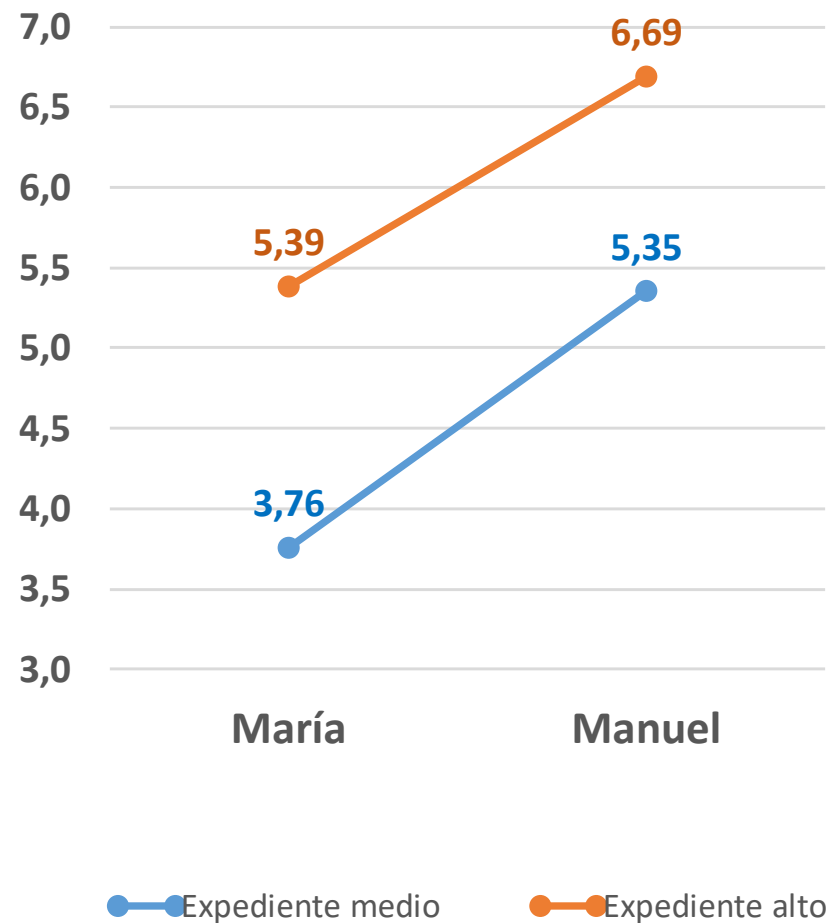
Recomienda **ingeniería industrial**  
**España**. Puntuaciones medias



Recomienda **ingeniería industrial**  
**España**. Puntuaciones medias

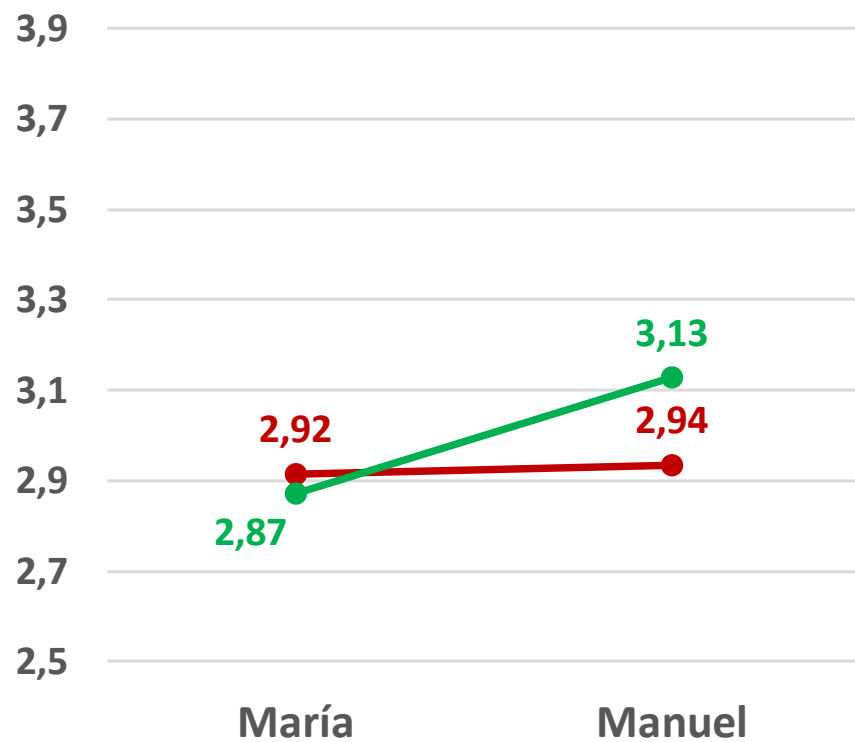


Recomienda **ingeniería informática**  
**España**. Puntuaciones medias



## Capacidad para las matemáticas

**España.** Puntuaciones medias

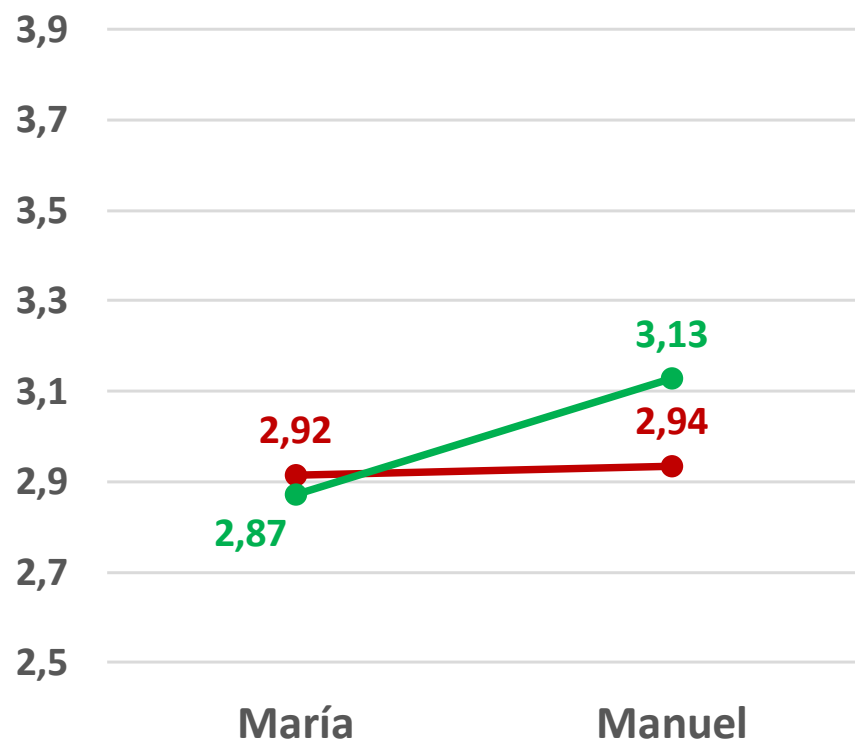


●—● Participante mujer    ●—● Participante varón



## Capacidad para las matemáticas

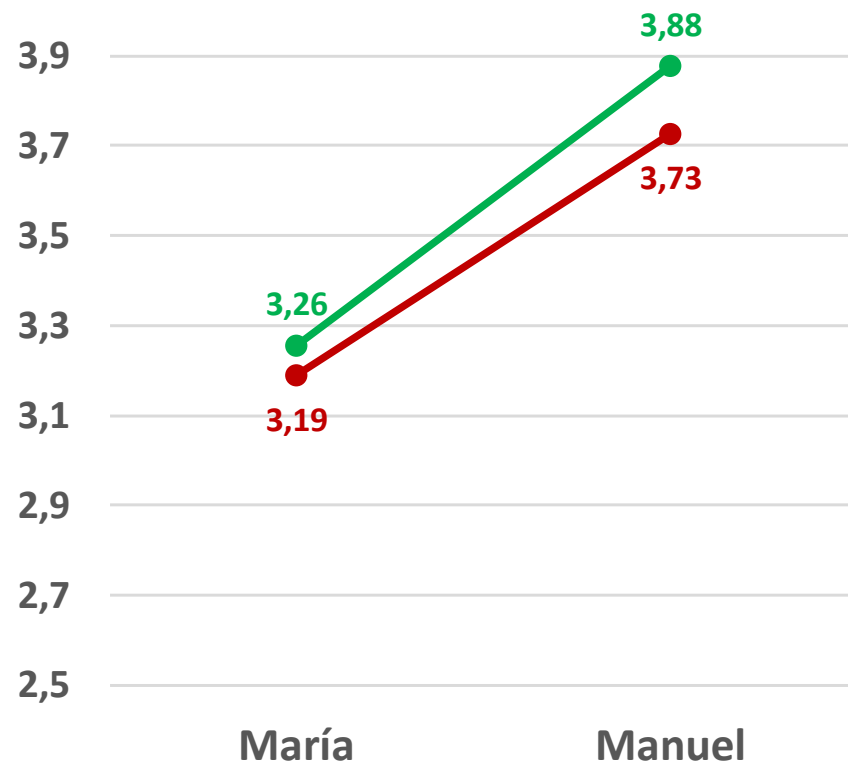
**España.** Puntuaciones medias



●—● Participante mujer    ●—● Participante varón

## Capacidad para las matemáticas

**Colombia.** Puntuaciones medias



●—● Participante mujer    ●—● Participante varón

## ¿Se penaliza a la candidata a un puesto tradicionalmente masculinizado en la ciencia?

Moss-Racusin, Corinne; Dovidio, J. F.; Brescoll, V. L.; Grahama, M. J.; & Handelsman, J. (2012)

**“Science faculty’s subtle gender biases favor male students”, *PNAS*, 109 (41) 16474-16479.**

<http://www.pnas.org/content/early/2012/09/14/1211286109>

- Muestra de **127 profesores/investigadores** de varias facultades de ciencias de EEUU (intensivas en investigación)
- Tenían que evaluar una candidatura para un puesto de responsable/técnico de laboratorio de la facultad.
- A esa candidatura (carta de presentación y cv) se le asignaba nombre de hombre o de mujer

## Algunos resultados del estudio de Moss-Racusin:

**Table 1. Means for student competence, hireability, mentoring and salary conferral by student gender condition and faculty gender**

Variable	Male target student				Female target student				
	Male faculty		Female faculty		Male faculty		Female faculty		
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	<i>d</i>
Competence	4.01 <sub>a</sub>	(0.92)	4.1 <sub>a</sub>	(1.19)	3.33 <sub>b</sub>	(1.07)	3.32 <sub>b</sub>	(1.10)	0.71
Hireability	3.74 <sub>a</sub>	(1.24)	3.92 <sub>a</sub>	(1.27)	2.96 <sub>b</sub>	(1.13)	2.84 <sub>b</sub>	(0.84)	0.75
Mentoring	4.74 <sub>a</sub>	(1.11)	4.73 <sub>a</sub>	(1.31)	4.00 <sub>b</sub>	(1.21)	3.91 <sub>b</sub>	(0.91)	0.67
Salary	30,520.83 <sub>a</sub>	(5,764.86)	29,333.33 <sub>a</sub>	(4,952.15)	27,111,11 <sub>b</sub>	(6,948.58)	25,000.00 <sub>b</sub>	(7,965.56)	0.60

Scales for competence, hireability, and mentoring range from 1 to 7, with higher numbers reflecting a greater extent of each variable. The scale for salary conferral ranges from \$15,000 to \$50,000. Means with different subscripts within each row differ significantly ( $P < 0.05$ ). Effect sizes (Cohen's  $d$ ) represent target student gender differences (no faculty gender differences were significant, all  $P > 0.14$ ). Positive effect sizes favor male students. Conventional small, medium, and large effect sizes for  $d$  are 0.20, 0.50, and 0.80, respectively (51).  $n_{\text{male student condition}} = 63$ ,  $n_{\text{female student condition}} = 64$ . \*\*\* $P < 0.001$ .

## Algunos resultados del estudio de Moss-Racusin:

**Table 1. Means for student competence, hireability, mentoring and salary conferral by student gender condition and faculty gender**

Variable	Male target student				Female target student				
	Male faculty		Female faculty		Male faculty		Female faculty		
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	<i>d</i>
Competence	4.01 <sub>a</sub>	(0.92)	4.1 <sub>a</sub>	(1.19)	3.33 <sub>b</sub>	(1.07)	3.32 <sub>b</sub>	(1.10)	0.71
Hireability	3.74 <sub>a</sub>	(1.24)	3.92 <sub>a</sub>	(1.27)	2.96 <sub>b</sub>	(1.13)	2.84 <sub>b</sub>	(0.84)	0.75
Mentoring	4.74 <sub>a</sub>	(1.11)	4.73 <sub>a</sub>	(1.31)	4.00 <sub>b</sub>	(1.21)	3.91 <sub>b</sub>	(0.91)	0.67
Salary	30,520.83 <sub>a</sub>	(5,764.86)	29,333.33 <sub>a</sub>	(4,952.15)	27,111.11 <sub>b</sub>	(6,948.58)	25,000.00 <sub>b</sub>	(7,965.56)	0.60

Scales for competence, hireability, and mentoring range from 1 to 7, with higher numbers reflecting a greater extent of each variable. The scale for salary conferral ranges from \$15,000 to \$50,000. Means with different subscripts within each row differ significantly ( $P < 0.05$ ). Effect sizes (Cohen's  $d$ ) represent target student gender differences (no faculty gender differences were significant, all  $P > 0.14$ ). Positive effect sizes favor male students. Conventional small, medium, and large effect sizes for  $d$  are 0.20, 0.50, and 0.80, respectively (51).  $n_{\text{male student condition}} = 63$ ,  $n_{\text{female student condition}} = 64$ . \*\*\* $P < 0.001$ .

## Algunos resultados del estudio de Moss-Racusin:

**Table 1. Means for student competence, hireability, mentoring and salary conferral by student gender condition and faculty gender**

Variable	Male target student				Female target student				
	Male faculty		Female faculty		Male faculty		Female faculty		<i>d</i>
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	
Competence	4.01 <sub>a</sub>	(0.92)	4.1 <sub>a</sub>	(1.19)	3.33 <sub>b</sub>	(1.07)	3.32 <sub>b</sub>	(1.10)	0.71
Hireability	3.74 <sub>a</sub>	(1.24)	3.92 <sub>a</sub>	(1.27)	2.96 <sub>b</sub>	(1.13)	2.84 <sub>b</sub>	(0.84)	0.75
Mentoring	4.74 <sub>a</sub>	(1.11)	4.73 <sub>a</sub>	(1.31)	4.00 <sub>b</sub>	(1.21)	3.91 <sub>b</sub>	(0.91)	0.67
Salary	30,520.83 <sub>a</sub>	(5,764.86)	29,333.33 <sub>a</sub>	(4,952.15)	27,111,11 <sub>b</sub>	(6,948.58)	25,000.00 <sub>b</sub>	(7,965.56)	0.60

Scales for competence, hireability, and mentoring range from 1 to 7, with higher numbers reflecting a greater extent of each variable. The scale for salary conferral ranges from \$15,000 to \$50,000. Means with different subscripts within each row differ significantly ( $P < 0.05$ ). Effect sizes (Cohen's  $d$ ) represent target student gender differences (no faculty gender differences were significant, all  $P > 0.14$ ). Positive effect sizes favor male students. Conventional small, medium, and large effect sizes for  $d$  are 0.20, 0.50, and 0.80, respectively (51).  $n_{\text{male student condition}} = 63$ ,  $n_{\text{female student condition}} = 64$ . \*\*\* $P < 0.001$ .

## LOS SESGOS INCONSCIENTES DE GÉNERO EN LA I+D+I

<https://www.ciencia.gob.es/site-web/Secc-Servicios/Igualdad/Recursos-didacticos.html>

## **9. Diferencias en la inclinación al riesgo, a competir, a negociar, a autopromocionarse**

# Riesgo/competencia/negociación

La literatura en el ámbito de la “**behavioral economics**” pone de manifiesto que, en promedio:

- Las mujeres presentan más **aversión al riesgo** que los hombres
- Presentan una menor inclinación a **competir**.
- **Negocian** menos que los hombres (por, ejemplo, en el momento de negociar el salario con el empleador)

Y esta puede ser una de las causas que explican la persistencia de la baja presencia de las mujeres en los puestos de dirección y la brecha salarial.

- A veces se hace una **interpretación esencialista** de este tipo de evidencia.
- Sin embargo, parece más razonable pensar que estas diferencias se encuentren en la **socialización** recibida y en el tipo de **estereotipos y roles de género** existentes. En este sentido apunta la investigación, entre la que cabe destacar:
  - Investigación de Gneezy et al (2009)
  - El enfoque de “women don’t ask” de Linda Babcock
  - El enfoque de la “amenaza del estereotipo”

“**REIFICAR**”. En sociología a veces también se emplea el término “**reificación**”, a la tendencia que tienen las personas a considerar que las cosas o los fenómenos, en lugar de tener una causa u origen social, tienen un origen dado y externo a ellas de tipo divino, natural, etc., que ellas no pueden controlar...



**¿Competirías o no?**

# ¿Es universal el hecho de que los varones presenten en promedio más predisposición que las mujeres a competir?

Gneezy, U; Leonard, K. L.; y List, J. A. (2009): “**Gender differences in competition: evidence from a matrilineal and a patriarchal society**”. *Econometrica*, 77(5), 1637-1664 <http://bit.ly/1HpuYai>



**Maasai** en Tanzania (cultura extremadamente patriarcal)



**Khasi** en la India (cultura matrilineal)



# ¿Es universal el hecho de que los varones presenten en promedio más predisposición que las mujeres a competir?

Gneezy, U; Leonard, K. L.; y List, J. A. (2009): “**Gender differences in competition: evidence from a matrilineal and a patriarchal society**”. *Econometrica*, 77(5), 1637-1664 <http://bit.ly/1HpuYai>



**Maasai** en Tanzania (cultura extremadamente patriarcal)



**Khasi** en la India (cultura matrilineal)

En un sencillo juego (encestar una pelota compitiendo con otros miembros de su comunidad),

- Entre los **Maasai**, decidieron competir un **50% de los varones** y un 26% de las mujeres
- Entre los **Khasi**, decidieron competir un **54% de las mujeres** y un 39% de los varones.

Este tipo de resultado se mantiene tras controlar por la edad, educación, ocupación, estado civil, etc.

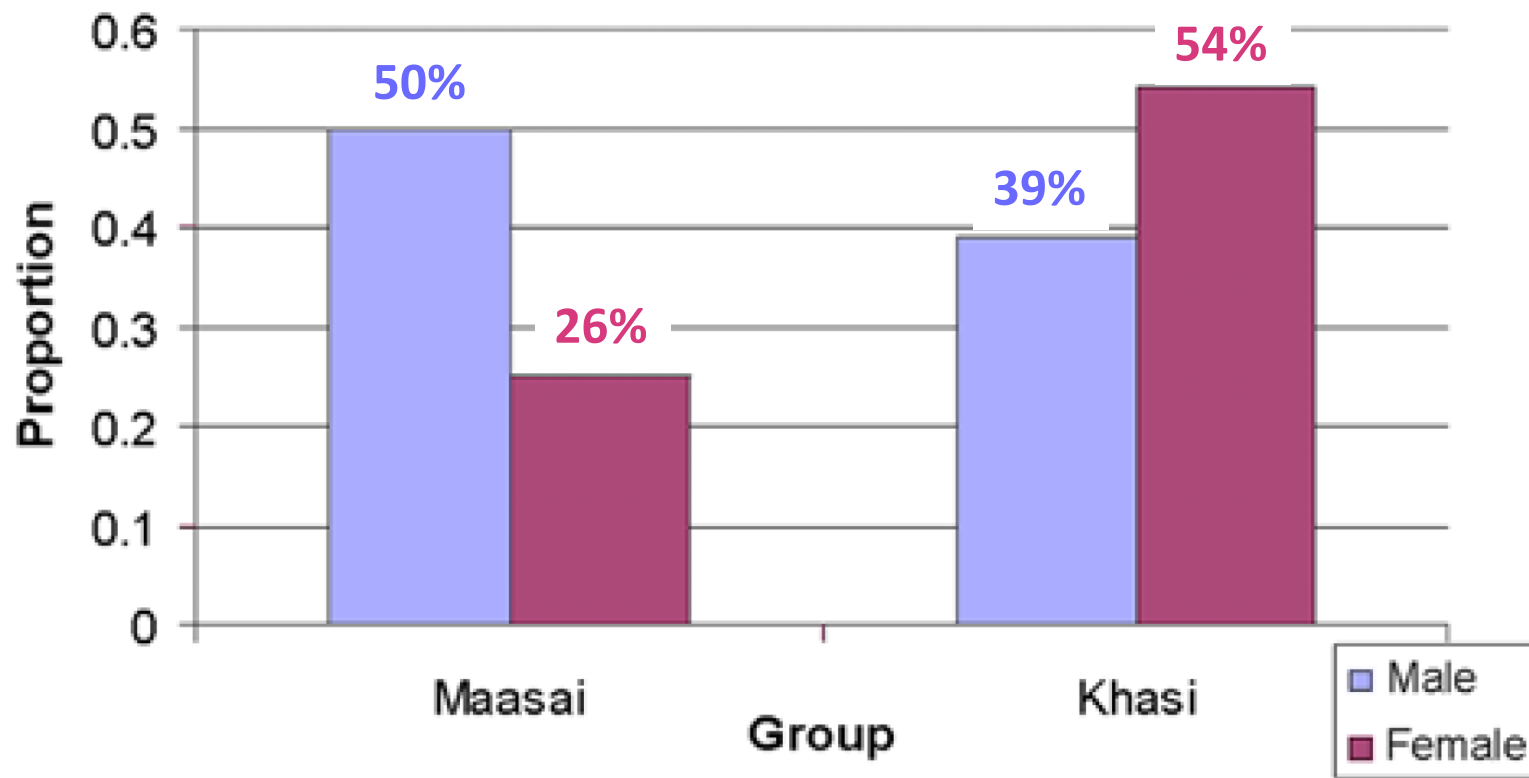
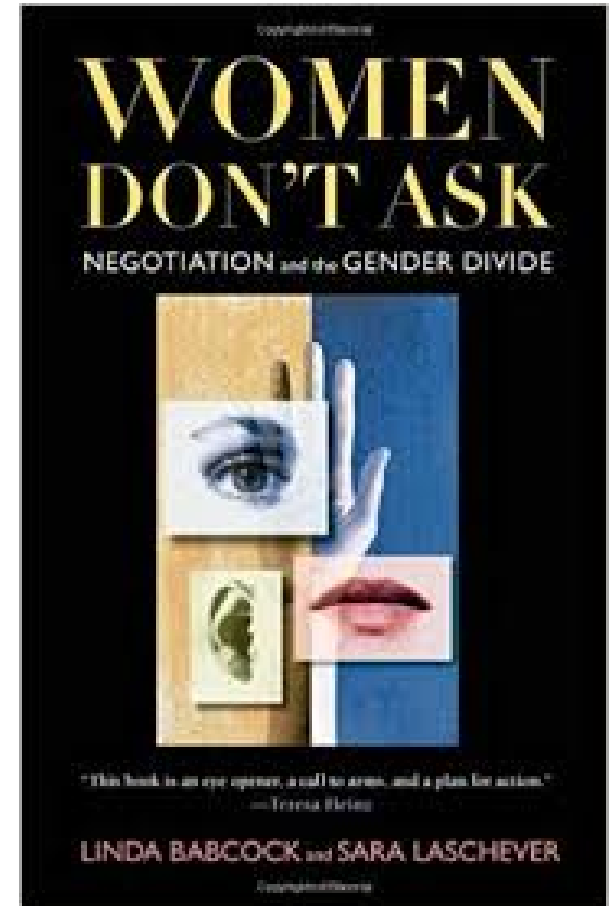


FIGURE 1.—A summary of competitive choices across gender in the two societies.

## Women don't ask

Linda Babcock y Sara Laschever (2007): *Women Don't Ask. Negotiation and the gender divide*, Bantam Books, <http://www.womendontask.com/>

Como consecuencia del mandato de género según el cual las mujeres tienen que pensar primero en los demás (cuidar a los demás), ellas, en promedio, son menos agresivas en las negociaciones salariales...

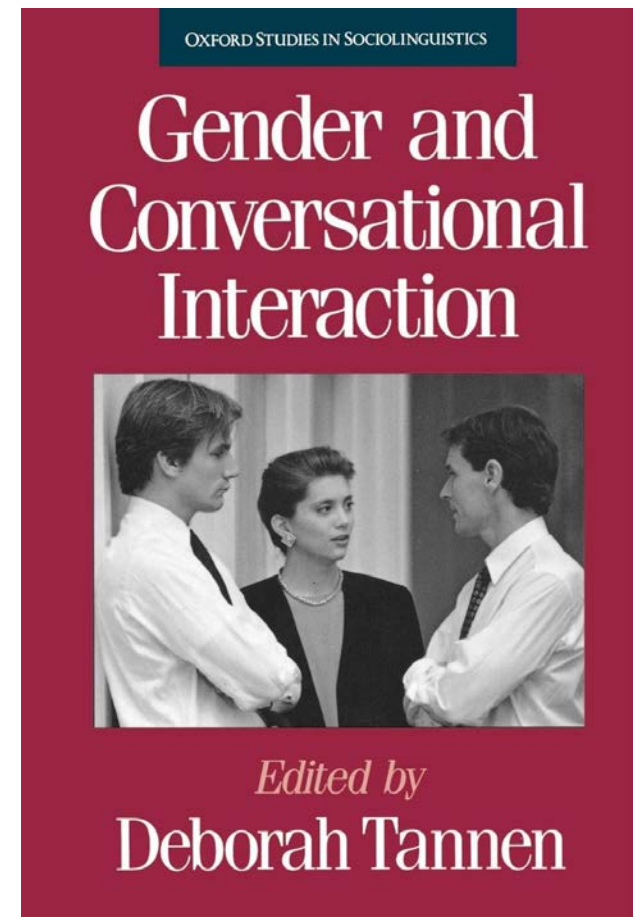


## Análisis de la conversación

Investigación cualitativa de **Pamela Fishman** (1978) en donde aparece la **jerarquía hombre-mujer** en las conversaciones cotidianas

Pamela M. Fishman (1978). “**Interaction: The Work Women Do**”. *Social Problems*, 25(4), 397-406 <https://doi.org/10.2307/800492>

- Los hombres interrumpen más veces a las mujeres que a la inversa.
- Ellas utilizan más los recursos (ajá, sí, ah, ya, etc.) para transmitir que están escuchando...



# Diferencias en autopromoción

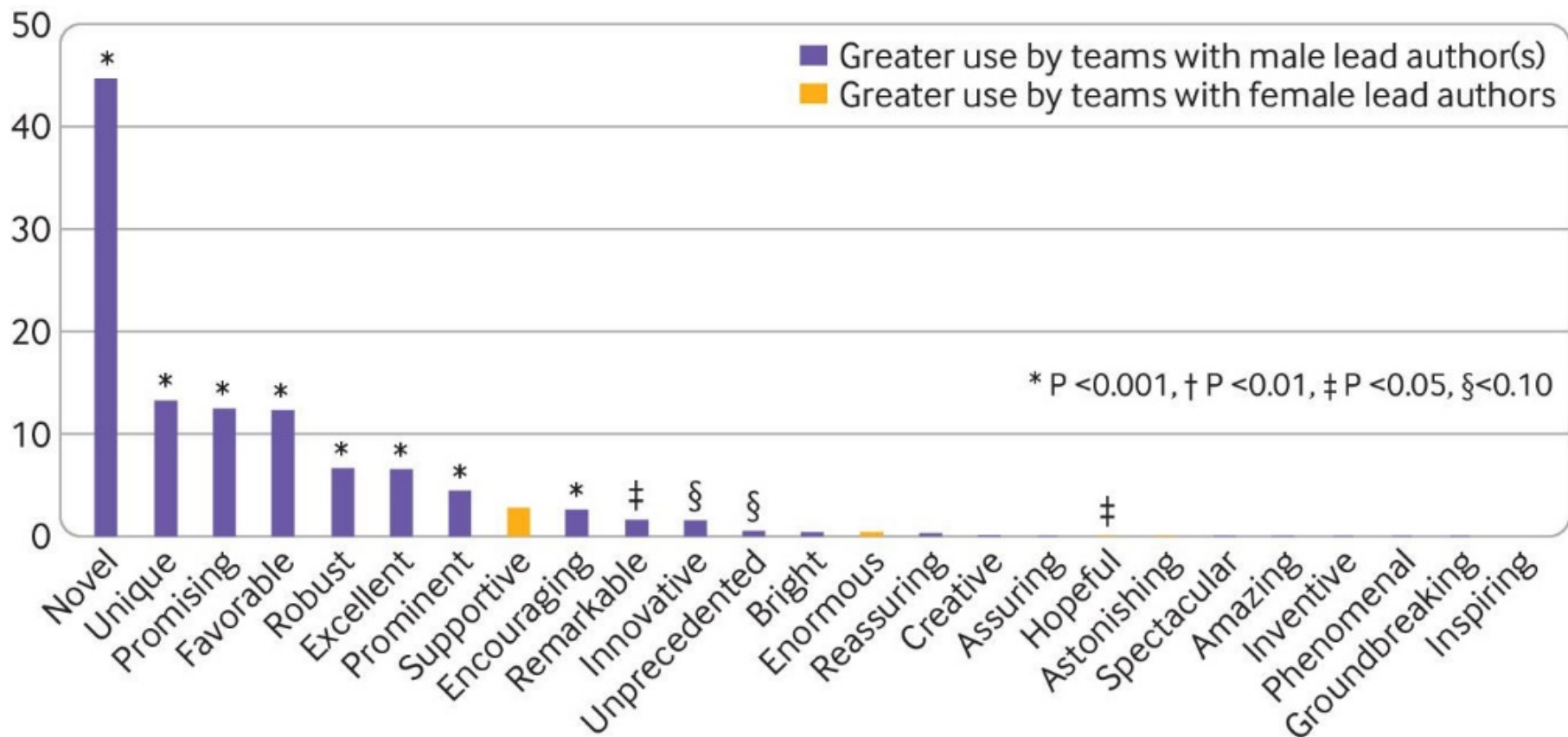
Marc J. Lerchenmueller, Olav Sorenson, Anupam B. Jena (2019): "**Gender differences in how scientists present the importance of their research: observational study**", *BMJ*, 2019;367:l6573, <https://www.bmj.com/content/bmj/367/bmj.l6573.full.pdf>

- Revisan **6,2 millones de artículos** de investigación publicados durante 15 años (entre 2002 y 2017) en ciencias de la vida y la salud.
- Tanto hombres como mujeres usan **palabras positivas** para describir sus hallazgos, pero las mujeres las usan con menos frecuencia (**hasta un 21% menos** de probabilidades de usar términos positivos)
- **Los artículos con palabras positivas recibieron hasta un 13% más de citas** en comparación con investigaciones de novedades similares publicadas en las mismas revistas pero sin el encuadre positivo
- Las diferencias de género en la autopromoción fueron más pronunciadas en las etapas iniciales y medias de la carrera.

[https://retina.elpais.com/retina/2020/01/10/talento/1578660909\\_768955.html](https://retina.elpais.com/retina/2020/01/10/talento/1578660909_768955.html)



Prevalence positive word (%)





## **10. Penalización por maternidad**

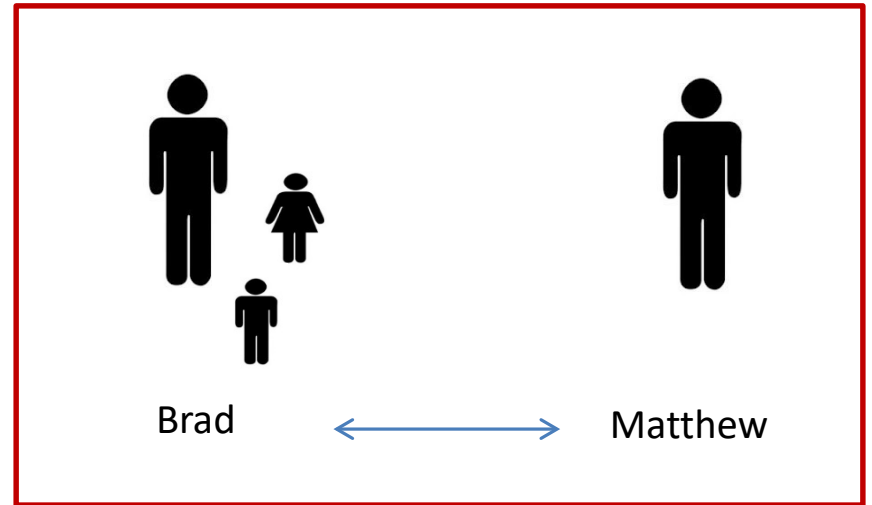
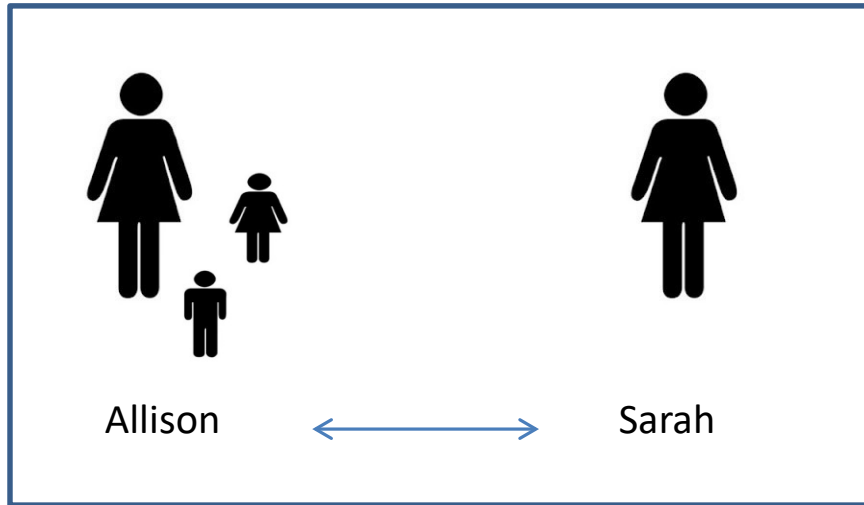
# Experimento para medir la penalización por maternidad

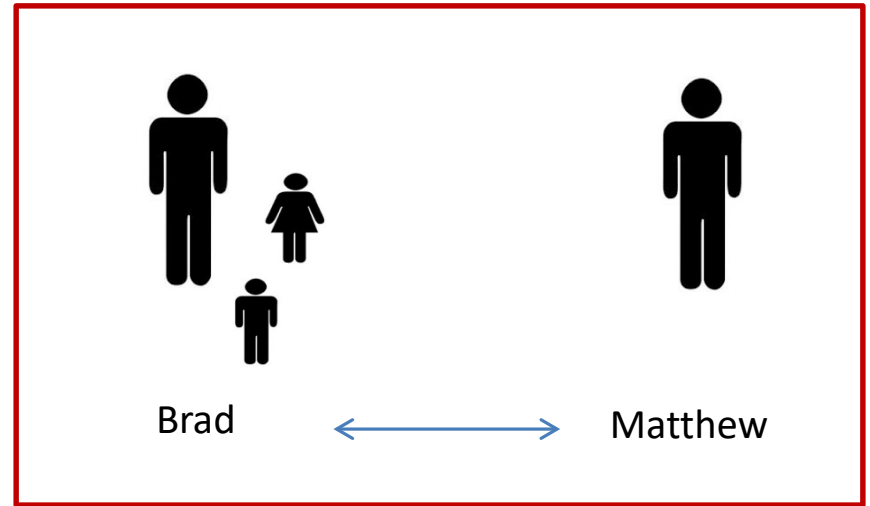
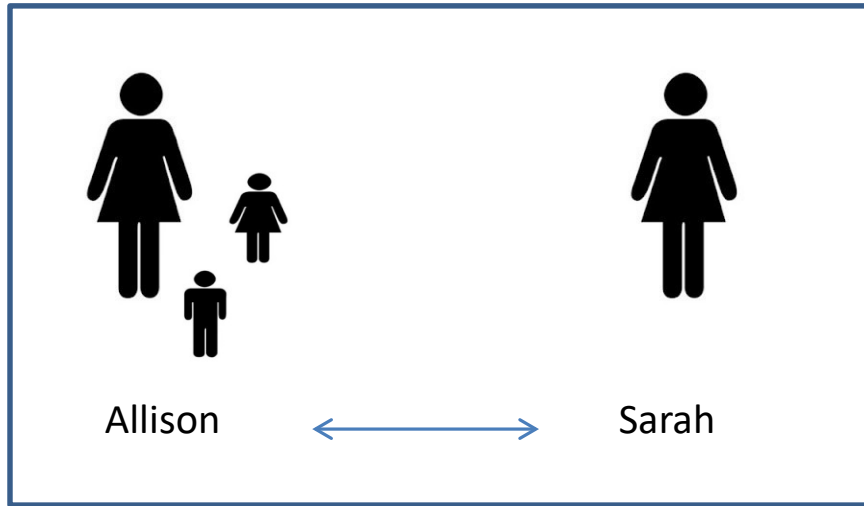
¿Es penalizada la candidata madre respecto de la no-madre para un puesto de directiva?

Correll, S. J; Benard, S.; & Paik, I. (2007): “**Getting a Job: Is There a Motherhood Penalty?**”, *American Journal of Sociology*, 112(5), pp. 1297-1339

[https://sociology.stanford.edu/sites/g/files/sbiybj9501/f/publications/getting\\_a\\_job- is there a motherhood\\_penalty.pdf](https://sociology.stanford.edu/sites/g/files/sbiybj9501/f/publications/getting_a_job- is there a motherhood_penalty.pdf)

- Experimento relacionado con los estereotipos negativos sobre el rendimiento laboral de las madres
- Muestra de 192 estudiantes de grado de una universidad de EEUU
- Tenían que evaluar un par de candidaturas para una empresa que se supone que quería contratar a alguien para un puesto de responsable del área de marketing.
- La mitad de los participantes evaluaban dos candidaturas madre/no madre y la otra mitad evaluaban dos candidaturas padre/no padre

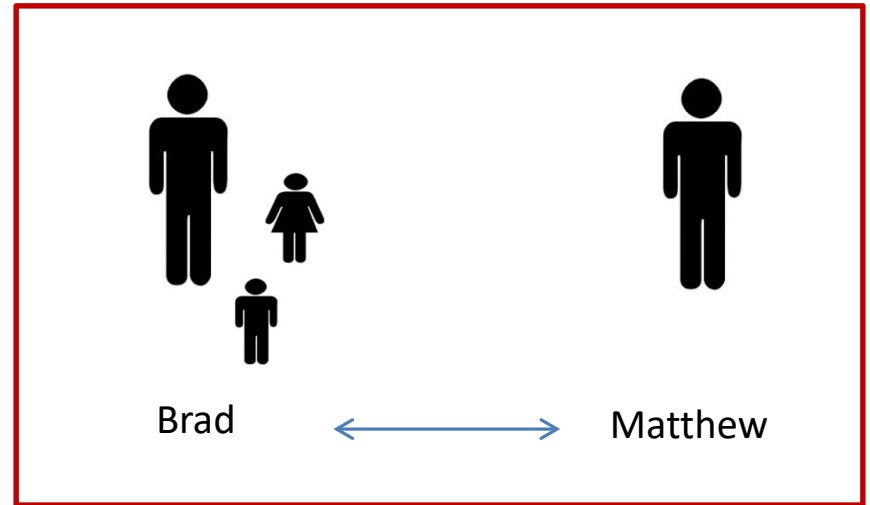
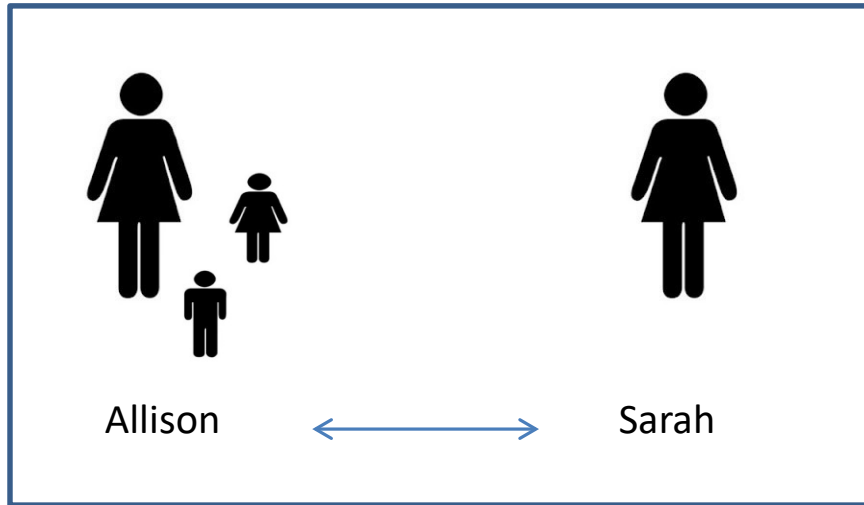




Contrataría

**47%**

**84%**



Contrataría

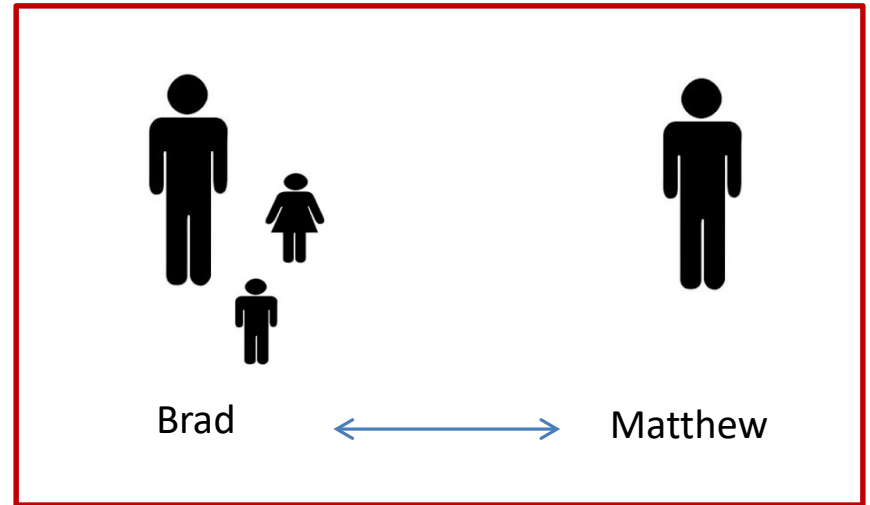
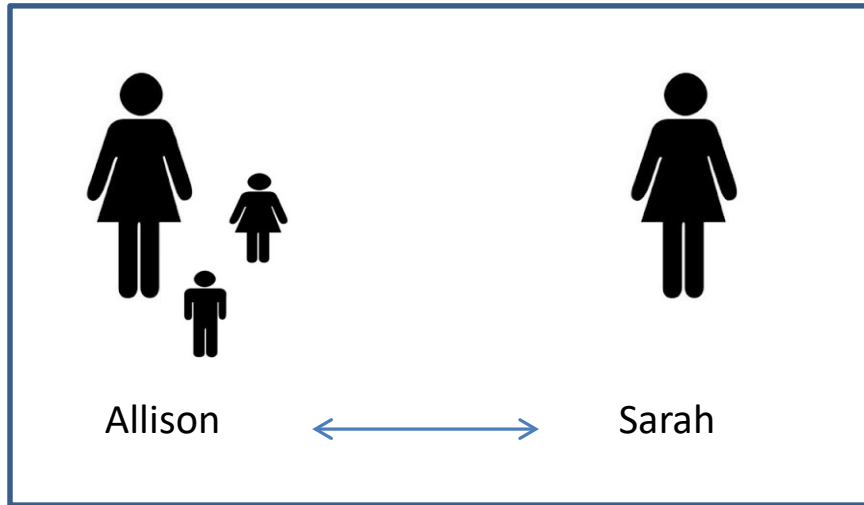
**47%**

**84%**

Salario ofrecido

**137.000\$**

**148.000\$**



Contrataría

**47%**

**84%**

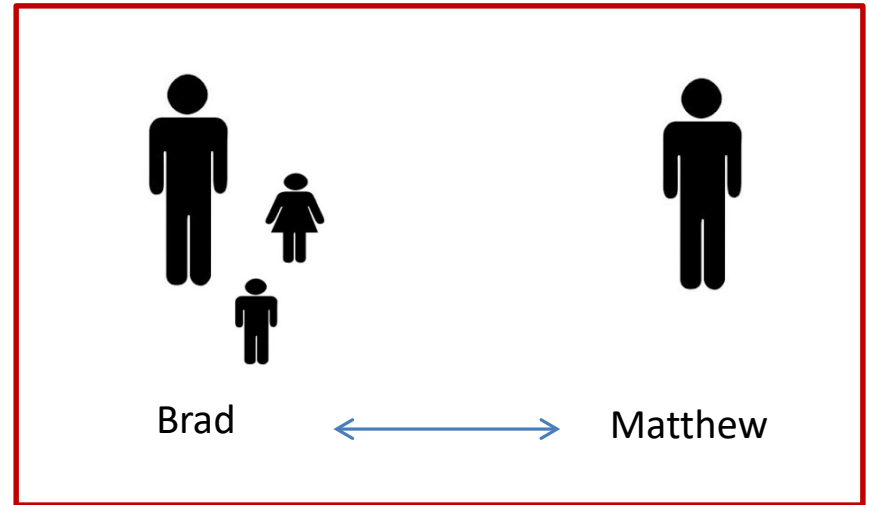
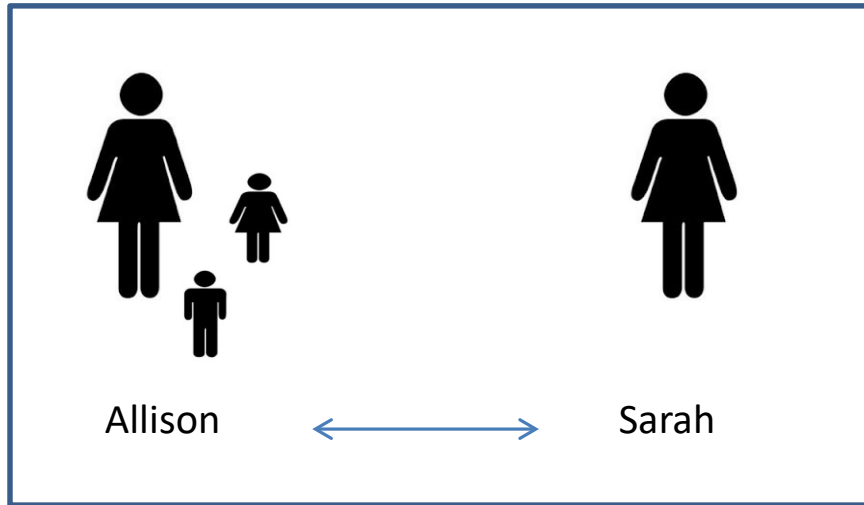
**73%**

**62%**

Salario ofrecido

**137.000\$**

**148.000\$**



Contrataría

**47%**

**84%**

**73%**

**62%**

Salario ofrecido

**137.000\$**

**148.000\$**

**150.000\$**

**144.000\$**

También realizaron un **experimento de campo**:

TABLE 6  
PROPORTIONS OF APPLICANTS RECEIVING CALLBACKS BY GENDER AND PARENTAL  
STATUS

	Callbacks/Total Jobs	Proportion Called Back
Mothers .....	10/320	.0313
Childless women .....	21/320	.0656 <sup>++</sup>
Fathers .....	16/318	.0503
Childless men .....	9/318	.0283

NOTE.—Mothers and childless women applied to the same 320 jobs; fathers and childless men applied to the same 318 jobs. See text for variable descriptions.

<sup>++</sup>  $Z < .05$ , test for difference in proportions between parents and nonparents.



También realizaron un **experimento de campo**:

TABLE 6  
PROPORTIONS OF APPLICANTS RECEIVING CALLBACKS BY GENDER AND PARENTAL  
STATUS

	Callbacks/Total Jobs	Proportion Called Back
Mothers .....	10/320	.0313
Childless women .....	21/320	.0656 <sup>++</sup>
Fathers .....	16/318	.0503
Childless men .....	9/318	.0283

NOTE.—Mothers and childless women applied to the same 320 jobs; fathers and childless men applied to the same 318 jobs. See text for variable descriptions.

<sup>++</sup>  $Z < .05$ , test for difference in proportions between parents and nonparents.

# Experimento de campo para detectar penalización en la contratación

M. José González, Clara Cortina, y Jorge Rodríguez (2019). **¿Tienen las mujeres menos oportunidades de ser contratadas?** *Observatorio Social de la Caixa*  
<https://observatoriosociallacaixa.org/-/mujeres-oportunidades-contratadas>

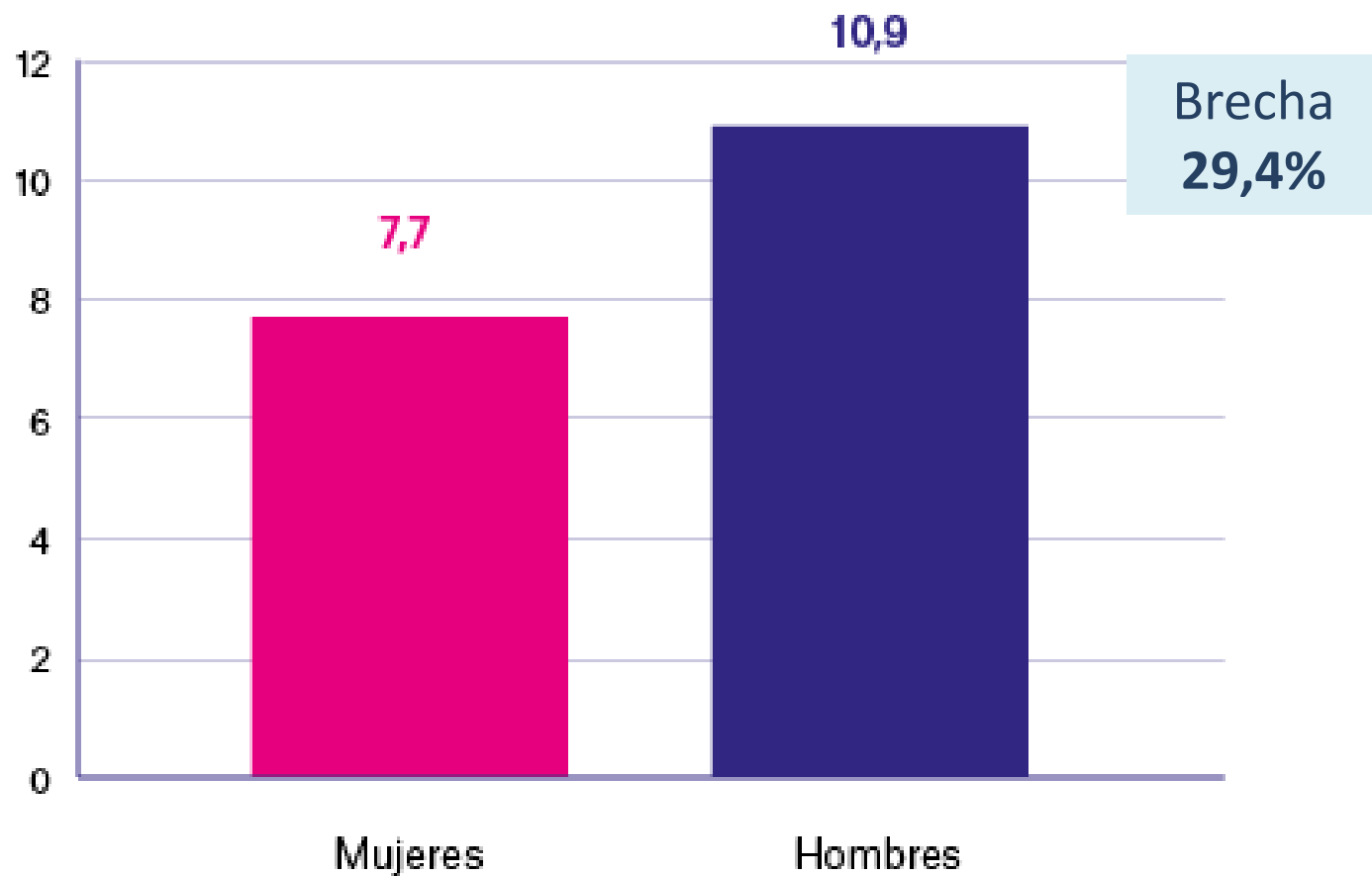
## Experimento de campo

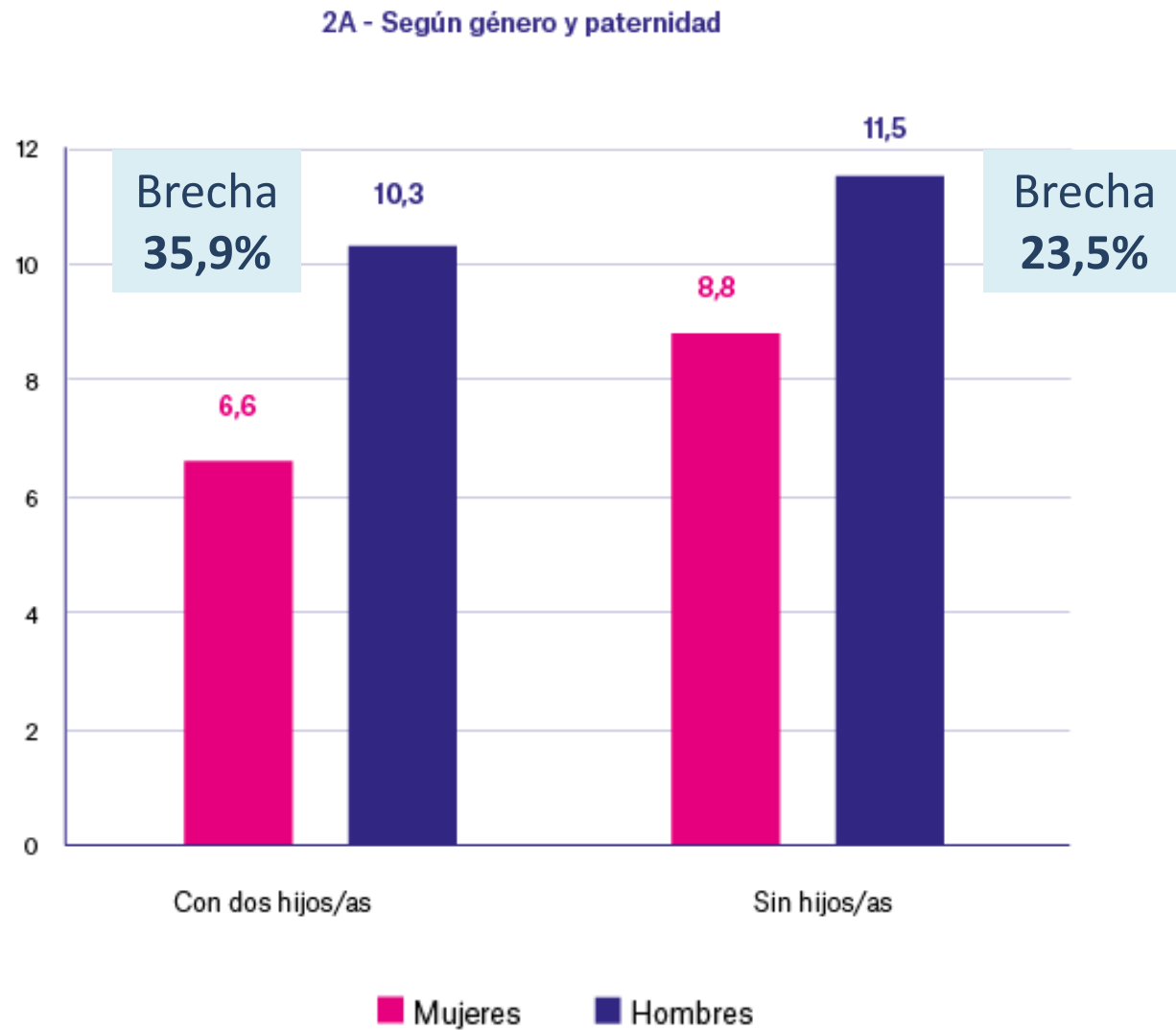
- **5.600 currículos ficticios**
- enviados a **1.372 ofertas de trabajo reales** en Madrid y Barcelona

Se compararon la probabilidades de recibir una cita para una entrevista de trabajo entre personas con currículos equivalentes que solo se diferencian en:

- El género
- Si tenían o no hijos
- En el grado de cualificación para el puesto.

Gráfico 1. **Porcentaje de candidatos que reciben una invitación para una entrevista de trabajo según el género.**





## 2B - Según el género y la cualificación para el puesto

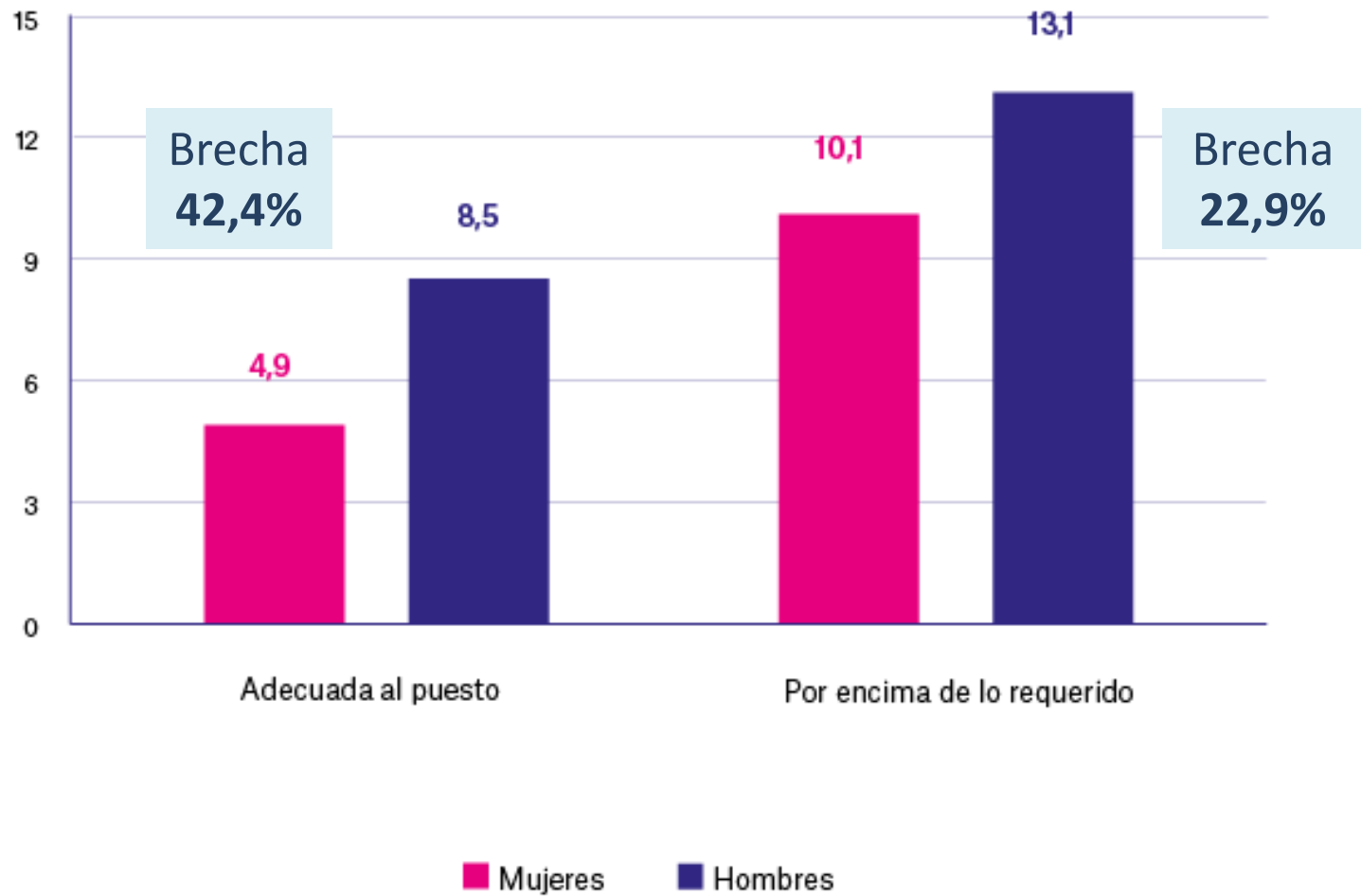
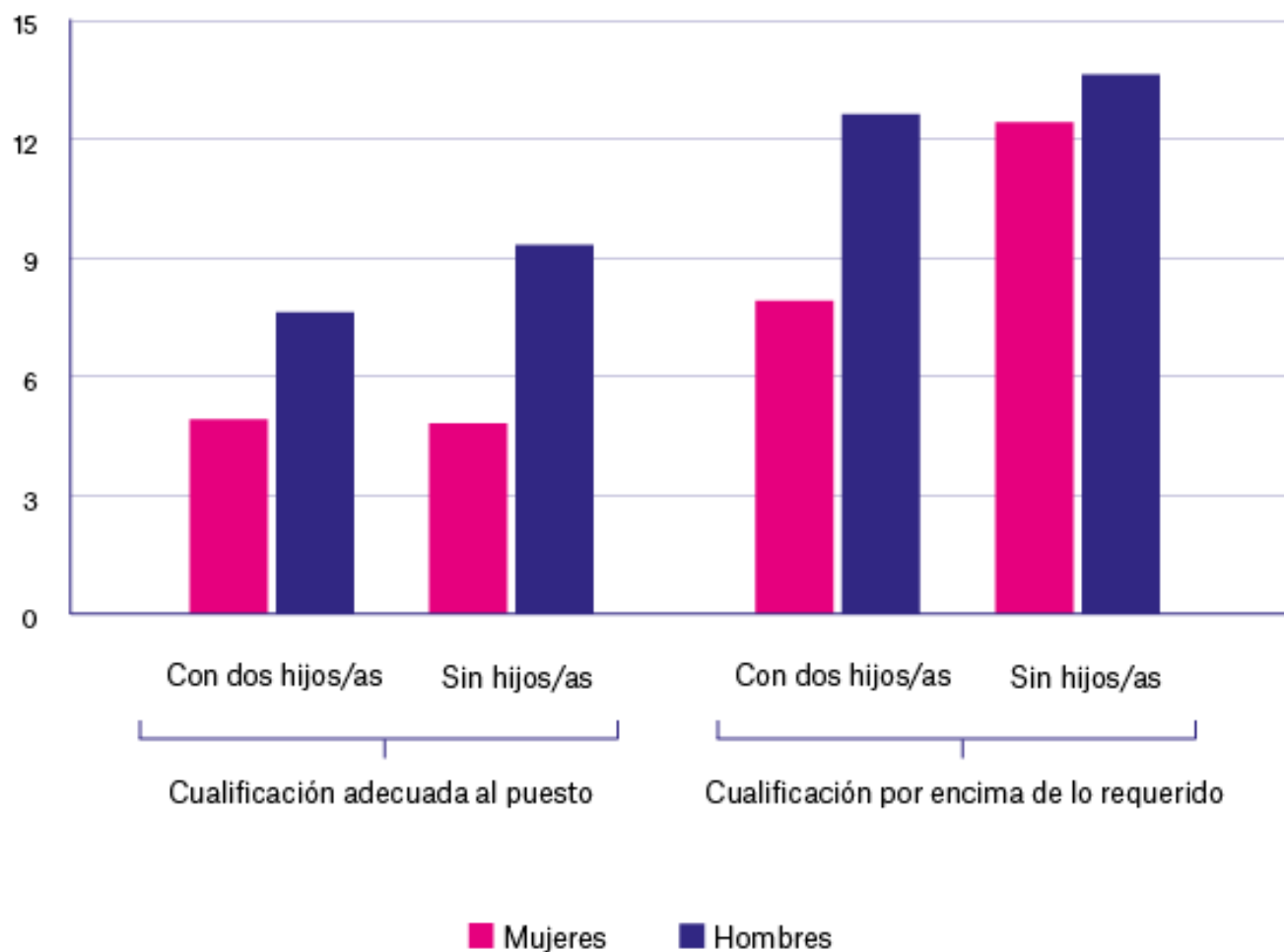


Gráfico 3. **Porcentaje de candidatos que son citados para una entrevista de trabajo según género, número de hijos y cualificación para el puesto.**



**Gina Rippon**

<https://www2.aston.ac.uk/lhs/staff/az-index/rippong>

<https://mujeresconciencia.com/2018/06/05/la-extraordinaria-plasticidad-del-cerebro-humano-el-enfoque-de-gina-rippon/>

Neuroscientist **Gina Rippon** shatters the myth of the female brain. Men's brain VS women's brain. Female brain VS male brain. This talk reveals the truth behind both brains. We live in a gendered world where we are bombarded with messages about sex

<https://www.youtube.com/watch?v=oj0DjVIX-BQ>

Conferencia Ramón Areces:

<https://www.youtube.com/watch?v=lyas73whz0o>

