

La evolución de los cambios de estereotipos de género desde los años 40 hasta la actualidad

escrito por Carme García Yeste | agosto 23, 2019



Una reciente [investigación](#) publicada por la revista de la Asociación Americana de Psicología (APA): *American Psychologist*, muestra cómo ha evolucionado la opinión pública de la población norteamericana sobre los estereotipos de género. Los resultados se han extraído de diversas encuestas de opinión pública a 30.093 personas adultas que se extiende desde 1946 hasta 2018.

En palabras de sus autoras y autores, este estudio desafía las afirmaciones tradicionales de que los estereotipos de género son fijos o rígidos. Pretenden unir su estudio a otros que muestren que los estereotipos son flexibles a los cambios en los roles sociales. Se analizaron tres tipos de características: comunión (por ejemplo, cariñoso/a, emocional,), agencia (por ejemplo, ambicioso/a, valiente) y, competencia (inteligente, creativo/a). Se buscó si cada característica era más cierta para mujeres y hombres o para ambos.

Uno de los ejemplos que se muestran de estos cambios, con relación a competencia es que, en una encuesta realizada en 1946, solo el 35% de las personas encuestadas pensaba que hombres y mujeres eran igualmente inteligentes. En 2018, el 86% encuestado creía que hombres y mujeres eran igualmente inteligentes, el 9% afirmaba que las mujeres eran más inteligentes y solo el 5% creían que los hombres eran más inteligentes.

Los resultados de las características de comunión muestran a las mujeres más compasivas y sensibles que a los hombres, rasgo que se ha fortalecido con el tiempo. En las características vinculadas a agencia, se sigue viendo a los hombres más ambiciosos y agresivos que las mujeres, no cambiando esta percepción a lo largo del tiempo. En cambio, desde la investigación se apunta que el cambio en la percepción de la característica de competencia contribuye a una mejor inserción laboral, así como el mantenimiento de las características de comunión, por ser muy valoradas socialmente las habilidades sociales. La parte menos positiva es la permanencia de los estereotipos sobre agencia en lo que respecta a una menor visión de habilidades de liderazgo hacia las mujeres con relación a los hombres.

Desde la investigación se muestra que el gran aumento de presencia femenina en puestos laborales remunerados tiene que ver con el aumento de su competencia percibida, aunque aún se mantengan segregación ocupación y división en los roles domésticos. Los trabajos que ocupan las mujeres en gran parte recompensan sus habilidades sociales, pero a la vez invierten el doble de tiempo de promedio al trabajo doméstico y al cuidado de los hijos e hijas que los hombres. Los hombres siguen concentrándose en roles de liderazgo y ocupaciones que requieren fuerza física entre otras habilidades técnicas. A pesar de estas diferencias en las ocupaciones, es necesario resaltar los logros educativos de las mujeres y la entrada en ocupaciones de alto prestigio, que están contribuyendo a cambiar la percepción de la competencia de las mujeres.

Los autores y autoras concluyen que estas diferencias marcadas por los roles de género reflejan la posición social de las mujeres y los hombres en la sociedad, pero que pueden cambiar cuando la posición social también cambia.