

ANÁLISIS DE LOS ESTEREOTIPOS SEXISTAS EN UNA MUESTRA DE ESTUDIANTES DE CC. DE LA EDUCACIÓN

Teresa Padilla Carmona^{*1}, Manuel Sánchez García^{**},
Mercedes Martín Berrido^{***} y Emilia Moreno Sánchez^{***}.

(*) Área M.I.D.E. Universidad de Sevilla

(**) Área de Metodología de las CC. del Comportamiento. Universidad de Huelva.

(***) Área D.O.E. Universidad de Huelva.

RESUMEN

Con esta investigación se pretende conocer las concepciones que nuestro alumnado de CC. de la Educación tiene sobre el hombre y la mujer, a fin de detectar si existen estereotipos sexistas en las mismas. Se ha aplicado un cuestionario, consistente en diferentes listados de adjetivos (características cognitivas, socio-afectivas y de roles y relaciones en el aula) a 437 sujetos. Los datos han sido analizados a través de diferentes técnicas: comparación de la frecuencia de atribuciones de cada adjetivo a uno u otro sexo con el número de atribuciones esperable por azar, a fin de determinar la tendencia a asociar ciertos adjetivos con un sexo; análisis de correspondencias múltiples, para comprobar cómo se agrupan los adjetivos considerados; análisis cluster, para clasificar a los sujetos en función de sus opiniones. Los resultados finales apuntan a la existencia de opiniones estereotipadas en un porcentaje considerable de caso.

1 Facultad de CC. de la Educación. Departamento de D.O.E. y M.I.D.E. Avda. San Francisco Javier, s/n. 41005 Sevilla. E-mail: padilla@cica.es

ABSTRACT

The purpose of this work is to analyze the students of Sciences of Education conceptions about man and woman, in order to detect the existence of possible sexist stereotypes. A questionnaire —composed by several adjectives lists (cognitive, socio-affective and rolls and relationships in classroom characteristics)— has been applied to 437 participants. Data have been analysed through different techniques: count of frequency in which each adjective is assigned to one sex or another, and comparison with the hoped at random frequency, in order to determine the trend to associate certain adjectives to one of the sexes; multiple correspondences analysis, to verify how adjectives are grouped; and cluster analysis, in order to group students according with their opinions. Final results point out the existence of stereotyped opinions in a considerable proportion of cases.

INTRODUCCIÓN

El punto de partida de este trabajo reside en nuestro interés personal y profesional por la problemática del sexismo en el ámbito de la educación. A las puertas del denominado «tercer milenio», hombres y mujeres no gozan de plena igualdad. A través de los procesos de socialización, cuyos principales agentes son, a nuestro juicio, la familia y la escuela, se transmite hoy por hoy una cultura femenina y otra masculina.

«Las mujeres y los hombres hemos vivido un proceso de socialización muy distinto. En él hemos ido adquiriendo unas formas de pensar, de relacionarnos, de hacer, de divertirnos, de sentir, de trabajar..., es decir, unas formas generales de estar en el mundo, de vivir, que determinadas por diversos factores de este proceso, han colaborado a que hoy, el colectivo de las mujeres y el de los hombres tengamos una experiencia histórica muy distinta» (Urruzola, 1996:82).

Por su papel en la reproducción y el cuidado de las criaturas, tradicionalmente a la mujer se le ha asignado la esfera privada (el hogar, la familia), mientras que los espacios públicos (el trabajo retribuido, la política, etc.) son del dominio masculino. De esta división inicial surgirán los estereotipos sexistas, los cuales nos recuerdan que los comportamientos femeninos deben ser cariñosos, amables, dádicos, dóciles y sometidos, a menudo, al poder del varón (Froufe, 1997). Del hombre, en cambio, esperamos un carácter duro, agresivo, fuerte, que adopte un papel activo ante la toma de decisiones.

En la actualidad son muchas las investigaciones que intentan ahondar en el sexismo dentro del ámbito escolar. La ponencia de Batolomé et al. (1994) al VI Seminario de AIDIPE (Madrid, 1993) nos aporta una extensa revisión de dichos trabajos en lo que respecta tanto a las temáticas que se abordan (elección profesional, currículum oculto, clima de clase, libros de textos, actitudes del profesorado, etc.), como a las diferentes

metodologías investigadoras que se han usado (cualitativas, de investigación-acción, estudios observacionales, investigaciones ex post facto y causales, etc.). Nuestro trabajo, sin embargo, pretende centrarse en el estudio de los estereotipos sexistas y forma parte de un conjunto más amplio de intervenciones que estamos desarrollando en nuestras aulas (Padilla, 1998) con el fin de sensibilizar a nuestro alumnado (futuro/as profesionales de la educación) ante estas cuestiones. Como paso previo consideramos necesario emprender un estudio de las concepciones que nuestro alumnado sostiene sobre el hombre y la mujer, a fin de detectar si existen o no estereotipos en dichas concepciones y analizar el contenido de éstos. Tras la realización de un primer estudio descriptivo con estos datos (Padilla et al., 1997) y obtener indicios de la existencia de los tradicionales estereotipos sexistas, comprendimos la necesidad de profundizar en la información recogida explorando nuevas estrategias de análisis que nos sugirieran dimensiones o aspectos no considerados. Por ello, lo que aquí presentamos son los resultados de la aplicación del análisis de correspondencias múltiples y del *cluster analysis* a los datos de nuestra investigación.

LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

Los estereotipos, sean profesionales, étnicos, sexuales,... suponen una generalización de determinados prejuicios o ideas preconcebidas que no tiene en cuenta la singularidad personal del ser humano. En ocasiones se aplican a los sexos masculino y femenino de manera discriminatoria, concediendo a uno u otro determinados «privilegios» en cuanto a unas supuestas capacidades, logros, actitudes,... que tiene un sexo como características propias, hasta el punto de llevar aparejada, de forma implícita (e incluso explícita), la idea de que estas características provienen de la diferenciación biológica de los sexos.

El estudio del contenido de los estereotipos de género se ha llevado a cabo, fundamentalmente, desde dos enfoques teóricos (Colom, 1997): desde un modelo *descriptivo* donde se pone el énfasis en el estudio del contenido de dichos estereotipos y desde un enfoque *cognitivo y de interacción social*, prestando mayor atención al estudio de la estructura (modos de representación interna del conocimiento social) y los procesos (adquisición de las representaciones internas y cómo influyen éstas en el procesamiento de información) de los estereotipos de género.

Una de las primeras cuestiones que nos llama la atención en relación con los estereotipos sexuales es su *profundo arraigo en la sociedad*, hasta tal punto que estas ideas preconcebidas impregnan el pensamiento de personas de todas las capas sociales. Es decir, los prejuicios sexistas están presentes tanto en el hombre como en la mujer, tanto en la criatura como en la persona adulta, tanto en la clase social alta como en la baja... En un trabajo anterior (Padilla et al., 1997), al analizar los estereotipos sexistas de una muestra de estudiantes de secundaria y universidad, no encontramos diferencias entre las opiniones de hombres y mujeres, ni entre lo/as estudiantes de secundaria y lo/as de universidad. En todos los casos considerados, se observaban caracterizaciones diferenciales para el género masculino y el femenino, situación ésta que ha sido puesta de relieve por otros trabajos de investigación. Estudios ya clásicos,

como el de Sheriffs y Mckee (1957, cit. por Colom, 1997), ponen de manifiesto que existen diferencias entre los adjetivos que se asignan al sexo masculino y los que se asignan al femenino: los hombres son considerados como menos inhibidos en las relaciones sociales, intelectualmente racionales y competentes, y dirigidos hacia la acción, el vigor y la efectividad; mientras que las mujeres son descritas como emocionalmente calurosas, abiertas a las necesidades de los demás, con habilidad social y cualidades espirituales.

Por su parte, otros autores y autoras (Deaux y Lewis, 1984; Hyde, 1991; Moya, 1990; Rocheblave-Spenlé, 1968) también encuentra distintas definiciones de lo masculino y lo femenino. En términos generales, los rasgos que caracterizan al varón son: la aptitud para las ciencias, la capacidad de organización, la objetividad, la lucidez, la creatividad, la tenacidad... Se les supone cualidades como la seguridad en sí mismos y la autonomía, al tiempo que defectos como la agresividad. A la mujer, sin embargo, se le atribuye la pasividad, la dependencia, la afectividad, la sumisión, la intuición, el deseo de agradar. Es decir, en ella se subraya la importancia de lo afectivo por encima de lo intelectual y de los intereses de otros (padre, compañero, hijo/as) sobre los suyos propios a la hora de tomar decisiones vitales.

En el ámbito educativo, también existen investigaciones en torno a la influencia de los estereotipos sexistas. Podemos citar al respecto el trabajo de Pinto (1996), la cual realizó un estudio con profesorado de enseñanza primaria y secundaria de Portugal, al que se solicitaba, en primer lugar, una caracterización del «buen alumno» y posteriormente, que asociara esas categorías a los buenos alumnos y a las buenas alumnas. Los resultados de este estudio, sintetizados en la tabla 1, hablan por sí mismos.

TABLA 1
RESULTADOS OBTENIDOS EN EL ESTUDIO DE PINTO (1996) SOBRE
LA CARACTERIZACIÓN DIFERENCIAL DE «BUEN ALUMNO»

| PERFIL DEL BUEN ALUMNO | | | |
|-----------------------------|-----|--|-----|
| CHICAS | % | CHICOS | % |
| Interés | 78% | Capacidad de iniciativa | 73% |
| Responsabilidad | 67% | Interés | 67% |
| Capacidad de iniciativa | 59% | Capacidad de participación | 60% |
| Aplicación en el trabajo | 58% | Capacidad de cooperación | 55% |
| Método de trabajo | 55% | Capacidad crítica | 47% |
| Capacidad de participación | 55% | Responsabilidad | 47% |
| Capacidad de cooperación | 48% | Capacidad de integrar los saberes en la vida | 46% |
| Capacidad de comprensión | 44% | Creatividad | 42% |
| Capacidad de cumplir reglas | 40% | Curiosidad | 41% |

Otra característica relevante, a nuestro juicio, de los estereotipos sexistas consiste en la *dimensión valorativa* (Cremades et al., 1991) que subyace en ellos, de tal forma que

denotan una imagen del hombre más positiva que la de la mujer, en tanto que se refieren a aspectos socialmente mejor considerados (razón frente a intuición; actividad frente a pasividad; autonomía frente a dependencia, etc.). El estudio de Musitu (1980) con una muestra valencia ha demostrado que el estereotipo de la mujer se percibe de forma negativa en relación al del varón, de tal manera que los juicios de las mujeres sobre los hombres suelen ser más positivos que los de éstos hacia el grupo de mujeres. En opinión de Cremades et al. (1991:33),

«el creer que los hombres tienen cualidades prestigiosas como la razón, la objetividad, la independencia o la autoridad, mientras que las mujeres tienen cualidades poco valoradas socialmente como la emoción, la irracionalidad, la dependencia, la pasividad, etc., es lo que les confiere el carácter sexista».

Existe otra tendencia que caracteriza las construcciones estereotipadas en relación al sexo. Nos referimos a la *bipolaridad* de los estereotipos que pretenden tipificar la realidad humana en dos polos (masculino y femenino) que se nos presentan como complementarios. Así, las cualidades o características que se atribuyen a los hombres no se expresan para las mujeres y viceversa; lo que es propio del sexo masculino no sirve para definir lo femenino. Por esta razón, y en relación con el análisis de contenido de los estereotipos, alguno/as autores/as (e.g. Barberá, 1991) han señalado la importancia de tener en cuenta tanto los atributos que son asignados a ambos sexos como los diferenciales.

Por último, nos gustaría recordar que en el origen de los estereotipos sexistas se encuentran las diferencias en el proceso de socialización por el que pasan ambos sexos, diferencias que van marcando dos categorías de persona: el «género masculino» y el «género femenino», a las cuales se les educa parcialmente, según un sistema de valores distinto (Urruzola, 1996). De esta forma, las mujeres —por su relación con el cuidado de las criaturas— han desarrollado más la capacidad de dar y recibir afecto, la de ser responsables de lo que sucede en la esfera privada, la capacidad de observación e intuición,... Mientras que los hombres, a los que se les asigna el rol de dirigir el mundo de lo público, se han visto obligados a desarrollar la autoridad, la capacidad de decisión, la competitividad y la agresividad, entre otras capacidades.

Sin embargo, con la incorporación cada vez mayor de la mujer al mundo educativo y laboral, se está promoviendo un cambio en el autoconcepto de éstas y en las representaciones y expectativas sociales. De tal manera que algunos estudios (Colom, 1997; Hyde, 1991; Radl, 1996), ponen de manifiesto que no existe una dicotomización tan marcada entre los atributos adscritos a uno u otro sexo, sino que éstos han experimentado una evolución hacia una mayor similitud de las características de hombres y mujeres.

De cualquier forma y como plantea Bonal (1997), el sexismo se caracteriza por ser *invisible, inconsciente y sutil*. En el ámbito educativo está presente tanto en el currículo explícito como en el oculto, y los estereotipos de género se refuerzan, mantienen y reproducen tanto por acción como por omisión. Por ello, no sólo son necesarios

estudios como los Birks, Lage y Treggia (1998), Boylan (1996) y Burnett (1997), entre otros, que profundizan en las diferencias hombre y mujer, sino también trabajos (como los Austin, 1998; Bullock, 1997; Espín y Rodríguez Moreno, 1996) que nos permitan identificar los mecanismos de reproducción del sexismo y actuar sobre ellos.

PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN

Objetivos

Se pretende conocer cómo ven los/as encuestados/as al hombre y a la mujer, determinando características propias y/o comunes en ambos sexos y detectando si existen o no estereotipos sociales en las concepciones de los chicos y las chicas. En concreto, nos interesa:

a) Conocer si existen o no adjetivos clasificados como femeninos, como masculinos o neutros (aquellos que se asignan a ambos sexos o a ninguno de ellos), dentro de cada uno de los siguientes ámbitos: cognitivo, socio-afectivo y de roles y relaciones en el aula.

b) Conocer si existen diferencias en los adjetivos que cada sexo elige para definirse a sí mismo y los que eligen personas del sexo contrario (autoestereotipos y heteroestereotipos), dentro de cada uno de los ámbitos mencionados anteriormente.

c) En caso de que existan adjetivos elegidos mayoritariamente para un sexo, se pretende comprobar cómo se agrupan éstos; se trata de conocer si los adjetivos utilizados se agrupan en cada uno de los ámbitos considerados o si, por el contrario, el estereotipo recoge adjetivos procedentes de los tres ámbitos.

d) Proceder a la agrupación de los sujetos en función de sus visiones estereotipadas o no, determinando cuáles son los grupos de opinión mayoritarios, y si éstos se definen por características sociodemográficas o no.

Muestra

Dado que nuestro interés principal consiste en la detección de los estereotipos sexistas de nuestro alumnado —tal y como se explicó en la introducción—, éstos/as son los sujetos con los/as que hemos trabajado. Así, la muestra se compone de 437 sujetos. De ellos, 393 son estudiantes de universidad (entre éstos hay 235 estudiantes de pedagogía, 55 de psicopedagogía y 103 de magisterio). Se han seleccionado también 44 estudiantes de enseñanza secundaria a fin de analizar el posible cambio en los estereotipos con la edad.

Por otra parte, del total de encuestados/as, 362 son mujeres y 73 son hombres. Hubiese sido deseable una composición más equilibrada de chicos y chicas, sin embargo, en las titulaciones en las que trabajamos predomina el alumnado de sexo femenino.

Instrumento de recogida de datos

Los datos se han recogido a través de un cuestionario diseñado por los/as autores/as (*Cuestionario para la detección de los estereotipos de género*), el cual consiste en tres listados de adjetivos, ante los cuales el/la sujeto debe opinar si considera que definen a los chicos, las chicas, a ambos sexos o a ninguno. Los adjetivos fueron clasificados en tres ámbitos: cognitivo, afectivo-social y de roles y relaciones en el aula. Para la elaboración de los listados definitivos se tuvieron en cuenta las aportaciones teóricas analizadas en el apartado anterior, así como criterios de claridad y de falta de ambigüedad o sentido peyorativo en su significado.

Se realizó una aplicación previa a una muestra piloto de 50 estudiantes de enseñanza secundaria y universidad. En esta primera aplicación, nos limitamos a recoger los problemas y dificultades que habían surgido, así como las sugerencias de mejora propuestas.

Variables

Las variables de análisis serán los distintos adjetivos propuestos a los/as sujetos para que estos/as los asignasen como propios de chicas, de chicos, de ambos a la vez o de ninguno de ellos. Tendremos, por lo tanto, 31 variables (10 adjetivos del ámbito cognitivo, 10 adjetivos del ámbito afectivo y 11 adjetivos del ámbito de roles en el aula), con cuatro modalidades de respuesta cada uno de ellos: 'DE CHICAS', 'DE CHICOS', 'DE AMBOS' y 'DE NINGUNO'.

Técnicas de análisis de los datos

Para un primer análisis y descripción de los estereotipos consideramos como independientes las elecciones hechas para definir a chicos a chicas y contabilizamos como propios, en los dos casos, aquellos adjetivos que han sido utilizados para definir a los dos sexos (opción de respuesta 'DE AMBOS').

Para la determinación de la existencia y la identificación del contenido de los estereotipos por cada ámbito, en primer lugar, se calcula el número de atribuciones esperable al azar para cada uno de los adjetivos (Sangrador, 1981, Clemente, 1992). Cada vez que una persona elige un adjetivo para definir, por ejemplo a las chicas, hace una atribución. Una vez determinado el número de atribuciones esperable al azar (es el número de veces que puede aparecer cualquier adjetivo por puro azar en función del número de posibles elecciones y del número de sujetos), hemos de calcular el número de apariciones a partir del cual consideraremos que un adjetivo pasa a formar parte de un estereotipo. Es decir, aquellos adjetivos elegidos por un porcentaje mínimo de sujetos, siempre superior al esperable contestando al azar, formarán parte del estereotipo.

Para responder a nuestro segundo objetivo, se han analizado las diferencias existentes entre los contenidos de los autoestereotipos y los heteroestereotipos. Es decir, el estudio de las diferencias entre el número y cualidad de los adjetivos utilizados para

definir al otro sexo y el número y cualidad de los adjetivos utilizados para definir a las personas del mismo sexo.

Para conocer hasta qué punto estos patrones de respuesta propios de los distintos ámbitos definidos está interrelacionados entre sí, utilizaremos el Análisis Factorial de Correspondencias Múltiples, más conocido simplemente como Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM). El ACM (Lebart, Morineau y Fenelon, 1982; Lebart, Morineau y Warwick, 1984) permite reducir la información contenida en distintas variables nominales en un número más pequeño de ejes o dimensiones que dan cuenta de la mayor parte de la información contenida en las variables originales. El análisis de los datos se llevará a cabo a través del programa informático SPAD.N.

La información contenida en dichos factores se puede, a su vez, interpretar mediante la ayuda de representaciones gráficas adecuadas (Batista y Sureda, 1987). Al representar gráficamente dos factores y proyectar sobre esta representación las modalidades de respuesta de las variables podremos interpretar la posible relación entre ellas a través de la proximidad entre ellas en la gráfica (Etxeberría, García, Gil y Rodríguez, 1995).

Para la aplicación del ACM las variables se subdividen en activas e ilustrativas. Las variables activas son aquellas que darán lugar a la formación de los factores y las variables ilustrativas (generalmente de carácter sociodemográfico) serán proyectadas posteriormente sobre el plano definido por los factores y ayudarán a la interpretación de éstos. En nuestro caso, utilizaremos como variables activas todos los adjetivos incluidos en el cuestionario. Las ilustrativas son el sexo, la edad y el nivel de estudios o especialización de los/as encuestados/as.

La información obtenida a través del ACM se suele complementar con una clasificación tipológica de los/as sujetos/as. La técnica de *cluster analysis* o análisis de agrupaciones nos permitirá identificar grupos de sujetos a partir de la información contenida en los factores retenidos y su caracterización por su grado de estereoripia y, si hubiese relación, por sus características sociodemográficas.

Resultados

a) Contenidos de los estereotipos

Una vez aplicado el cuestionario, el análisis detallado de los datos permite comprobar la existencia de estereotipos en la caracterización de los grupos definidos en función del sexo en los distintos ámbitos estudiados. En las tablas 2 a 7 aparecen los adjetivos que han sido elegidos un número significativo de veces y que definen a chicos y chicas según las respuestas de los/as sujetos encuestados/as.

Para determinar qué adjetivos formarían parte de los estereotipos, en primer lugar, se calculó, para cada grupo a caracterizar y para cada ámbito estudiado, el porcentaje de elecciones esperable por azar. Se hicieron distintos cálculos porque, a pesar de que a todos los sujetos se les pidió que seleccionasen siempre 4 adjetivos de cada ámbito, el número de elecciones por persona fue variable. Después, se obtuvo el porcentaje mínimo de elecciones a partir del cual un adjetivo pasaría a formar parte del estereo-

tipo que define a un grupo dentro de cada ámbito. Este porcentaje mínimo se obtiene despejando 'p' de la siguiente fórmula (Clemente, 1992):

$$Z = \frac{P - P_o}{\sqrt{\frac{P_o * (1 - P_o)}{NAT}}}$$

donde,

Z = puntuación típica que se escoge para el nivel de confianza elegido. (95 por ciento unilateral derecho, Z=1.6454)

p = proporción a determinar, que sería la que para la Z elegida implica diferenciarse del azar

P_o = proporción esperable al azar

NAT = número de atribuciones o de elecciones totales

En las tablas 2 a 7 se presenta la información que hemos considerado más significativa: por un lado, los adjetivos con porcentajes de elección superior al esperable por azar, teniendo en cuenta el género de la persona que lo elige y el género al que el adjetivo se asigna; por otro, se ofrece también una información adicional sobre el número de veces que se ha atribuido un adjetivo cualquiera del ámbito examinado al sexo en cuestión por una persona de uno de los sexos (según cada tabla), el porcentaje de elección esperable por azar para los adjetivos de cada ámbito (según el número de atribuciones reales y totales) y, por último, el porcentaje mínimo por el que el adjetivo, según la fórmula anterior, presentaría un nivel de atribución superior al que se espera por azar.

Como se puede apreciar en las tablas (tablas 2 a 7), se constata la existencia de estereotipos sexuales dentro de cada uno de los ámbitos. En efecto, los/as sujetos de la muestra atribuyen, de modo estadísticamente significativo, unos adjetivos en mayor proporción que otros a cada uno de los dos géneros. Se aprecia también un mayor grado de acuerdo a la hora de caracterizar a las chicas, ya que, en general, los porcentajes de elecciones de los adjetivos que definen a éstas son superiores a los de los chicos.

Por otro lado, se constata que existen claras diferencias entre los estereotipos de chicas y chicos ya que sólo tres adjetivos (observador/a, racional y participativo/a) de los 25 elegidos aparece en la descripción de ambos grupos.

TABLA 2

| Adjetivos más utilizados por <u>todos/as los/as</u> sujetos para definir a las <u>chicas</u> en el <u>ámbito afectivo</u> | | Adjetivos más utilizados por <u>todos/as los/as</u> sujetos para definir a los <u>chicos</u> en el <u>ámbito afectivo</u> | |
|--|------|--|------|
| Adjetivos | % | Adjetivos | % |
| Sensibles | 81.2 | Autónomos | 64 |
| Tiernas | 77.5 | Dominadores | 61.7 |
| Deseosas de agradar | 45.9 | Espontáneos | 60.8 |
| <u>Información adicional:</u> Nº de atribuciones total: 1713 % de atribución esperable al azar: 39.2 % mínimo significativo (p<.05): 41.1 | | <u>Información adicional:</u> Nº de atribuciones total: 1701 % de atribución esperable al azar: 39 % mínimo significativo (p<.05): 41 | |

TABLA 3

TABLA 4

| Adjetivos más utilizados por <u>todos/as los/as</u> sujetos para definir a las <u>chicas</u> en el <u>ámbito cognitivo</u> | | Adjetivos más utilizados por <u>todos/as los/as</u> sujetos para definir a los <u>chicos</u> en el <u>ámbito cognitivo</u> | |
|--|------|--|------|
| Adjetivos | % | Adjetivos | % |
| Observadoras | 60 | Instintivos | 49.7 |
| Constantes en el trabajo | 55.1 | Racionales | 48.3 |
| Curiosas | 48.1 | Metódicos | 42.3 |
| Racionales | 46.9 | Observadores | 40.7 |
| Creativas | 46.5 | | |
| Reflexivas | 44.6 | | |
| <u>Información adicional:</u> Nº de atribuciones totales: 1734 % de atribución esperable al azar: 39.6 % mínimo significativo (p<.05): 41.5 | | <u>Información adicional:</u> Nº de atribuciones totales: 1694 % de atribución esperable al azar: 38.8 % mínimo significativo (p<.05): 40.7 | |

TABLA 5

TABLA 6

| Adjetivos más utilizados por <u>todos/as los/as</u> sujetos para definir a las <u>chicas</u> en el <u>ámbito de roles en el aula</u> | | Adjetivos más utilizados por <u>todos/as los/as</u> sujetos para definir a los <u>chicos</u> en el <u>ámbito de roles en el aula</u> | |
|--|------|--|------|
| Adjetivos | % | Adjetivos | % |
| Responsables | 83.6 | Participativos | 55.3 |
| Cooperadoras | 52.3 | Competitivos | 54.7 |
| Participativas | 48.6 | Iniciativa | 54.4 |
| Respetuosas de las otras personas | 39.2 | Toma de decisiones | 39.9 |
| <u>Información adicional:</u> Nº de atribuciones totales: 1703 % de atribución esperable al azar: 35.7 % mínimo significativo (p<.05): 38 | | <u>Información adicional:</u> Nº de atribuciones totales: 1668 % de atribución esperable al azar: 35 % mínimo significativo (p<.05): 37 | |

TABLA 7

b) Autoestereotipos y heteroestereotipos

Como ya vimos, el autoestereotipo es la imagen que un grupo tiene de sí mismo, mientras que el heteroestereotipo estará formado por los adjetivos más utilizados por todos los demás al describir a ese grupo. En teoría, es de esperar que los adjetivos utilizados en el autoestereotipo tendrán un carácter más positivo que los utilizados en el heteroestereotipo. En este apartado, además de la exposición de los adjetivos más elegidos en los autoestereotipos (tablas 8 a 13) y en los heteroestereotipos (tablas 14 a 19), se realizará un contraste estadístico (χ^2) para determinar si existen diferencias significativas entre los porcentajes de asignación al propio grupo (auto) y al otro grupo (hetero) de algunos adjetivos (tabla 20 y 21).

AUTOESTEREOTIPO

TABLA 8

| Adjetivos más utilizados por las <u>chicas</u> para definir a las <u>chicas</u> en el ámbito <u>afectivo</u> | |
|--|------|
| Adjetivos | % |
| Sensibles | 81.8 |
| Tiernas | 78 |
| Deseosas de agradar | 45.5 |
| Generosas | 42.7 |
| <u>Información adicional:</u> | |
| Nº de atribuciones total: 1434 | |
| % de atribución esperable al azar: | 39.5 |
| % mínimo significativo (p<.05): | 41.1 |

TABLA 9

| Adjetivos más utilizados por los <u>chicos</u> para definir a los <u>chicos</u> en el ámbito <u>afectivo</u> | |
|--|------|
| Adjetivos | % |
| Espontáneos | 61.2 |
| Dominadores | 56.7 |
| Autónomos | 55.2 |
| Seguros | 52.2 |
| <u>Información adicional:</u> | |
| Nº de atribuciones total: 264 | |
| % de atribución esperable al azar: | 39.4 |
| % mínimo significativo (p<.05): | 44.3 |

TABLA 10

| Adjetivos más utilizados por las <u>chicas</u> para definir a las <u>chicas</u> en el ámbito <u>cognitivo</u> | |
|---|------|
| Adjetivos | % |
| Observadoras | 61 |
| Constantes en el trabajo | 54.9 |
| Creativas | 50 |
| Racionales | 46.4 |
| Reflexivas | 46.4 |
| Curiosa | 45.3 |
| <u>Información adicional:</u> | |
| Nº de atribuciones totales: 1449 | |
| % de atribución esperable al azar: | 39.8 |
| % mínimo significativo (p<.05): | 42 |

TABLA 11

| Adjetivos más utilizados por los <u>chicos</u> para definir a los <u>chicos</u> en el ámbito <u>cognitivo</u> | |
|---|------|
| Adjetivos | % |
| Racionales | 55.2 |
| Instintivos | 50.7 |
| Creativos | 49.3 |
| <u>Información adicional:</u> | |
| Nº de atribuciones totales: | 260 |
| % de atribución esperable al azar: | 38.8 |
| % mínimo significativo (p<.05): | 43.8 |

TABLA 12

| Adjetivos más utilizados por las <u>chicas</u> para definir a las <u>chicas</u> en el ámbito de <u>roles en el aula</u> | |
|--|------|
| Adjetivos | % |
| Responsables | 85.9 |
| Cooperadoras | 50.8 |
| Participativas | 48.9 |
| Respetuosas de las otras personas | 40.9 |
| <u>Información adicional:</u> Nº de atribuciones totales: 1427 % de atribución esperable al azar: 35.9 % mínimo significativo (p<.05): 38 | |

TABLA 13

| Adjetivos más utilizados por los <u>chicos</u> para definir a los <u>chicos</u> en el ámbito de <u>roles en el aula</u> | |
|---|------|
| Adjetivos | % |
| Iniciativa | 53 |
| Competitivos | 50 |
| Cooperadores | 50 |
| Toma de decisiones | 48.5 |
| <u>Información adicional:</u> Nº de atribuciones totales: 254 % de atribución esperable al azar: 34.9 % mínimo significativo (p<.05): 39.8 | |

HETEROESTEREOTIPO

TABLA 14

| Adjetivos más utilizados por los <u>chicos</u> para definir a las <u>chicas</u> en el ámbito <u>afectivo</u> | |
|---|------|
| Adjetivos | % |
| Sensibles | 79.1 |
| Tiernas | 74.6 |
| Deseosas de agradar | 46.3 |
| <u>Información adicional:</u> Nº de atribuciones total: 255 % de atribución esperable al azar: 38 % mínimo significativo (p<.05): 43 | |

TABLA 15

| Adjetivos más utilizados por las <u>chicas</u> para definir a los <u>chicos</u> en el ámbito <u>afectivo</u> | |
|--|------|
| Adjetivos | % |
| Autónomos | 65.8 |
| Dominadores | 62.5 |
| Espontáneos | 60.6 |
| Seguros | 58.1 |
| <u>Información adicional:</u> Nº de atribuciones total: 1417 % de atribución esperable al azar: 39 % mínimo significativo (p<.05): 41.1 | |

TABLA 16

| Adjetivos más utilizados por los <u>chicos</u> para definir a las <u>chicas</u> en el ámbito <u>cognitivo</u> | |
|---|------|
| Adjetivos | % |
| Curiosas | 62.7 |
| Constantes en el trabajo | 56.7 |
| Observadoras | 56.7 |
| Racionales | 47.8 |
| <u>Información adicional:</u> Nº de atribuciones totales: 261 % de atribución esperable al azar: 38.9 % mínimo significativo (p<.05): 44 | |

TABLA 17

| Adjetivos más utilizados por las <u>chicas</u> para definir a los <u>chicos</u> en el ámbito <u>cognitivo</u> | |
|--|------|
| Adjetivos | % |
| Instintivos | 49.5 |
| Racionales | 47.3 |
| Metódicos | 44.8 |
| Observadores | 40.9 |
| <u>Información adicional:</u> Nº de atribuciones totales: 1406 % de atribución esperable al azar: 38.7 % mínimo significativo (p<.05): 40.8 | |

TABLA 18

| Adjetivos más utilizados por los chicos para definir a las chicas en el ámbito de roles en el aula | | Adjetivos más utilizados por las chicas para definir a los chicos en el ámbito de roles en el aula | |
|--|------|--|------|
| Adjetivos | % | Adjetivos | % |
| Responsables | 71.2 | Participativos | 57.7 |
| Cooperadoras | 60.6 | Competitivos | 55.8 |
| Participativas | 43.9 | Iniciativa | 54.1 |
| | | Toma de decisiones | 38.7 |
| <u>Información adicional:</u> | | <u>Información adicional:</u> | |
| Nº de atribuciones totales: 252 | | Nº de atribuciones totales: 1390 | |
| % de atribución esperable al azar: 34.6 | | % de atribución esperable al azar: 35 | |
| % mínimo significativo (p<.05): 39.5 | | % mínimo significativo (p<.05): 37.1 | |

TABLA 19

TABLA 20

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS ENTRE EL AUTOESTEREOTIPO Y EL HETEROESTEREOTIPO DE LAS CHICAS

1. Adjetivos más aplicados a las chicas por los chicos (hetero) que por ellas mismas (auto)

| Ámbito | Adjetivos | Auto | Hetero | χ^2 | <i>p</i> |
|-----------|-----------|------|--------|----------|----------|
| Cognitivo | Curiosas | 45.3 | 62.7 | 6.82 | .008 |

2. Adjetivos más aplicados a las chicas por ellas mismas (auto) que por los chicos (hetero)

| Ámbito | Adjetivos | Auto | Hetero | χ^2 | <i>p</i> |
|-----------|-----------------|------|--------|----------|----------|
| Cognitivo | Creativas | 50 | 29.9 | 9.22 | .002 |
| Roles | Responsabilidad | 85.9 | 71.2 | 8.81 | .002 |

TABLA 21

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS ENTRE EL AUTOESTEREOTIPO Y EL HETEROESTEREOTIPO DE LOS CHICOS

1. Adjetivos más aplicados a los chicos por las chicas (hetero) que por ellos mismos (auto)

| Ámbito | Adjetivos | Auto | Hetero | χ^2 | <i>p</i> |
|-----------|---------------|------|--------|----------|----------|
| Cognitivo | Metódico | 31.3 | 44.8 | 4.17 | .041 |
| Roles | Participación | 39.4 | 57.7 | 7.58 | .005 |

2. Adjetivos más aplicados a los chicos por ellos mismos (auto) que por las chicas (hetero)

| Ámbito | Adjetivos | Auto | Hetero | χ^2 | <i>p</i> |
|-----------|--------------|------|--------|----------|----------|
| Cognitivo | Creativos | 49.3 | 35.4 | 4.60 | .031 |
| Roles | Cooperadores | 50 | 35.9 | 4.69 | .030 |

A pesar de no existir grandes diferencias entre auto y heteroestereotipo, sí merecen destacarse ciertas apreciaciones. En el ámbito afectivo coinciden las dos caracterizaciones de chicos y chicas, salvo que éstas se definen a sí mismas como *generosas* (45.7%), mientras que el porcentaje de elecciones de este adjetivo entre los chicos no supera el mínimo significativo (32.8%). De cualquier modo, la diferencia entre ambos porcentajes no llega a ser estadísticamente significativa. Los adjetivos utilizados para definir a los chicos son los mismos, sólo cambia el orden: los chicos se definen en primer lugar como *espontáneos*, mientras que las chicas creen que, sobre todo, son *autónomos*.

Las diferencias encontradas entre auto y heteroestereotipo son más acusadas y significativas en el ámbito cognitivo. En este ámbito, las chicas se describen a sí mismas como observadoras (en primer lugar) y como creativas y reflexivas, entre otros adjetivos. Los chicos, sin embargo, las ven, básicamente, como *curiosas* (las diferencias entre los porcentajes de elección son significativas), y no creen que sean *creativas* (diferencias significativas), ni *reflexivas* (diferencias significativas). En cuanto a los chicos, ellos creen que son, sobre todo, *racionales* y, además, *creativos*. Las chicas, por contra, piensan que son, más que nada, *instintivos* y los definen también como *observadores* y *metódicos* (existiendo diferencias significativas entre los porcentajes en este último caso). Además, desaparece de su definición de los chicos el adjetivo *creativo* (diferencias significativas).

En el ámbito de roles en el aula, las diferencias vuelven a ser escasas: únicamente desaparece un adjetivo en la definición de las chicas y se intercambian dos adjetivos en la definición de los chicos. Las chicas se consideran a sí mismas, entre otras cosas, *respetuosas con las otras personas*, calificación que desaparece cuando los que opinan son chicos (aunque la diferencia entre los porcentajes no llega a ser significativa). Por otro lado, los chicos se definen a sí mismos como *cooperadores*, consideración que desaparece en la opinión de las chicas (diferencias significativas), ya que éstas los definen como *participativos*, adjetivo que no utilizan en su propia definición los chicos (diferencias significativas). Finalmente, comentar que, aunque aparece en ambos casos, el porcentaje de sujetos que definen a las chicas como *responsables* es diferente (significativamente) si quienes opinan son ellas mismas (85.9) o son los chicos (71.2).

En relación con nuestros objetivos a y b, podemos decir que se comprueba la existencia de estereotipos sexuales dentro de los ámbitos cognitivo, socio-afectivo y de roles y relaciones en el aula, ya que hay una serie de adjetivos que son significativamente más elegidos que otros para definir a chicas y chicos. Además, se constata la diferencia, aunque mínima, entre auto y heteroestereotipos. Los adjetivos utilizados en el autoestereotipo suelen ser más en número y de un carácter más positivo que los utilizados en el heteroestereotipo.

c) Análisis de Correspondencias Múltiples

Tras la aplicación del ACM a las variables de estudio se retienen los dos primeros factores por considerar que son los más significativos y por contener el resto de factores información redundante. El segundo de los factores retenidos, además de aportar nuevas características (adjetivos) que no aparecen en el primero, nos ofrece

una información cuyo significado nos parece especialmente interesante. Como veremos a continuación, nos informa de la existencia de una opinión *contraestereotipada*, mostrando la aplicación del estereotipo del factor I en sentido contrario, es decir, las características que en el primer factor se asocian al sexo femenino, aquí aparecen asociadas al sexo masculino y viceversa.

Factor 1: Estereotipia

Este primer factor está formado por los principales adjetivos que previamente hemos visto que daban lugar a los distintos estereotipos. En él aparecen claramente dos polos bien definidos: un polo positivo de estereotipia y otro de no estereotipia (figura 1). En el polo positivo, aparecen caracterizados como típicamente ‘femeninos’ la responsabilidad, la sensibilidad, la reflexión, la racionalidad, la aportación de ideas y el respeto a otras personas. A este polo se asocian adjetivos definidos como masculinos como son la autonomía, la efectividad en la tarea, la cooperación, la competitividad y la resolución de problemas.

El polo opuesto se caracteriza por la asociación de un carácter neutro a los adjetivos, apareciendo las modalidades de respuesta ‘DE AMBOS’ y ‘DE NINGUNO’ respecto a adjetivos como la responsabilidad, la ternura, la sensibilidad, el deseo de agradar, la espontaneidad, la cooperación, efectividad en la tarea, la aportación de ideas y la competitividad.

Como se puede apreciar, los mismos adjetivos se sitúan en los dos polos, teniendo en el polo positivo un carácter marcadamente estereotipado, al ser asignados a chicas o chicos preferentemente, mientras que en el otro polo tienen un carácter neutro: los

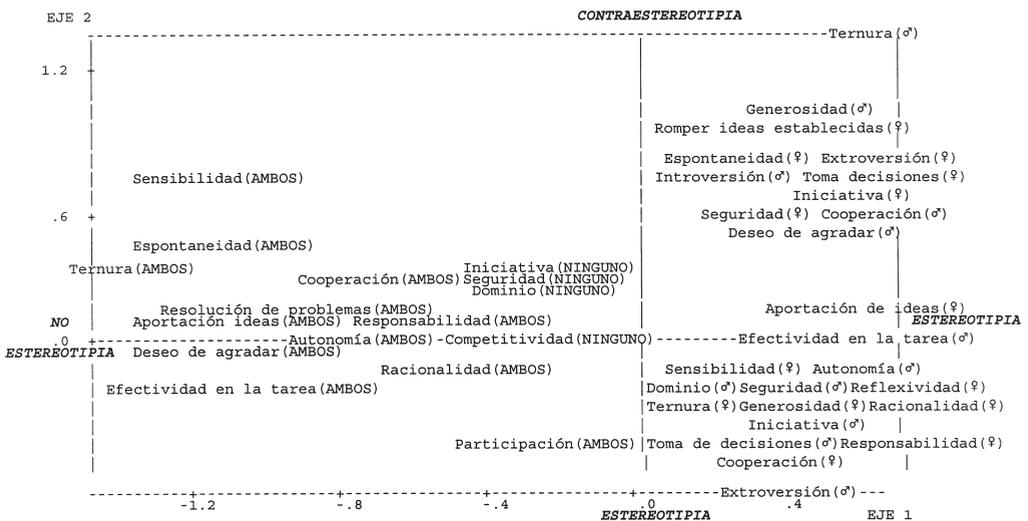


Figura 1
Proyección de las modalidades activas sobre el plano formado por los factores 1 y 2

adjetivos se asignan a ambos por igual o a ninguno de ellos. Ninguna de las características sociodemográficas de la muestra se asocia a ninguno de los polos de este factor.

Factor 2: Contraestereotipia

Este factor está formado básicamente por adjetivos del ámbito afectivo y de las relaciones en el aula, teniendo escasa presencia y relevancia los adjetivos del ámbito cognitivo. Obtendrán elevadas puntuaciones en este factor aquellos/as sujetos que tienen una concepción contraestereotipada (en el sentido de que se intercambian los adjetivos anteriormente definidos como «femeninos» para los hombres y los «masculinos» para las mujeres) de las características que definen a hombres y mujeres; a su vez, obtendrán bajas puntuaciones los sujetos estereotipados.

En el polo positivo se definen como masculinos la generosidad, la ternura, la ternura, la introversión, el respeto a otras personas y el deseo de agradar. Aparecen además, definidos como femeninos, la extroversión, la espontaneidad, la iniciativa, la toma de decisiones y el romper con las ideas establecidas. A este polo se asocian las edades más elevadas (23 o más años) y la especialidad de psicopedagogía, si bien esta asociación es de carácter débil.

El polo opuesto presenta los mismos adjetivos pero caracterizando al grupo opuesto al descrito en el polo positivo. En este caso, se definen como femeninos la ternura, la cooperación, la sensibilidad, el respeto a otras personas y la responsabilidad. Son definidos como típicamente masculinos la iniciativa, la extroversión, la toma de decisiones, la espontaneidad y el dominio. A este polo del factor se asocian las edades más jóvenes (15-17 años) y el nivel de estudios de enseñanzas medias, siendo esta asociación débil aunque mayor que en el polo anterior.

Así pues, como se ha podido comprobar (y como era lógico, por otro lado) las estereotipias definidas en los distintos ámbitos están interrelacionadas entre sí. Por ejemplo, vemos como se asocian entre sí adjetivos que estaban incluidos en las estereotipias de distintos ámbitos al definir a las chicas; éstas, tanto en el primer como en el segundo factor, aparecen definidas como sensibles (afectivo), reflexivas y racionales (cognitivo) y responsables (roles en el aula).

d) Análisis de agrupaciones

Partiendo de la información contenida en los dos factores retenidos, se realizó un *cluster analysis* para identificar el número de clases que se pueden formar en la muestra, según sus respuestas al cuestionario. Las salidas del programa informático (figura 2) y la interpretación de las clases resultantes, aconsejan que finalmente se retenga una tipología de sujetos dividida en tres clases o grupos: el primer grupo está formado por 108 sujetos (25% del total), la segunda clase la componen 120 sujetos (27%) y la tercera engloba al 48% del total de sujetos (209 sujetos).

Clase 1: Sujetos no estereotipado/as:

Esta primera clase resultante está formada por sujetos que no asignan claramente ninguno de los adjetivos a ninguno de los sexos, como se aprecia en la figura 3, donde aparece representada en el polo de neutralidad. Así, este alumnado piensa que la responsabilidad, el deseo de agradar, la aportación de ideas, la ternura, la efectividad en la tarea, la constancia en el trabajo o la racionalidad son características que adornan por igual a chicos y a chicas. Por contra, creen que ni la competitividad, ni la iniciativa, ni la toma de decisiones, ni el dominio o la extroversión, son características propias y definitorias de ninguno de los dos sexos.

Los alumnos que forman parte de este grupo no se distinguen, significativamente, del resto de alumnos en función de ninguna variable sociodemográfica.

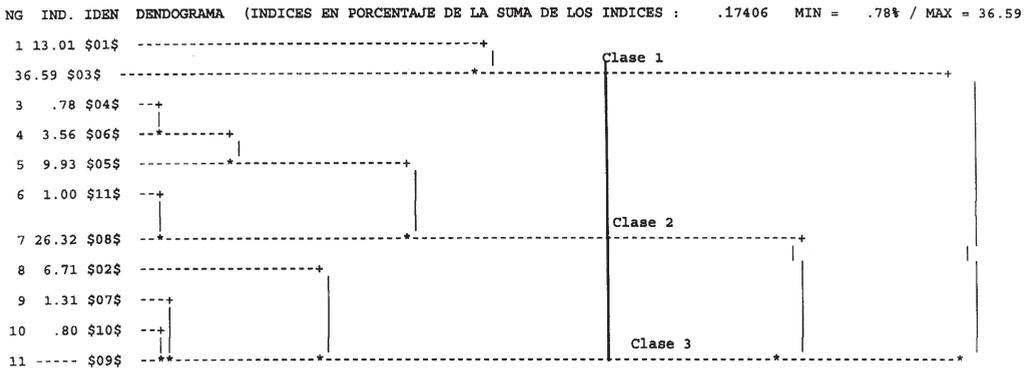


Figura 2
Dendrograma (representación de la sucesivas agrupaciones de las clases)

Clase 2: Sujetos contraestereotipado/as

Esta agrupación de sujetos, que se localiza en el extremo superior derecho de la figura 3, está formada por sujetos con una concepción contraestereotipada de los atributos que definen a uno y otro sexo, ya que, en general, van en contra de la definición tradicional de los sexos. Para estos/as sujetos, los chicos suelen ser generosos, cooperadores, tiernos, deseosos de agradar, respetuosos con las otras personas e introvertidos. A su vez, las chicas suelen tomar la iniciativa, toman decisiones, son espontáneas, extrovertidas, dominadoras y autónomas. En este caso, tampoco aparece asociada a esta clasificación ninguna variable sociodemográfica.

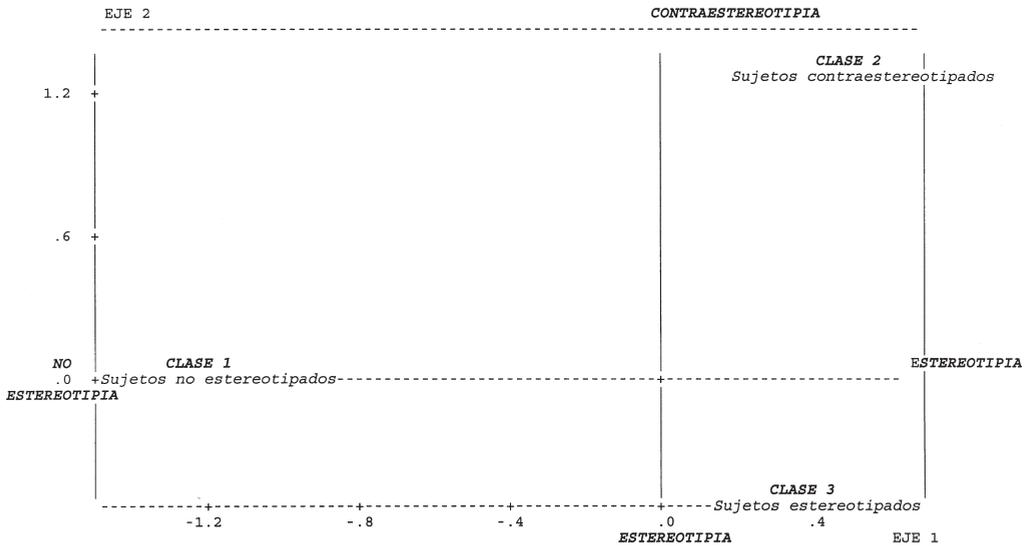


Figura 3

Proyección de las clases sobre el plano formado por los factores 1 y 2

Clase 3: Sujetos estereotipado/as

Esta clase, la más mayoritaria, se sitúa en el polo inferior derecho de la figura 3 y está integrada por sujetos que asignan a chicos y a chicas adjetivos claramente estereotipados. Para estos/as alumnos/as las chicas se caracterizan por la ternura, la cooperación, el respeto a las otras personas, la responsabilidad, la generosidad y la sensibilidad. Los chicos son definidos como personas que toman la iniciativa, toman decisiones, son autónomos, competitivos, dominadores, extrovertidos y seguros.

CONCLUSIONES

Como conclusiones principales de lo que hemos presentado en las páginas precedentes, nos gustaría señalar las siguientes:

En primer lugar, creemos que nuestro trabajo pone de manifiesto la existencia de estereotipos sexistas, tal y como concluyen otros estudios de investigación presentados en la introducción de este artículo. El análisis de porcentajes realizado evidencia una imagen femenina asociada a la sensibilidad y la ternura, el deseo de agradar, la responsabilidad, la observación, la constancia... Esta visión de la mujer está en consonancia con el papel social asignado a ella, papel que para diferentes autores y autoras (entre otros/as, Cremades et al., 1991; Sau, 1996; Tomé, 1996; Urruzola, 1996; etc.) se circunscribe a la «esfera privada» (el hogar, la familia). Así, su relación con los/as niños/as, el cuidado del hogar, los trabajos que realizan... han llevado a un mayor

desarrollo de la capacidad de dar y recibir afecto, de la ternura, la responsabilidad, la comprensión, la empatía, etc. Los resultados de nuestro estudio reflejan que nuestro alumnado ha caracterizado al sexo femenino de acuerdo con este tópico, resaltando de la mujer, siempre o casi siempre, cualidades que están claramente dentro de él.

Sin embargo, los adjetivos que la muestra ha elegido para caracterizar al sexo masculino (autónomos, dominadores, seguros de sí mismos, competitivos... toman decisiones, llevan la iniciativa...) nos sugieren una imagen de este sexo menos inhibida socialmente, más independiente y con cualidades asociadas al liderazgo y a su desenvolvimiento en la «esfera pública».

En segundo lugar, queremos destacar que los estereotipos no se circunscriben a ninguno de los tres ámbitos analizados (cognitivo, socio-afectivo y de roles y relaciones en el aula). Como se ha podido comprobar, a través del ACM, las opiniones estereotipadas sobre el hombre y la mujer —agrupadas en los dos factores retenidos— se componen de atributos procedentes de las tres dimensiones. Ello nos indica que se diferencia al hombre y a la mujer no sólo en el terreno afectivo, sino también en el cognitivo y en los roles que se desempeñan en el entorno educativo.

Otra cuestión que nos llama la atención es la escasa diferencia encontrada entre los autoestereotipos y los heteroestereotipos. Como hemos podido comprobar, los chicos y las chicas se perciben a sí mismos/as en forma muy semejante a como lo hace el otro sexo. Asimismo, en el *cluster analysis* no se han encontrado variables sociodemográficas asociadas a ninguna de las agrupaciones realizadas. Tan sólo el ACM mostraba una débil asociación con la edad en el factor de *contraestereotipia*, lo cual nos parece indicar que los/as sujetos más jóvenes presentan una mayor tendencia a la *estereotipia*, si bien no se observa tan claramente la asociación entre los/as sujetos de mayor edad y la *contraestereotipia*.

Las semejanzas entre autoestereotipos y heteroestereotipos y la independencia de los resultados de las variables sociodemográficas consideradas es, a nuestro modo de ver, un indicador del fuerte arraigo que los estereotipos sexistas tienen en la sociedad, de tal forma que son compartidos por hombres y mujeres, por personas jóvenes y adultas,... impregnando las opiniones de todas las capas sociales.

Por último, merece especial atención el alto porcentaje de personas (casi la mitad) que han sido incluidos en la clase «sujetos estereotipados/as». Si a esto añadimos que la clase «sujetos contraestereotipados/as» (27%) representa a personas que también detentan estereotipos (aunque con un contenido distinto), parece claro que todavía son muchos los prejuicios que se oponen a la igualdad real de ambos géneros. Desde una postura más optimista, la opinión de una cuarta parte de los/as encuestados/as indica que hombres y mujeres son considerados/as iguales, como personas con características que no tienen por qué ser propias y diferenciales de su sexo. Los estudios de Colom (1997) y Hyde (1991) apuntan en esta dirección, al afirmar que los atributos adscritos a uno y otro sexo están experimentando una evolución hacia una mayor similitud de las características de hombres y mujeres.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AUSTIN, S. (1998). *Transactional writing: empowering women and girls to win at mathematics*. Arlington, FL: National Science Foundation.
- BARBERÁ, E. (1991). Análisis de los estereotipos de género. *Investigaciones psicológicas*, 9, 145-165.
- BARTOLOMÉ, M., CABRERA, F., ESPÍN, J.V., MARÍN, M.A., DEL RINCÓN, D. y RODRÍGUEZ, M. (1994). Modelos de investigación en la intervención educativa diferencial. *Revista de Investigación Educativa*, 23, 15-92.
- BATISTA, J.M. y SUREDA, J. (1987). Análisis de correspondencias y técnicas de clasificación: su interés para la clasificación en las ciencias sociales y del comportamiento. *Infancia y Aprendizaje*, 39-40, 171-186.
- BIRKS, L., LAGE, M. y TREGLIA, M. (1998). Comment and reply on The impact of integrating scholarship on women into Introductory Economics. *Journal of Economic Education*, 29 (1), 11-13.
- BONAL, X. (1998). *Las actitudes del profesorado ante la coeducación*. Barcelona: Graó.
- BOYLAN, C. (1996). Quality teaching. Relevant content: catering of all. *Australian Science Teachers Journal*, 42 (1), 59-62.
- BULLOCK, L. (1997). Efficacy of a gender and ethnic equity in science education curriculum for preservice teachers. *Journal of Research in Science Education*, 34 (10), 1019-1038.
- BURNET, N.J. (1997). Gender economics courses in liberal arts colleges. *Journal of Economic Education*, 28 (4), 369-376.
- CLEMENTE, M. (Coord.) (1992). *Psicología social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Eudema Universidad.
- COLOM, J. (1997). Aportaciones al estudio de los estereotipos de género. *Revista de Pedagogía Social*, 15-16, 145-53.
- CREMADES, M.A., RODAS, M.I., SIMÓN, M.E. y SIMÓN, M.N. (1991). *Materiales para coeducar. El comentario de textos: aspectos cautivos*. Madrid: Mare Nostrum.
- DEAUX, K. y LEWIS, L.L. (1984). Structure of gender stereotypes: interrelationships among components and gender labels. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43 (5), 915-928.
- ESPÍN, J.V. y RODRÍGUEZ, M.L. (1996). Análisis de los recursos educativos desde una perspectiva no sexista. Barcelona: Laertes.
- ETXEBERRÍA, J., GARCÍA, E., GIL, J. y RODRÍGUEZ, G. (1995). *Análisis de datos y textos*. Madrid: RA-MA.
- FROUFE, S. (1997). La mujer ante el Tercer Milenio. *Revista de Pedagogía Social*, 15-16, 87-96.
- HYDE, E.S. (1991). *Half the human experience. Psychology of women*. Lexington: D.C. Heath and co.
- LEBART, L., MORINEAU, A. y FENELON, J.P. (1982). *Traitement des données statistiques*. París: Dunod.
- LEBART, L., MORINEAU, A. y WARWICK, J.P. (1994). *Multivariate descriptive statistical analysis*. New York: Wiley.

- MOYA, M.C. (1990). Persistencia y cambio de los estereotipos de género. Ponencia presentada al III Congreso Nacional de Psicología Social.
- MUSITU, G. (1980). El estereotipo masculino y femenino en el contexto socio-cultural valenciano. *Psicológica*, 1, 127-142.
- PADILLA, T. (1998): Formación para la igualdad de oportunidades: Experiencia de inserción de contenidos no sexistas en el currículum universitario. *Actas del II Seminario Andaluz sobre Formación Inicial del Profesorado en Educación no-sexista*, Baeza (Jaén).
- PADILLA, T., MARTÍN, M. MORENO, E. y ROMERO, R. (1997). Detección y análisis de los estereotipos de género en una muestra de estudiantes de enseñanza secundaria y universidad. En H. Salmerón (coord.). *Diagnosticar en educación* (697-703). Granada: FETE-UGT.
- PINTO, T. (1996). Hacia una pedagogía de la igualdad. En AA.VV. *Curso de formación en educación no sexista: el departamento de orientación como impulsor de la transversalidad* (pp. 109-120). Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer.
- RADL, R. (1996). Los procesos de la constitución social de las identidades de género en el contexto de la socialización humana: Bases para un modelo teórico interaccionista. En R. Radl (ed.), *Mujeres e instituciones universitarias en occidente* (15-37). Santiago de Compostela: Universidad.
- ROCHEBLAVE-SPENLÉ, A.M. (1968). *Los roles masculinos y femeninos*. Madrid: Ciencia Nueva.
- SANGRADOR, J.L. (1981). *Estereotipos de las nacionalidades y regiones de España*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- SAU, V. (1996). Construcción de la identidad personal y la influencia del género. En AA.VV. *La coeducación, ¿transversal de las transversales?* (11-20). Vitoria Gasteiz: Emakunde, Instituto Vasco de la Mujer.
- TOMÉ, A. (1996). Incidencia del género en las relaciones interpersonales y el desarrollo de actitudes y valores. En AA.VV. *La coeducación, ¿transversal de las transversales?* (21-46). Vitoria Gasteiz: Emakunde, Instituto Vasco de la Mujer.
- URRUZOLA, M.J. (1996). Redefiniendo los valores: hacia la construcción de una nueva ética. En AA.VV. *Curso de formación en educación no sexista: el departamento de orientación como impulsor de la transversalidad* (pp. 79-97). Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer.