

**CONCIENCIA DE ESTIGMA DE GÉNERO Y AUTOESTIMA EN DOS GRUPOS
DE MUJERES EN LA CIUDAD DE PALMIRA.**

ERIKA JOANA ROMERO SABOGAL

Código: 1052344

UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PALMIRA

INSTITUTO DE PSICOLOGÍA

PALMIRA-VALLE

2015

**CONCIENCIA DE ESTIGMA DE GÉNERO Y AUTOESTIMA EN DOS GRUPOS
DE MUJERES EN LA CIUDAD DE PALMIRA.**

ERIKA JOANA ROMERO SABOGAL

Código: 1052344

Director: JAVIER ALONSO MURILLO MUÑOZ

PhD. en Psicología Social

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE PROFESIONAL EN
PSICOLOGÍA**

UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PALMIRA

INSTITUTO DE PSICOLOGÍA

PALMIRA-VALLE

2015

Dedicación

Este trabajo de grado lo dedico con amor a todas y cada una de las mujeres que trascendieron de una u otra manera en mi vida. Especialmente a mi querida madre, a mis abuelas, tías y amigas, quienes con su inmenso amor y dedicación entregaron día a día -incluso hasta en el último momento- lo mejor de sí a la humanidad.

Para ustedes mujeres, solo tengo palabras de agradecimiento.

Agradecimientos

Agradezco primeramente a Dios por la vida; a mi familia por el apoyo incondicional que me brindan en todo momento. A mis padres por el esfuerzo que han puesto para ayudarme a cumplir este objetivo tan importante en mi academia y mi vida; a mi hermano por sus prudentes aportes para la conclusión del presente estudio.

Del mismo modo quiero agradecer a todas las personas que hicieron posible el alcance de este objetivo, a mi director Javier Alonso Murillo Muñoz por la dedicación y orientación brindada; a Martín Fernando Rentería; a Hernán Palacio, coordinador de la Institución Educativa Cárdenas Centro jornada nocturna; a mis amigos Francisco Leudo, Javier Veloza, Elizabeth Quintero, Daniela Cardona, y a todas las demás personas que colaboraron de una u otra forma, ¡gracias por el apoyo brindado a lo largo de este proceso!

Resumen

El objetivo general de esta investigación es contribuir al estudio de la conciencia del estigma de género estableciendo el tipo de relación de dicha variable con la autoestima desde un acercamiento psicosocial. Este estudio fue llevado a cabo con dos grupos de mujeres distribuidos en una muestra de 140 mujeres universitarias y 120 mujeres no universitarias, con un rango de edad entre los 18 y 39 años, en la ciudad de Palmira. Como instrumentos se emplearon la Escala de conciencia de estigma de género de Pinel (1999) y la Escala de autoestima de Rosenberg (1989). A través de las pruebas realizadas se encontró una correlación negativa no significativa entre ambas variables, y un mayor nivel de conciencia de estigma de género en las mujeres más jóvenes, así como un mayor nivel de autoestima a mayor nivel de estudios y de edad, entre otros resultados.

Palabras clave: Conciencia de Estigma de Género, Autoestima, Mujeres, Universitarias, No Universitarias.

Abstract

The overall objective of this research is to contribute to the study of gender awareness stigma establishing the type of relationship of this variable with self-esteem from a psychosocial approach. This study was conducted with two groups of women distributed in a sample of 140 college women and 120 non-university women, with an age range between 18 and 39, in the city of Palmira. As instruments Scale gender awareness stigma Pinel (1999) and Rosenberg Self-Esteem Scale (1989) they were used. Through tests no significant negative correlation between the two variables, and greater awareness of gender stigma in younger women, and a higher level of self-esteem higher level of education and age, it was between other results.

Keywords: Gender Stigma Awareness , Self-Esteem , Women, University , No University.

Tabla de contenido

Índice	Pág.
Introducción.....	10
Justificación.....	11
Planteamiento del problema.....	13
Pregunta de investigación.....	17
Hipótesis de investigación.....	18
Objetivos.....	19
Objetivo general.....	19
Objetivos específicos.....	19
Antecedentes.....	20
¿Qué es una minoría?.....	20
Las mujeres como una minoría.....	21
Los hombres como mayoría.....	23
Estigma.....	25
Estereotipo.....	26
Prejuicio.....	26
Discriminación.....	27
Estigma de Género.....	32
Conciencia de Estigma.....	37
Conciencia de Estigma de Género.....	38
Autoestima.....	41

Autoestima positiva.....	42
Autoestima negativa.....	43
Autoconcepto.....	46
La relación autoestima-autoconcepto.....	46
Estigma y Autoestima.....	47
Marco Teórico.....	52
Modelo de Ambigüedad Atributiva.....	52
Modelo Rechazo-Identificación (MRI).....	53
Metodología.....	55
Método.....	55
Muestra.....	55
Variables e instrumento.....	57
Procedimiento.....	59
Resultados.....	61
Otros resultados.....	65
Discusión.....	69
Conclusiones.....	77
Conclusiones de otros resultados.....	78
Conclusiones personales.....	78
Recomendaciones.....	80
Referencias Bibliográficas.....	82
Anexos.....	85

“Hasta que no haya igualdad entre los géneros no puede haber un desarrollo sostenible. Es imposible lograr nuestros objetivos si al mismo tiempo discriminamos a la mitad de la raza humana”. Annan, K. (2007) UNICEF

Introducción

Para nadie es un secreto que en nuestra sociedad son muchos los grupos minoritarios que son foco de prejuicios, estigmas y discriminación por parte de miembros de grupos privilegiados, dada su condición desventajosa en las dinámicas sociales. Conocer cuál es el alcance de los estigmas y las repercusiones que conlleva el hecho de pertenecer a un grupo minoritario es uno de los objetivos que se ha trazado la Psicología Social desde mucho tiempo atrás.

En el presente estudio se plantea un abordaje a las mujeres como una minoría social, a pesar de los logros sociales que estas han alcanzado en el proceso de reivindicación de sus derechos. Tales logros no han sido fruto de un trabajo fácil, pues la sociedad occidental aún conserva el modelo tradicional masculino que ubica a las mujeres en desventaja frente a los hombres en los diferentes planos de las relaciones sociales.

Elizabeth Pinel y M. Rosenberg han sido pioneros en el estudio de la conciencia de estigma de género y la autoestima, respectivamente, dejando incluso, instrumentos de medición propuestos para estas variables, que han sido replicadas a nivel mundial en diferentes estudios que se adscriben al campo de la Psicología Social. Ahora bien, es competencia de la presente investigación conocer el nivel de conciencia que tienen dos grupos de mujeres en la ciudad de Palmira sobre su condición estigmatizada y como esta se relaciona con su autoestima.

Justificación

Los prejuicios que un grupo reconocido como mayoría -socialmente hablando- tiene sobre otros reconocidos como minoría, potencian la instauración de estigmas hacia estos últimos -entiéndase por minoría social a todo grupo que carece de poder para la toma de decisiones-. Dichos estigmas tienen a su vez, repercusiones sobre la valoración que los miembros de dichos grupos hacen de sí mismos. La valoración que los grupos dominantes hacen sobre las minorías tiende a interiorizarse por estos e incorpora por tanto, los componentes del estigma a su propia identidad.

Las mujeres son socialmente reconocidas como una minoría, dadas las dinámicas sociales que las ponen en una condición desventajosa frente a los hombres, lo cual se conoce como *desigualdad de género*. Es por ello que para las mujeres, entendidas como miembros de grupos minoritarios, es importante que se realicen estudios que permitan conocer cómo a pesar de los logros que han obtenido en el último siglo la problemática de la desigualdad de género no ha desaparecido, muy por el contrario, se condensa en las dinámicas que se tejen en las relaciones sociales, afectando ,incluso, la conciencia que se tiene del estigma sobre su grupo (género) de pertenencia, y que tiene incidencia en la autovaloración y auto concepto que estas se hacen. Realizar un estudio comparativo entre dos grupos de mujeres, uno de universitarias y otro de no universitarias, permitirá establecer si existen ciertas diferencias en las variables estudiadas entre ambos grupos y si estas se pueden asociar con la oportunidad de acceso a estudios universitarios.

Estudios realizados en otras culturas han permitido establecer la relación entre la conciencia de estigma y la autoestima con diferentes grupos minoritarios como los pobres,

los enfermos, los afro descendientes e incluso, las mujeres. Esta investigación es pertinente desde el plano académico, dado que pretende estudiar la relación entre la conciencia de estigma, entendida como: “las diferentes formas en que los individuos son auto-conscientes de su condición estigmatizada” (Brown & Pinel, 2003, p. 626), de género y la autoestima. Este estudio es pertinente para la sociedad en la medida en que pretende aportar al conocimiento de dicho fenómeno y de esta manera, concienciar a los entes gubernamentales respecto a las implicaciones que tienen los estigmas de género que recaen sobre las mujeres, y como resultado se corresponda un mayor apoyo por parte de aquellos a las políticas gubernamentales en pro de las mujeres.

Para los investigadores es importante incursionar en el estudio de la Conciencia de Estigma de Género en nuestra cultura desde el campo psicosocial, así mismo como su relación con la variable de Autoestima, brindando puertas abiertas para posteriores investigaciones al respecto que permitan generar la construcción de conocimiento científico en un área tan controversial como lo son los estudios de género.

Planteamiento del problema

Un grupo social identificado como una minoría reúne, de acuerdo con Muniz (2011), las siguientes características: primero, una vulnerabilidad legal y social, pues no se encuentra institucionalizada por las normas de orden jurídico y social actual; segundo, su identidad social está en estado naciente, aunque existan desde hace mucho tiempo; tercero, sostienen una lucha contra la hegemonía, su objetivo no es tomar el poder por fuerza de las armas; y cuarto, recurre a estrategias discursivas, mediante acciones demostrativas y simbólicas que se apropian de los recursos informativos públicos (periódicos, revistas, noticias, etc.) como medio de expresión de su lucha. Por lo tanto, se consideran minorías a los negros, los homosexuales, las mujeres, los pueblos indígenas, ambientalistas, anti-neo-liberalistas, etc. (Muniz, 2011), así mismo, a los discapacitados, los enfermos mentales, los niños, los adultos mayores, algunos grupos religiosos, los pobres, etc.

Sin duda alguna, las mujeres han formado parte de aquellos grupos sociales que son reconocidos como minorías, como indica Illán (2005):

A pesar de no tratarse de una minoría social en la acepción más ortodoxa de la expresión, no obstante las mujeres sí han sido consideradas como una minoría en relación a su presencia en los diferentes espacios públicos de las sociedades a lo largo de la historia. Dicha presencia minoritaria femenina en los espacios públicos ha sido fruto de una marginación fáctica que asociaba a la mujer con los espacios privados de la sociedad -el hogar, fundamentalmente, o el convento- (p. 188).

La desigualdad de género se ha visto camuflada en otros asuntos; así encontramos en los diferentes contextos una subvaloración de las mujeres por su condición de género.

A nivel mundial. De acuerdo con el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF, 2007, por sus siglas en inglés), “la mujer compone la mayoría de los pobres del mundo, dos terceras partes de las mujeres conforman la población analfabeta y, junto a los niños y niñas, representan el 80% de las bajas civiles durante los conflictos armados” (p. 10). Existe una menor participación política de la mujer en el mundo; de los 192 países miembros de las Naciones Unidas 14 de los gobernantes de Estado son mujeres frente a 178 gobernantes hombres.

A nivel nacional. Según el Observatorio de Asuntos de Género (OAS), el 51% de la población nacional es mujer, mientras el 49%, hombres. De acuerdo con la Alta Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer (ACPEM), para el año 2012 la participación laboral se expresa en el 75.4% de los hombres, frente al 54.1% de las mujeres cuya brecha de empleo es de 22.3%. Mientras que el desempleo en mujeres es del 13.7%, para los hombres es de 7.8%, y la brecha de desempleo es de 5.9%.

Para el año 2012, de acuerdo con la Base Estadística de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPALSTAT), el tiempo promedio destinado al trabajo remunerado y no remunerado de la población mayor de 15 años, por sexo: las mujeres trabajan un promedio de 20 horas semanales remuneradas y 32 horas semanales no remuneradas; mientras, los hombres trabajan 40 horas semanales remuneradas y 10 horas semanales no remuneradas. Según un informe de CEPALSTAT, para el año 2013 la distribución de la tasa de empleo informal por sexo es de 60.8% mujeres y el 55.2% hombres. Así mismo, para dicho año la población urbana sin ingresos propios por sexo se distribuía mujeres 25.3%, hombres 11.2 %; y en la zona rural la situación fue la siguiente mujeres 38.4% y hombres 10.3%. El 25.3% de las mujeres en las zonas urbanas no tiene

ingresos propios, en contraste con el 11.2% de los hombres, mientras en las zonas rurales del país el 38.4% de las mujeres no cuentan con ingresos propios en comparación con solo el 10.3% de los hombres, las cifras evidencian una situación más desigual en las zonas rurales.

Pese a que en Colombia se instauró, por medio de la Reforma política de 2011, la Ley 1475 que obliga a los partidos políticos a incluir el 30% de sus candidatos a mujeres, de acuerdo a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) para el año 2015 concertados en el año 2000 por la Organización de Naciones Unidas (ONU), el promedio de participación política de las mujeres es del 10%, poco más de la mitad del porcentaje mundial actual (17%), UNICEF, (2007). En el periodo legislativo 2010-2014 el total de mujeres en el Congreso de la República fue de 37, representando el 28% (16% Senado y 12% Cámara de representantes). La participación de las mujeres en gobernaciones es del 9.38%; alcaldías 9.81%; curules de asambleas departamentales 17.94%; consejo 16.08%. Actualmente Colombia cuenta con 2 gobernadoras, 60 diputadas, 1442 concejales y 107 alcaldesas, (ACPEM, 2015).

Estas cifras evidencian el bajo estatus que ocupan las mujeres en la sociedad y son apenas un esbozo de las problemáticas que como miembros de un grupo minoritario vivencian las mujeres desde tiempo atrás.

Ahora bien, conocemos la situación objetiva de las mujeres a nivel mundial y en cada uno de los contextos de la vida social, pero, ¿Qué tan conscientes se encuentran las mujeres de esta cultura al respecto? y ¿Cómo esto puede afectar su autoestima?

Sabemos de antemano que experimentar el estigma por el hecho de poseer un atributo estigmatizado, plantea la posibilidad de ser devaluado, estereotipado, discriminado, rechazado o deshumanizado en las interacciones sociales. En consecuencia, el estigma

representa una amenaza para la imagen deseada y por lo tanto para la autoestima de la persona estigmatizada (Crocker & Major, 1989). Incluso, autores como Major y O'Brien (2005) plantean que el estigma daña la autoestima de los estigmatizados.

En un intento por comprender el alcance del estigma en la relación grupo estigmatizante - grupo estigmatizado Quiles y Morera (2008, citados por Murillo, 2013), indican que

De aceptar que las personas estigmatizadas interiorizan la visión negativa de los otros y por tanto, sus niveles de autoestima habrán de depender de la valoración que se haga de su grupo, esperándose en concreto, según la visión predominante, que los miembros de los grupos estigmatizados, tengan menores niveles de autoestima que los miembros de grupos dominantes” (pp. 70-71).

Es claro que cada cultura es distinta, y que cada individuo vive, siente y significa su realidad de una manera diferente. En este sentido, es posible suponer que la forma en que cada individuo percibe el estigma hacia su grupo y la relación con su autoestima es distinta, incluso, a pesar de su pertenencia a un mismo grupo estigmatizado. Para los miembros de grupos minoritarios, la sospecha o negación de la discriminación en su contra depende, en gran medida, de sus estados internos, pues, se encuentran mayormente predispuestos a percibir la discriminación aquellos miembros de grupos minoritarios que presentan mayores niveles de conciencia de estigma y mayores niveles de identidad grupal (Murillo, 2013). Por ende, cada individuo perteneciente a un grupo estigmatizado percibe el estigma de una forma diferente, de tal manera que la autoestima varía de individuo a individuo. Las personas con alta conciencia de estigma, en comparación con los de baja conciencia de

estigma perciben más discriminación ejercida contra ellos personalmente y pueden dar ejemplos más concretos de casos en los que han sido tratados de una manera perjudicial.

De ahí que la pregunta de investigación para el presente estudio sea:

¿Cuál es la relación entre conciencia de estigma de género y autoestima en dos muestras de mujeres de 18 a 39 años de edad, de la ciudad de Palmira?

En relación con la anterior pregunta se espera a partir del estudio y el análisis de resultados que se cumplan las siguientes hipótesis de investigación:

Hipótesis de investigación

Hipótesis de correlación

La conciencia de estigma de género se relacionará negativamente con la autoestima en las dos muestras de mujeres del presente estudio.

Hipótesis de comparación

Las mujeres “Universitarias” presentan mayor nivel de autoestima que las mujeres “No universitarias”.

Objetivos

Objetivo General.

- Contribuir al estudio de la conciencia de estigma de género y sus implicaciones sobre la autoestima de dos grupos de mujeres: “Universitarias” y “No universitarias”, en la ciudad de Palmira.

Objetivos Específicos.

- Establecer cuál es el nivel de conciencia de estigma de género que tienen las mujeres de la muestra general y de cada una de las sub muestras del estudio.
- Identificar cual es el estado de la autoestima de las mujeres de la muestra.
- Estudiar cuantitativamente la relación entre conciencia de estigma de género y autoestima en las mujeres del estudio.
- Establecer si existen diferencias significativas respecto a estas dos variables (conciencia de estigma de género y autoestima) y su relación, entre los dos grupos de mujeres estudiadas.

Antecedentes

Por considerarlo de importancia central para el abordaje de la temática principal de este estudio, se presentan a continuación varios conceptos, que como los de minoría, mayoría y estereotipos, ayudan a la comprensión de la complejidad del fenómeno a estudiar.

¿Qué es una minoría?

El concepto de minoría es tan amplio que puede ser comprendido desde dos sentidos. Uno cuantitativo, que alude a la menor cantidad de algo; y otro, cualitativo que refiere a todo grupo social –rara vez pequeño en cantidad- que se encuentra en situación de desventaja frente a un grupo mayoritario. En este sentido, y de acuerdo con Osborne (1996), un grupo social es considerado minoritario no por ser menor en número, sino por encontrarse en un estado de ‘menor poder’ en la sociedad, ya sea este poder económico, político, jurídico, etc.

Un grupo minoritario, como lo expresa Wirth (1945, citado por Osborne, 1996) es “cualquier grupo de personas que, a causa de sus características físicas o culturales, se encuentra sometido a una discriminación respecto de los demás miembros de la sociedad en la que vive, recibiendo de ésta un trato diferente e injusto” (p. 79). Son esas características étnicas, religiosas, lingüísticas, físicas, etc., las que hacen a estos grupos diferentes a la

mayoría y le confieren un estatus de minoría; ser diferente a los otros es el factor determinante para ser estigmatizado y por ende vulnerado.

Según Quiles y Leyens (2003), “no son pocos los grupos sociales devaluados (mujeres, inmigrantes, gitanos, enfermos de SIDA) que sufren desventajas sociales y económicas y sobre los que existen una serie de creencias que ayudan a justificar su situación de desigualdad” (p. 123). Entre otros grupos socialmente reconocidos como minoritarios tenemos a los afro descendientes, los pobres, los enfermos físicos y mentales, etc.

El bajo estatus que comparten los miembros de cada uno de estos grupos minoritarios les pone en una posición desigual respecto a los miembros de los grupos mayoritarios. Para estos grupos minoritarios el estatus de menor poder -que le es propio gracias al estigma- plantea la dificultad para intervenir en la toma de decisiones, incluso si estas tienen relación directa con su condición estigmatizada. Lo cual los ubica en una posición desventajosa frente quienes gozan de un mayor estatus de poder, tanto en el ámbito público como el privado en la sociedad.

A continuación, compete hacer referencia a las mujeres como un grupo minoritario objeto del presente estudio.

Las mujeres como una minoría.

A lo largo de la historia las mujeres han sido un pilar fundamental de la sociedad. Diversos colectivos de mujeres alrededor del mundo han propiciado grandes cambios en lo

que atañe a la inclusión de género ante una sociedad tradicionalmente patriarcal. Estos avances hacia una modernización del pensamiento colectivo han logrado una mayor inclusión de las mujeres en la sociedad; y existen diversos autores que basados en lo anterior defendieron la posición de que las mujeres hoy en día no son una minoría; pero, esa no es la postura que se afirma en la presente investigación, por el contrario, las mujeres son minoría porque -entre muchas razones- la desigualdad de género las pone en una condición desventajosa frente a los hombres. De acuerdo con Osborne (1996):

Desde el momento en que consideremos que la pertenencia a su sexo no justifica las desigualdades que podemos observar –en los terrenos laborales, familiares, políticos, de prestigio social, etc.- resulta valido pensar que las mujeres ocupan un estatus minoritario en nuestra sociedad (p. 87).

Dicho estatus minoritario o de menor poder de las mujeres incide en los diferentes contextos en los que estas se desenvuelven e interactúan con los hombres -mayoría hegemónica- y sobre los cuales se dedicará el siguiente apartado. En el ámbito económico y sociopolítico es posible evidenciar que una consecuencia de los estereotipos de género es que las mujeres han estado especialmente infrarrepresentadas en aquellos roles que implican autoridad sobre otras personas con respecto a la toma de decisiones y a la capacidad de decisión sobre los salarios o la promoción en el puesto de trabajo en empresas.

La desigualdad de género se ha convertido en una de las problemáticas sociales a erradicar, es por ello que la Organización de Naciones Unidas (ONU) recalca la necesidad de la autonomía de las mujeres autonomía, pues, según la UNICEF (2007):

Millones de mujeres y niños de todo el mundo siguen careciendo de cualquier tipo de poder y de voz, y no pueden disfrutar plenamente de sus derechos. Las consecuencias negativas de la desigualdad que sufre la mujer repercuten en toda la sociedad” (p. 4).

Arriba se definió lo que es una minoría, así mismo se sustentaron los argumentos que sitúan a la mujer en una condición de minoría frente al hombre desde su estatus de mayoría, socialmente hablando. Es por ello que a continuación se abordan las diferentes dinámicas de poder que se tejen en la interacción social entre hombres y mujeres.

Los hombres como mayoría.

Si bien, el presente estudio toma como objeto de investigación a las mujeres, es menester dedicar este apartado para discutir las diferencias sociales existentes entre los hombres y las mujeres, pues estas diferencias juegan un importante y determinante papel en las dinámicas de poder.

De acuerdo con López y García-Retamero (2007), “Los estereotipos de género se refieren a la descripción de cuáles son las características de hombres y mujeres, pero también conllevan un aspecto prescriptivo sobre qué conductas son apropiadas o no para mujeres y hombres”. (p. 356). Es así como los rasgos, los roles, las ocupaciones, las características físicas y la orientación sexual - componentes de los estereotipos de género -, responden a las preguntas sobre ¿Cómo son los hombres y las mujeres? (carácter descriptivo) y ¿Cómo deberían comportarse hombres y mujeres? (carácter prescriptivo).

Los roles de las mujeres tradicionalmente han estado ligados a su reproducción, a los cuidados de los hijos y las labores del hogar, mientras que los hombres desempeñan roles de poder, competencia y autoridad (López & García-Retamero, 2007). Como si estuviéramos predestinados para ciertas actividades de acuerdo al género, la división tradicional del trabajo se ha asido en la sociedad generación tras generación. Una explicación sobre la desigualdad de derechos se fundamenta en la superioridad otorgada a los hombres a través de la historia por diferentes instituciones como la iglesia, pasando por la medicina, incluso la escuela, en relación a las mujeres. (Cañarte De Mori, 2014). Cabe decir que esto es producto de los estereotipos de género y que los alcances de estos llevan a la desigualdad de derechos y oportunidades así como a la discriminación y la dificultad de la participación política de la mujer en la toma de decisiones.

Existe una falta de reconocimiento sobre las relaciones de género por ser esta una categoría ya establecida. Algunos discursos hegemónicos tradicionales que hacen visibles dichas relaciones sin cuestionarlas aceptan e idealizan los roles y las responsabilidades de cada sexo como opuestos y complementarios; por otra parte, discursos de invisibilización de género arguyen que da lo mismo ser hombre o mujer, porque somos iguales y justifican una igualdad sexual, que desde el punto de vista ético es bueno pero de fondo es completamente difuso, pues ello deriva en el mantenimiento del poder masculino y la desigualdad de género (Truñó, 2007).

Estigma

A continuación se presentan las definiciones de diferentes autores sobre el estigma. Para Marichal y Quiles (2000) “desde un análisis psicosocial el *estigma* se identifica como una marca, señal o signo, manifiesta o no, que hace que el portador de la misma sea incluido en una categoría social hacia cuyos miembros se genera una respuesta negativa” (p. 458), para dichos miembros de minorías cargar durante toda su vida con el peso del estigma se convierte en un calvario y este es mucho más fuerte para aquellos cuya marca es más evidente. Porque, diariamente, en la interacción con los otros estamos intercambiando información sobre el estigma, unas veces esta información se hace más o menos evidente que otras. El individuo estigmatizado puede percibir la fuente potencial de malestar en la interacción y sabe que nosotros percibimos y sabemos que él sabe (Goffman, 1963).

El estigma existe siempre que se rotula, se estereotipa negativamente, se excluye, se discrimina y el bajo estatus co-ocurre en una situación de poder. Por consiguiente, dichas marcas de la estigmatización se asocian con disposiciones, evaluaciones negativas y estereotipos que son bien conocidos entre los miembros de una cultura (Major & O’Brien, 2005). El estigma se concibe pues como una etiqueta, una marca cargada de contenidos de prejuicios sociales que un grupo privilegiado aplica a los miembros de grupos minoritarios en la estructura social y de esta manera se adhiere a la identidad del estigmatizado de manera imperceptible.

Goffman, desarrolló uno de los trabajos más exhaustivos sobre el estigma. En 1963 en su obra “*Estigma. La identidad deteriorada*” aborda las respuestas cognitivas, afectivas y conductuales hacia los estigmatizados a través de conceptos como identidad social y

personal, sentimiento de ambivalencia y estrategias de auto presentación de los estigmatizados. Estos planteamientos son recogidos por Gómez (2007), quien alude a

La concepción tripartita, la cual indica que las actitudes, en este caso hacia el sujeto estigmatizado constan de tres componentes: cognitivo, afectivo y conductual; donde el estereotipo o parte cognitiva, vendría siendo el conjunto de creencias sobre las características que se le asignan a un grupo; el afecto o la evaluación sería el prejuicio y el comportamiento sería la discriminación (p. 218).

Tenemos pues que los tres componentes de las actitudes frente al estigma se soportan en los estereotipos, los prejuicios y la discriminación (componentes cognitivo, afectivo y conductual, respectivamente), dichos conceptos se definen de la siguiente manera:

Estereotipo. Por estereotipo se concibe de acuerdo con Cañarte De Mori (2014) a “una idea aceptada por un grupo de personas o una sociedad, es decir que al igual que las leyes, las organizaciones y el idioma, es electo por medio de un consenso social. La problemática que esto genera es que aquellos consensos fueron designados por la mayoría en poder. En consecuencia, la desventaja que las minorías han sufrido por años se ha vuelto la lucha para volverse una voz partícipe” (p. 18). Los estereotipos comprenden desde características físicas, roles, creencias, conductas, entre otros, que han sido socialmente aceptadas como inmutables.

Prejuicio. Según Allport, 1954 (como se citó en Molero, 2007^a) el prejuicio es “una actitud hostil o desconfiada hacia una persona que pertenece a un grupo, simplemente debido a su pertenencia a dicho grupo” (p. 592). Los prejuicios como la misma palabra lo

indica son juicios u opiniones acerca de algo o alguien que se realizan a priori, generalmente de carácter negativo y que conllevan a la discriminación. Los prejuicios pueden ser sociales o raciales, por ejemplo, prejuicios de género y de etnia, respectivamente.

Discriminación. Es brindar un trato diferente a un individuo o grupo de personas por motivos improcedentes como su origen racial, sexo, nivel socioeconómico, etc., y este tipo de comportamientos dirigidos hacia grupos vulnerables -por lo general- implican el rechazo y en ciertos casos la exclusión social de estos en los diferentes contextos.

Así pues, los estereotipos, los prejuicios y la discriminación componen un entramado social denominado actitud, que se expresa en mayor medida en dirección estigmatizante-estigmatizado, y que de acuerdo con Molero (2007^a) es preciso comprender la posición del estigmatizado en dirección hacia su estigmatizante.

Goffman (1963) estableció tres categorías de estigma: físicos, psicológicos, y socio-culturales. Su teoría taxonómica del estigma nos indica que no hay una única etiqueta de estigma, las personas estigmatizadas se diferencian entre sí por la naturaleza de la etiqueta, Goffman, 1963 (como se citó en Marichal & Quiles, 2000) lo indican son: física: minusválidos, ciegos, jorobados; de carácter o personalidad defectuosa: homosexualidad, desórdenes mentales, delincuentes; o tribales: por sus atributos raciales, religiosos y de nacionalidad (p. 459). Siguiendo esta idea tenemos que las conductas de discriminación y marginación hacia los estigmatizados no se deben a la marca en sí misma que los estigmatiza, sino, a la naturaleza de esta marca y al sistema categorial que se emplee.

Dicha categorización social se explica desde un sistema taxonómico flexible, es decir, que los sujetos estigmatizados forman parte de las distintas categorías propuestas y comparten aspectos de las otras categorías en menor medida, que a su vez forman parte de una categoría mayor que vienen a ser los estigmas (Marichal & Quiles, 2000).

Entre algunos ejemplos encontramos las subcategorías del estigma, establecidas por Goffman así:

Los estigmas categorizados como físicos tienen en común aspectos como apariencia física (ancianos, feos, flacos...) deficiencia física y mental (ciegos, cojos, síndrome de Down...) alteraciones orgánicas (obesos, enanos...) y enfermedades (leprosos, cancerosos) y estos rasgos físicos hacen que se diferencien de las otras categorías como por ejemplo los estigmas socioculturales que se definen por rasgos de etnia o procedencia geográfica (negros, gitanos...) comportamiento desviado (drogadicto, prostituta...) características religiosas (mormones, testigos de Jehová ...) víctimas de conductas desviadas (mujeres violadas, mujeres maltratadas...) y víctimas de las desigualdades sociales (analfabetos, mendigos...) y estos se diferencian de los psicológicos que se distinguen únicamente por su alteración mental (locos, depresivos...), (Marichal & Quiles 2000, p. 464).

Con esta descripción de las categorías, según la naturaleza del estigma, se pretende más allá de mostrar una jerarquía entre estigmas, poder evidenciar su relación. Pues, el sujeto estigmatizado puede reconocer el estigma, dado que, algunas características personales pueden influir sobre la percepción de prejuicio de estigma: primero, la sensibilidad al estigma; segundo, la identificación con el grupo; tercero la identificación con el dominio grupo estigmatizado; y la cuarta son las metas y los dominios de protección del autoestima, de creer en un mundo justo (Major & O'Brien, 2005).

Por consiguiente, cabe decir que los estigmatizados y los no estigmatizados reaccionan de forma diferente ante las mismas situaciones, porque difieren en sus situaciones colectivas. Por ejemplo: los miembros de una minoría son más dados a percibir discriminación contra su grupo que contra ellos mismos (Murillo, 2013) pues, su grado de identificación con el grupo minoritario juega un importante papel a la hora de percibir la discriminación dada por el estigma.

En cuanto a los “Mecanismos de estigmatización” según Major y O’Brien (2005) se describen cuatro mecanismos por los cuales el estigma afecta al estigmatizado:

- a) Trato negativo y discriminación directa: limitando el acceso a dominios importantes en la vida, por lo que se afecta el estatus social, el bienestar psicológico y la salud física del estigmatizado.
- b) Procesos de confirmación de las expectativas: para afectarse el estigmatizado por las profecías de auto-cumplimiento.
- c) Por activación automática de los estereotipos: los estereotipos culturales dominantes de los grupos son ampliamente conocidos y pueden afectar la conducta en ausencia de discriminación o de otras personas.
- d) El estigma como una amenaza a la identidad: los efectos del estigma son mediados por la comprensión de las víctimas, de cómo otros los ven a ellos, sus interpretaciones del contexto social y sus motivos y metas” (p. 399).

Estos procesos de identidad individual y social se pueden ver amenazados por las situaciones que devalúan a un grupo. Es por ello que la persona estigmatizada puede ajustar su concepto de sí mismo para estar alineados con las creencias estereotipadas del perceptor (Crocker & García, 2006), lo que conlleva, en cierta medida, a que se de lo que conocemos

con el nombre de predicciones auto-cumplidas. Pues, los prejuicios que contiene el estigma se encuentran en las representaciones sociales que nos hacemos de los diferentes grupos minoritarios.

Respecto a la asociación entre los individuos estigmatizados Goffman (1963) expresa que “un conjunto de individuos de quienes la persona estigmatizada puede esperar cierto apoyo, aquellos que comparten su estigma, en virtud de lo cual son definidos y se definen a sí mismos como sus iguales” (p. 31). Esta tendencia del ser humano a agruparse nos indica una identificación con el grupo que ha pasado por el estigma. Sabemos de antemano que experimentar el estigma por el hecho de poseer un atributo estigmatizado, plantea la posibilidad de ser devaluado, estereotipado, discriminado, rechazado o deshumanizado en las interacciones sociales. En consecuencia, el estigma representa una amenaza para la imagen deseada y, por lo tanto, para la autoestima de la persona estigmatizada (Crocker & Major, 1989).

Si bien, Goffman ha sido el pionero de los estudios sobre el estigma, también encontramos otros autores que han desarrollado estudios sobre dicha temática. Entre estos autores tenemos, por ejemplo, a Marichal y Quiles (2000), quienes desarrollaron un estudio con 169 estudiantes de ambos sexos, en la Universidad de la Laguna en España. Con este estudio se pretendió indagar por la naturaleza de los estigmas, siguiendo la teoría de la taxonomía de Goffman y la teoría de la flexibilidad del estigma. Para ello, en este estudio de tipo descriptivo, se les pidió a los participantes que indicaran en un cuestionario las categorías sociales que recibían un trato diferencial o discriminación social; se obtuvo un total de 62 estigmas diferentes, más cuatro denominaciones alternativas: ancianos-viejos; síndrome de Down-mongólicos; dementes-locos y latinoamericanos-sudacas. Con estos datos recogidos se pretendió comprobar si la etiqueta del grupo estigmatizado influía en la

forma de categorizarlo. Por consiguiente, se les pidió a los participantes que de acuerdo con su pertenencia a una categoría de estigma marcaran de 1 a 7 las etiquetas relacionadas con el tipo de estigma al que pertenecían, es decir, aquellas personas que presentaban un estigma físico se les preguntó por estigmas físicos y del mismo modo para los participantes pertenecientes a la categoría psicológica y socio-cultural. Los estigmas con puntuación más alta en la categoría física fueron: leprosos, enanos, síndrome de Down y minusválidos; los estigmas con puntuaciones más altas en la categoría sociocultural fueron: gitanos, delincuentes, prostitutas y drogadictos, y en la categoría psicológica fueron: esquizofrénicos, dementes, locos y depresivos. Se encontró que los estigmas no son puramente físicos, psicológicos o debidos a factores socio-culturales; estos resultados aluden a lo que conocemos como la flexibilidad del estigma, donde, por ejemplo: el estigma físico puede ser de naturaleza más física o menos física. Por ende, un sujeto puede formar parte de más de una categoría del estigma dada la naturaleza del mismo.

Otro estudio realizado en el año 1980, en el cual se empleó maquillaje con el fin de crear efecto de desfiguración del rostro de algunos participantes, estos mismos declararon haber percibido un fuerte sesgo negativo hacia ellos debido a su desfiguración facial. Sintieron algo muy parecido a la experiencia de ser estigmatizados, la diferencia con respecto a una persona que padece un estigma físico es que los participantes decidieron de manera voluntaria hacerse el maquillaje y podían quitárselo cuando deseaban. Los participantes dijeron haber percibido una fuerte reacción negativa de los otros hacia ellos, aun cuando el experimentador había borrado por completo la llaga. Los participantes desarrollaron sus interacciones únicamente bajo la sensación subjetiva de estar marcados (Quiles & Morera, 2008).

Como hemos visto, el estigma contiene un conjunto de categorías que son aplicables a los diferentes grupos sociales, pues, estas recaen tanto sobre los grupos minoritarios, como sobre miembros de grupos privilegiados en la estructura social, por ende debe concebirse el estigma como una variable de estudio amplia en el campo de la psicología social.

Estigma de género

Antes de hablar acerca del estigma de género es importante definir los conceptos de sexo y de género, pues, este último es un tema clave en la presente investigación.

Crooks y Baur (2009) plantean una clara definición, diferenciando el significado de lo que se entiende por sexo y género, a continuación:

Sexo designa la feminidad o masculinidad biológicas. El sexo biológico tiene dos aspectos: sexo genético, que está determinado por los cromosomas sexuales, y sexo anatómico, o sea, las diferencias físicas que distinguen a varones y mujeres. Género es un concepto que abarca significados psicológicos especiales agregados a la feminidad o masculinidad biológicas. Por tanto, si bien el sexo está ligado a varios atributos físicos (cromosomas, pene, vulva y otros) el género se refiere a las características psicológicas y socioculturales asociadas con el sexo, es decir a la masculinidad o feminidad (p. 52).

El sexo -como se indica arriba- está ligado a la condición biológica de ser hombre o mujer, mientras el género determina como estos deben comportarse, respondiendo a un patrón instaurado socialmente. Hombres y mujeres presentan rasgos (físicos y

conductuales) tanto femeninos como masculinos, la prevalencia de uno de estos rasgos sobre el otro es lo que designa a una persona como hombre o mujer y esa identidad de ser hombre o ser mujer determina la forma como se tejen las relaciones de género en determinada cultura. Así pues, la construcción social del género se basa en el hecho de ser hombre o mujer, en las expectativas, los valores, la interrelación entre ambos géneros y las diferentes relaciones de poder y subordinación presentes en cada sociedad (Aguilar, Valdez, González-Arratia y González, 2013).

Un concepto estrechamente asociado a la noción del estigma, y que dado el reciente desarrollo de estudios acerca del estigma de género podría explicarlo, en cierta medida, es el de *estereotipo de género*. En el actual estudio se presenta una aproximación a dicho concepto. Cabe aclarar que desde su definición, el estereotipo es el componente cognitivo de las actitudes frente al estigma.

El estereotipo de género, de acuerdo con Moya (2003), es “un conjunto de creencias estructuradas y compartidas dentro de una cultura, sobre los atributos o características que poseen hombres y mujeres” (p. 179). Entre los contenidos del estereotipo de género tenemos por ejemplo: rasgos, roles, ocupaciones, características físicas y orientación sexual, actitudes, creencias, conductas, preferencias conductuales y apariencia física. Todos estos contenidos pueden funcionar de manera independiente, con ello se quiere decir que habrá estereotipo de género aún si se evidencian al menos uno de estos componentes que han sido socialmente devaluados. De esta manera, los estereotipos de género inciden sobre la calidad y la forma como se relacionan hombres y mujeres. Según Quiles y Leyens (2003):

En la interacción existen categorías distintivas que van cargándose de valor, de manera que algunas adquieren un valor positivo (la inteligencia, la belleza, ser blanco, ser un hombre) y

otras un valor negativo (ser negro, ser mujer, poco agraciado físicamente). Así ser diferente en algunos casos significa ser inferior. O cuanto menos, quedar incluido en un grupo que debe enfrentarse a una imagen social devaluada transmitida y perpetuada por los medios de comunicación, el humor, el cine, la literatura y la educación, hasta el extremo de llegar a convertirse en un “valor de verdad” (p. 122).

La influencia de los estereotipos de género es tan profunda que desde el momento en que un perceptor categoriza a una persona como hombre o mujer, le impregna de manera casi automática las características asociadas a su categoría de género. Con todo, las características que se adscriben a hombres y mujeres es lo que se conoce como la dimensión descriptiva de los estereotipos, es decir, las características que se consideran deseables y se esperan de hombres y mujeres, y como segunda dimensión de los estereotipos tenemos la dimensión prescriptiva que se explica por ejemplo con la creencia estereotípica de que las mujeres son calidas, comprensivas o cariñosas que a su vez está claramente relacionada con una prescripción societal que debe ser así (Cuadrado, 2007).

Entre la diversidad de estudios de género efectuados, tenemos un estudio sobre la percepción de la discriminación de género realizado por Schmitt, Branscombe, Kobrynowicz y Owen, (2002) dicho estudio fue llevado a cabo con 220 mujeres y 203 hombres estudiantes universitarios de la Universidad de Kansas. La edad promedio de los participantes fue de 18,82 años, sin embargo los hombres de la muestra fueron significativamente mayores que las mujeres. Se les presentó cuestionarios en grupos de 10 a 30 personas. Se midió la percepción de las desventajas del endo-grupo, por medio de las respuestas a cuatro elementos: 1) Tanto mujeres como hombres, como grupo han sido víctimas de la sociedad. 2) Tanto mujeres como hombres, como grupo son víctimas del

sexismo. 3) El prejuicio y la discriminación contra la mujer y los hombres existe. 4) Las mujeres y los hombres como grupo han sido víctimas a causa de su género.

Como segunda fase del estudio en cuestión, y para medir la experiencia de la discriminación de género, se empleó un conjunto de seis ítems, en los cuales debían responder de 1 a 8 siendo 1 totalmente en desacuerdo y 8 totalmente de acuerdo. Estos ítems son: 1) Yo personalmente he sido víctima de la violencia sexual, 2) Yo me considero una persona que ha sido privada de oportunidades debido a mi género, 3) Me siento como si personalmente fuera una víctima de la sociedad a causa de mi género, 4) Yo personalmente he sido víctima de acoso sexual, 5) Encuentro regularmente sexismo contra mi género y 6) el prejuicio contra mi grupo me ha afectado personalmente.

Los resultados obtenidos por estos autores en este estudio indican que las mujeres reportaron experimentar más claramente la discriminación en contra de su grupo de género que los hombres, al tiempo que reportaron mayor desventaja en su grupo interno y un mayor privilegio afuera. Las mujeres tuvieron más atribuciones a los prejuicios en los diferentes contextos y reportaron una experiencia más allá de la discriminación de género que hicieron los hombres. Esta diferencia sugiere que las mujeres y los hombres son sensibles a la realidad social, donde hay cierta desventaja de las mujeres respecto a los hombres. Informes sobre la alta experiencia de la discriminación y la sensibilidad de las mujeres ante diferentes situaciones en los distintos contextos reflejan que en realidad estas se enfrentan a un prejuicio más penetrante que los hombres.

También se encontró que las mujeres tendían a reportar mayores niveles de identificación con su grupo de género en comparación con los hombres, pero, esta diferencia fue marginalmente significativa en las medidas de bienestar, las mujeres generalmente reportaron menos bienestar positivo que los hombres.

López y García-Retamero (2007) realizaron un estudio en España, para analizar el aspecto dinámico de los estereotipos de género, pues, la forma en que percibimos los estereotipos de género ha ido cambiando a lo largo del tiempo. Los participantes de este estudio tenían un rango de edad entre los 15 y 87 años; se consideraron variables relacionadas a la edad y el tamaño poblacional del lugar donde viven. Por medio de una escala se evaluaron las características estereotípicas de género, de acuerdo al tiempo: pasado, presente y futuro.

Entre los resultados de dicho estudio se obtuvo que: los participantes que habitan en poblaciones muy pequeñas estereotipan más, cuando consideran que una mujer tiene más características femeninas que masculinas. Otros resultados de este estudio indican que las poblaciones más pequeñas mantienen fuertemente los estereotipos, mientras las poblaciones intermedias y mayores consideran un mayor equilibrio entre hombres y mujeres en sus características de personalidad. También se encontró, de acuerdo a la edad, que los participantes más jóvenes estereotipan más que los de mayor edad.

Conforme a lo expuesto anteriormente tenemos que el estereotipo de género da cuenta, en cierta medida, sobre la repercusión de los estigmas de género en las relaciones sociales. Las diferencias sociales entre el hombre y la mujer han llevado a ambos géneros al borde del sexismo, transformando las realidades de hombres y mujeres como sujetos sociales. Los estereotipos de género son, pues, la punta del iceberg dentro de una amplia gama de factores que inciden para que al día de hoy las mujeres continúen ocupando un bajo estatus social que las pone en desventaja ante los hombres, lo cual dificulta la forma en que tanto hombres como mujeres son conscientes del estigma.

Conciencia de estigma

Autores como Pinel (1999) han dedicado gran parte de sus investigaciones al estudio de grupos sociales minoritarios. Sus trabajos son relativamente recientes en el campo de la Psicología Social y se fundamentan en el estudio del individuo como ser estigmatizado por su pertenencia a un grupo socialmente devaluado. Un importante aporte de esta autora a este campo de estudio es la noción sobre lo que ha denominado “*conciencia de estigma*”, esto es: “las diferentes maneras en que los individuos estereotipados varían en la forma en que son auto-conscientes de su condición estigmatizada” (p. 115). Las personas son conscientes de su condición estigmatizada, en la medida en que pueden diferir si hay o no una amenaza relevante del estereotipo sobre sí.

Se conoce como la amenaza del estereotipo al aumento de la presión del desempeño que experimentan los individuos que deben realizar una tarea en la que son socialmente estereotipados (Pinel, 1999). La diferencia individual en cada uno de los grupos estigmatizados explica que pese a que todos los estigmas sociales sean iguales, no todos los miembros de un grupo social estigmatizado lo experimentan de la misma manera (Brown & Pinel, 2003).

Pinel (1999) propuso la Escala de Conciencia de Estigma (10 SCQ, por sus siglas en inglés) siendo este el instrumento más usado para medir la conciencia de estigma de diferentes grupos estigmatizados respecto a los grupos estigmatizantes. Aunque los antecedentes sobre el estudio de la conciencia de estigma son pocos, se reconoce que Pinel (1999-2002) ha documentado algunas de las consecuencias cognitivas e interpersonales asociados con la conciencia de estigma. Por ejemplo, que las personas con alta conciencia

de estigma, en comparación con los de baja conciencia de estigma perciben más discriminación ejercida contra ellos personalmente y pueden dar ejemplos más concretos de casos en los que han sido tratados de una manera perjudicial. Su hipótesis formulada es que los altos niveles de conciencia de estigma pueden hacer a las personas especialmente vulnerables a los efectos de la amenaza del estereotipo, pues, los sujetos estigmatizados experimentan preocupación por ser juzgados. Esta idea es apoyada por Brown y Pinel (2003), quienes sugieren que “la alta conciencia de estigma conduce bien a una mayor conciencia de la importancia del estereotipo o a preocupaciones más fuertes sobre ser juzgado o estereotipado por los demás” (p. 628).

Conciencia de estigma de género

Los estudios sobre la conciencia de estigma desarrollados por Pinel permiten dilucidar que la conciencia de estigma no se refiere a la conciencia de la propia situación estereotipada, sino, que se refiere al estatus estereotipado. Desde esta perspectiva, la conciencia de estigma representa una forma de auto conciencia: al igual que las personas difieren en cuanto a la forma en que se ven a sí mismos como individuos, también difieren en cuanto a la forma en que perciben su estado estereotipado que se asocia con su identidad social (Pinel, 1999).

Un estudio desarrollado por esta autora en 1999 con 148 estudiantes universitarias de un curso de Psicología, constaba de dos fases, en la primera fase, de manipulación del estado de conciencia de estigma una mujer llevo a las participantes hasta un cubículo y les

aplicó una prueba previa a la prueba real. Aquí se les presenta una lista de 10 ejemplos de estereotipos que tienen los hombres hacia las mujeres y en la que ellas se ven discriminadas, por ejemplo: “Las mujeres hermosas son tratadas como si fueran inteligentes”, a estas afirmaciones las mujeres deberían responder con un sí o un no si han visto o vivenciado situaciones como las que afirman esas preguntas, y en una fase posterior se les aplicó la Escala de Conciencia de Estigma (Pinel, 1999).

Cuando un estereotipo social negativo parece relevante en un contexto particular, el rendimiento de los individuos estigmatizados tiende a disminuir en alguna tarea. Bajo esta misma acepción Brown y Pinel (2003) precisan que las mujeres para las cuales el sexo femenino es muy importante experimentan mucho más la amenaza del estereotipo en un examen de matemáticas que las mujeres que conciben el género de una manera menos central; al menos esto sucedió cuando se les dijo que las capacidades de las mujeres en general serían evaluadas sobre la base de los resultados de los participantes en las pruebas (Brown & Pinel 2003).

En otro estudio realizado sobre las atribuciones sexistas en la retroalimentación ambigua (Pinel, 1999), tanto los hombres como las mujeres habían sido tratados estereotipadamente de acuerdo a las características que le han sido asignadas a su género y con ello se pretendía estudiar la conciencia de estigma situacional inducida en sus participantes. Los altos niveles de conciencia de estigma denotan que los sujetos se vieron afectados por las atribuciones de los otros participantes en la retroalimentación ambigua, de la misma manera que sucedió con los niveles de conciencia del estigma de disposición.

Entre los resultados se sugiere que la conciencia de estigma situacional inducida funciona casi de la misma manera que la conciencia de estigma de disposición, pues se halló que las mujeres que son altamente conscientes del estigma bajo la condición de

amenaza del estereotipo, aumentaron su identificación con su grupo de género como una forma de librarse de las amenazas a la autoestima por los malos resultados obtenidos (Pinel, 1999).

Se piensa en la posibilidad de que bajo "situaciones fuertes " tales como cuando un experimentador hace comentarios abiertamente perjudiciales hacia un participante de un grupo social, el impacto de la conciencia del estigma en el individuo podría convertirse en un estigma social relevante (Pinel, 1999). Así mismo esta autora se plantea el siguiente interrogante: ¿Por qué los elevados niveles de conciencia de estigma aumentan la probabilidad de ser objeto de atribuciones y de discriminación? seguidamente precisa que existen por lo menos dos explicaciones: una principalmente cognitiva y otra motivacional. En primer lugar, parece probable que personas con altos niveles de conciencia de estigma también experimenten altos niveles de accesibilidad al estereotipo. Dados estos altos niveles de accesibilidad al estereotipo una persona estigmatizada también podría hacer atribuciones a la discriminación fácilmente, lo que explicaría por qué al aumentar la conciencia del estigma aumentan las atribuciones a la discriminación (Pinel, 2004).

Lo anterior indica que existe una correlación positiva entre la conciencia de estigma y la percepción de discriminación, así como la tendencia de las personas con alta conciencia estigma (en comparación con los de baja conciencia estigma) para recordar experiencias más concretas sobre discriminación. Del mismo modo que aquellas personas con una alta conciencia de estigma renuncian a oportunidades para remediar los estereotipos sobre su grupo y son más vulnerables a los efectos de la amenaza del estereotipo que las personas con baja conciencia de estigma (Brown & Pinel, 2003). Las investigaciones sobre conciencia de estigma de género desarrolladas por Pinel con

diferentes grupos minoritarios como las mujeres y afro descendientes, entre otros, han facilitado la comprensión de este fenómeno desde la psicología social.

Autoestima

La autoestima es un concepto que ha sido ampliamente estudiado por diferentes autores alrededor del mundo. Montt y Ulloa (1996), la definen como “la autoevaluación que el individuo hace y mantiene en forma persistente sobre sí mismo; se expresa en una actitud de aprobación o reprobación e indica hasta dónde él se siente capaz, significativo, exitoso y valioso” (p. 30). Así pues, la autoestima que es concebida como una autovaloración, parte de cómo el individuo se ve a sí mismo, es decir de su autoimagen, de ello deriva la estrecha relación que existe entre el autoconcepto y la autoestima, esta será explicada más adelante. Dicha autovaloración del individuo parte del reconocimiento de sus características físicas, psicológicas, sociales y comportamentales y de la importancia que estos tienen para él.

De acuerdo con Verkuyten y Nekuee (2001, citado por Murillo & Molero, 2012), la autoestima es “la evaluación global que una persona hace de sí misma y los sentimientos que acompañan dicha evaluación” (p. 320- 321), esta valoración personal puede ser positiva o negativa y acompañarse de sentimientos de valía personal y auto aceptación (González, 1999, p. 355), esta autora agrega que la autoestima incluye juicios de valor sobre su propia competencia y los sentimientos que se asocian a estos juicios (pp. 326-327). Estas percepciones comprenden la autoimagen en relación a otros o percepción de sí; la imagen

que percibe que los otros tienen de él o percepción del otro, y la imagen de como quisiera ser o si mismo ideal (Montt & Ulloa, 1996).

Como expresa Murillo (2013), la autoestima “es considerada como uno de los más importantes predictores de la satisfacción vital” (Murillo, 2013, p. 174), probablemente, una alta autoestima sugiera un alto grado de satisfacción con la vida, y por el contrario una baja autoestima indique un bajo grado de satisfacción con la vida. Existen personas que piensan de forma positiva de sí mismo, se aceptan y se sienten competentes para asumir retos y responsabilidades que la vida le plantea y su autoestima es alta, así mismo se tiene personas que piensan negativamente de sí mismos, se auto rechazan, auto desprecian y del este modo se consideran incapaces de resolver exitosamente cualquier tarea o situación y su autoestima es baja (González, 1999, p. 345) he aquí la importancia de una buena autoestima en el alcance de metas.

Cabe decir que la autoestima, no es un rasgo de personalidad que cambie de un momento a otro, sin embargo, diferentes factores que van desde los logros y/o fracasos personales, las relaciones sociales saludables o no saludables, incluso la autoaceptación de sus posibilidades y limitaciones personales podrían incidir en las transformaciones de la misma. Ahora tomemos algunos aspectos que indican las diferencias entre una autoestima positiva y una autoestima negativa.

Autoestima positiva

Un individuo cuya autoestima es positiva evidencia voluntad, defiende su postura frente a algo haciendo uso eficaz de su razonamiento, muestra una actitud creativa y abierta a los demás, emplea recursos psicológicos como estrategias de afrontamiento ante

situaciones de ansiedad, inseguridad y estrés (González, 1999). Muchas definiciones sobre la autoestima la asocian con un alto desempeño en las actividades y el éxito personal del sujeto. Una autoestima positiva permite la adaptación del individuo en un entorno cambiante.

Autoestima negativa

Algunas características que probablemente tenga una persona con baja autoestima son: dificultad para expresar sus sentimientos y recibir críticas; su autoconcepto es negativo pues no se siente satisfecho consigo mismo; falta de tolerancia a la frustración; no se auto acepta tal como es (con sus cualidades y debilidades), se basan mucho más en sus dificultades, y suele sentirse menos importante que los demás; le confiere mayor importancia a la opinión de los otros e intentan satisfacer infructuosamente sus expectativas. Así mismo, como expresan Schmitt, et al., (2002 citado por Murillo & Molero, 2012 “se ha demostrado que la autoestima se ve afectada negativamente por la percepción de discriminación” (p. 321).

Entre otros conceptos que se asocian al de autoestima y de acuerdo con González (1999), tenemos la autoaceptación; ésta se encuentra implícita en la autoestima, si una persona se autoestima positivamente, sería contradictorio que tuviese una relación de enemistad consigo mismo. Una alta autoestima favorece la capacidad de afrontamiento del sujeto en su vida personal y profesional, y como resultado de su locus de control interno el sujeto puede manejar su vida y lograr una adaptación al entorno. Entre la autoestima y la aceptación a los demás diferentes disciplinas como la filosofía y la psicología se basan en la idea de que amamos y aceptamos a los demás en la medida en que nos queremos y

aceptamos a nosotros mismos. Esto se demuestra mediante el manejo de una actitud positiva hacia los demás. Respecto a la autoestima, las habilidades sociales y la asertividad, la primera se ve reflejada en su comportamiento e interacción con los demás, en la calidad de sus habilidades sociales, y estas de forma recíproca influyen en la autoestima.

Referente a la autoestima y la respuesta a las demandas sociales: la autoestima es vista como un recurso psicológico importante para enfrentarse a las demandas de una sociedad como la nuestra, que presenta avances científicos, tecnológicos rápidos y significativos por el nivel de competitividad. La sociedad requiere de las personas mayores niveles de formación de competencias. Las características psicológicas como: autoestima alta, capacidad de autonomía personal, independencia, innovación, responsabilidad personal, confianza en sí mismo, entre otros, nos permiten vivir en la sociedad actual de forma saludable (González, 1999).

En lo concerniente a algunas investigaciones sobre autoestima, Sánchez (1999), realizó un estudio, con 154 estudiantes universitarios de la Facultad de Psicología y de Trabajo Social, de la Universidad de Granada en España. Con este estudio se pretendió relacionar la autoestima personal, la autoestima colectiva y la participación en la comunidad, con los resultados obtenidos en este estudio se realizó un análisis correlacional entre estas variables. Los resultados que se obtuvieron en este estudio indican que existe para esta muestra una alta correlación entre autoestima personal y autoestima colectiva, lo cual se explica en la medida en que ambas aluden a la autoestima. En cuanto a la correlación entre autoestima colectiva y conducta asociativa de los sujetos se interpreta que la pertenencia a asociaciones contribuye a generar sentimientos de bienestar y poder desde un punto de vista social y comunitario, lo cual sugiere que los sujetos tienen más probabilidad de identificarse con los grupos a los que evalúan positivamente desde su

propio punto de vista. Y como resultado final se encontró una correlación negativa entre la conducta asociativa y la autoestima colectiva, esto indica que los sujetos perciben una valoración social negativa de los grupos a los que pertenece o de la pertenencia a asociaciones.

La autoestima varía como una función de las representaciones colectivas, las señales situacionales y las características personales. Por ejemplo: estudios experimentales han demostrado que la percepción de prejuicio contra el propio grupo condujo a una mayor percepción de amenaza y más baja autoestima aun para los grupos en los que no hubo manipulación del prejuicio entre latinos quienes acogieron fuertemente la ideología de la meritocracia, pero no entre latinos quienes rechazaron esta ideología. El estigma daña la autoestima de los estigmatizados (Major & O'Brien, 2005), de acuerdo con estos autores la relación existente entre estigma y autoestima es sin duda negativa.

Vale aclarar que si bien, el concepto de autoestima además de ser considerado como la mayor evidencia de bienestar psicológico y de ser comprendido como un factor único y unidimensional, sería erróneo decir que se manifiesta de la misma manera y con la misma intensidad en todas las facetas y dimensiones de la vida del sujeto del mismo modo en que ésta no explicaría todas las conductas, actitudes, fracasos o éxitos de las personas, los estudios sobre esta temática lo demuestran.

El autoconcepto

Como se indicó arriba, un concepto estrechamente relacionado con la autoestima es el autoconcepto. Una definición integral de este concepto es ofrecida por Fierro (1990), quien precisa que

El “concepto de sí mismo” equivale a “autoconocimiento”, entrando en éste toda clase de actividades y de contenidos cognitivos: no solo conceptos propiamente tales, sino también perceptos, imágenes, juicios, razonamientos, esquemas mnésicos, etcétera. Los juicios acerca de uno mismo constituyen probablemente la organización cardinal de todo ese sistema de autoconocimiento. En ellos cabe diferenciar, cuando menos, dos clases de juicios: descriptivos y evaluativos. Los descriptivos se refieren a cómo somos de hecho: con tal edad, sexo, profesión y/o rol social, características físicas, modos de comportamiento, lazos sociales, etcétera. Los juicios evaluativos conciernen al aprecio o valoración que nos merece cada una de nuestras características así descritas (p. 87).

Ante esta completa definición de autoconcepto cabe decir que éste es de naturaleza descriptiva, mientras la autoestima es evaluativa, y operan juntos en la descripción subjetiva/objetiva de la diversidad de atributos que distingue a una persona como única y diferente a las demás.

La relación autoestima-autoconcepto

La autoestima involucra varios aspectos, desde el punto de vista estructural la valoración de su autoconcepto puede ser diferente en los distintos ámbitos y dimensiones

de su vida y desde el punto de vista dinámico o forma de vida, en este la autoestima se incluye como elemento esencial de la dinámica, tanto del comportamiento normal como del patológico. Desde el punto de vista dinámico la autoestima es un elemento esencial en la adaptación del sujeto, tanto a sus propias necesidades y demandas como a las que provienen del entorno social con el que interactúa (González, 1999).

Según González-Pienda, Núñez, Glez-Pumariega, & García (1997,) el autoconcepto es “un conjunto de percepciones que la persona hace de sí misma a través del significado de su propia experiencia y del entorno, influenciadas de manera especial por la retroalimentación de otro significativo y sus propios mecanismos cognitivos como las atribuciones causales” (p. 273). Con todo esto tenemos que, tanto el autoconcepto como la autoestima no son estáticos, se establecen en el individuo a través de la interacción con sus pares y varía en cada momento y circunstancia de la vida de este.

Estigma y autoestima

Arriba se abordaron algunas definiciones sobre el Estigma y la Autoestima por separado, con ellas se bosquejan -hasta este momento- las nociones base para el presente estudio. Es menester ahora, abordar la relación entre el estigma y la autoestima desde las líneas de otros autores dedicados al estudio de estos temas, desde el campo de la Psicología Social.

De acuerdo con Crocker y Quinn (2000): “ser estigmatizado es tener una identidad social o pertenencia a alguna categoría social, que plantea dudas sobre la propia humanidad

completa: estar devaluado, estropeado o defectuoso a los ojos de los demás” (p. 153). Los grupos estigmatizados se devalúan no solo por los grupos internos específicos, sino a un nivel más amplio por la sociedad y la cultura (Crocker & Major, 1989). Un ejemplo de la influencia del otro sobre el comportamiento del sujeto estigmatizado son las profecías auto cumplidas, estas explicarían por qué los individuos pertenecientes a grupos minoritarios tienden a comportarse conforme a las expectativas de los demás, lo cual puede alterar el autoconcepto e indicaría probablemente, como se dijo arriba, una baja autoestima.

Dado el bajo estatus de los grupos desfavorecidos en la estructura social, son mayores las probabilidades que estos tienen de percibir y enfrentar la discriminación y los prejuicios por parte de otros, en los diferentes contextos (Crocker & Major, 1989), del mismo modo, son altas las probabilidades de que se vea afectada su autoestima. Sin embargo, Major (2006), indica que la pertenencia a un grupo estigmatizado por sí sola no es factor determinante de la baja autoestima, pues, existen diferencias individuales por las cuales miembros de grupos estigmatizados en masa no han interiorizado imágenes culturales negativas hacia ellos.

Algunos estudios que han empleado una variedad de técnicas y metodologías desde diferentes perspectivas teóricas, han demostrado que la autoestima varía en función de la edad, la retroalimentación sobre el desempeño, las transiciones educativas, el contexto social, y las variables estructurales sociales (Crocker & Major, 1989). Esto se explicaría en cierta medida porque los miembros de grupos estigmatizados respecto a su grupo de pertenencia pueden realizar cuatro acciones: (a) atribuir la retroalimentación negativa al prejuicio en contra de su grupo , (b) comparar sus resultados con los del propio grupo , en lugar de hacerlo con el grupo externo relativamente favorecido, y (c) devaluar selectivamente aquellas dimensiones en las que su grupo tiene deficiencia y valorar las

dimensiones en la que sobresale su grupo (Crocker & Major, 1989). Dichas acciones darían lugar a lo que se conoce con el nombre de Modelo Rechazo-Identificación, que será abordado más adelante.

Según Crocker y García, (2006), la autoestima parte de un proceso de evaluaciones reflejadas, donde el concepto de sí mismo se basa en las creencias acerca de las opiniones que los demás tienen de uno mismo. Dichos autores precisan que la autoestima no solo es socialmente construida, sino, que se construye de la misma manera para todas las personas. No obstante, la forma como el individuo significa la percepción del otro marca la diferencia entre una autoestima positiva o negativa.

Por otra parte, los miembros de grupos no estigmatizados pueden suprimir, o no comunicar las actitudes negativas y sentimientos de forma verbal o comportamental a las personas estigmatizadas, por lo tanto, podría no verse afectada la autoestima de estos. Así, las implicaciones del mecanismo de la devaluación de la autoestima de las personas estigmatizadas u oprimidas puede ser particularmente vulnerable cuando se encuentran en contextos sociales que proporcionan mensajes fuertes sobre los atributos o dimensiones del rendimiento en que les va mal son altamente valorados o que las dimensiones en las que sobresalen no son valoradas (Crocker & Major, 1989). A pesar de que muchas personas estigmatizadas creen que los demás son prejuiciosos contra su grupo, no siempre creen haber experimentado personalmente prejuicios y discriminación. Sin embargo, los sentimientos de autoestima pueden depender de las creencias y valores que la persona trae con ella, que junto a las características de la situación hacen que esas creencias y valores sean relevantes o irrelevantes para ser repetidas. Si un grupo ocupa un estatus privilegiado o desventajoso dentro de la estructura social, el significado y las consecuencias de los prejuicios y la discriminación alterarán la percepción de los miembros del grupo interno.

De acuerdo con Molero (2007^b), en un estudio en 1999 se obtuvo que las mujeres con sobrepeso presentaron menor autoestima que las mujeres con un peso dentro de la media, mientras en otro estudio sobre el estigma realizado en el año 2002 se encontró que los afroamericanos (el grupo estigmatizado) tenían mayor autoestima personal que los blancos. Pues, los miembros de las diferentes minorías no perciben el estigma hacia su grupo como hacia sí mismos de la misma manera. Con ello se evidencia que en cuanto al estigma y su relación con la autoestima, cada situación es diferente y merece ser estudiada.

Cuando los estereotipos negativos se refieren a habilidades, como la idea de que las mujeres son malas en matemáticas; que las personas mayores son malas para recordar, y que los afroamericanos carecen de capacidad intelectual, probablemente, un individuo perteneciente a dichos grupos sea consciente de estos estereotipos y ello afecte negativamente el sentido del rendimiento en los contextos que aplican estereotipos negativos. No obstante, la identificación del individuo con el grupo desfavorecido contrarresta los costos psicológicos de la percepción de discriminación (Schmitt, et.al, 2002).

Contrario a este planteamiento Crocker y Major (1989) en su estudio sobre el sexismo del evaluador, centraron su atención en los efectos del estigma social sobre la autoestima global con respecto a la identidad personal. Los resultados encontrados en este estudio son consistentes con la idea de que la percepción de discriminación probablemente tenga mayor cantidad de consecuencias negativas que positivas cuando la discriminación se generaliza. Pero, esto no prueba la posibilidad de que a su vez se obtenga un poco de auto-protección cuando se presenta un evento negativo específico. Se desvirtúa la noción sobre que la percepción general de la discriminación se asocia negativamente con el bienestar, pues, se cree que las mujeres que podían atribuir una evaluación negativa específica al

sexismo del evaluador reportaron menos depresión que aquellas para los que la atribución al prejuicio no era plausible. Una explicación es brindada por Molero (2007^b), quien expresa que “pese a la perspectiva tradicional de la persona estigmatizada, [se tiene pues], que los resultados en este tipo de estudios son inconsistentes y varían de acuerdo al tipo de estigma analizado y la metodología empleada” (p. 625).

La visión clásica de la autoestima nos dice que esta es más alta en los miembros de grupos no estigmatizados y menor en los miembros de grupos estigmatizados. Sin embargo, el Modelo de Ambigüedad Atributiva de Crocker y Major (1994) precisa que la conciencia del estigma no afecta negativamente a sujeto estigmatizado, pues tenemos, por ejemplo que los sujetos afro-americanos -en un estudio, unas décadas atrás-, mostraron más alta autoestima que los sujetos blancos, y estos a su vez que los latinoamericanos, los cuales a su vez presentaban una autoestima más alta que los asiático-americanos y los nativos americanos.

Una segunda perspectiva es dada desde el Modelo de Rechazo-Identificación (MRI) desarrollado por Branscombe, Schmitt y Harvey (1999) quienes indican que la autoestima pasa por dos procesos; primero: a partir del estigma se afecta la autoestima; segundo: por medio de la identificación con el grupo estigmatizado sucede un proceso de identificación positivo para la autoestima. Este modelo será el marco teórico que soporta la hipótesis del presente estudio. A continuación se explica con mayor profundidad.

Marco Teórico

Desde el campo de la Psicología Social Crocker y Major (1989) plantean el *Modelo de Ambigüedad Atributiva (AAM, por sus siglas en ingles)*, para dar cuenta del impacto del prejuicio, la discriminación y el estigma percibidos sobre el bienestar y la autoestima del sujeto, cabe decir que este modelo ha servido de base para el desarrollo teórico e investigativo del estigma.

Murillo (2013), expresa que se debe entender por ambigüedad atributiva a la “incertidumbre acerca de si los resultados que obtienes son indicadores de algo tuyo como individuo o son indicadores del prejuicio social que otros tienen en contra tuya debido a tu estigma” (p. 184). Se cree pues, que ante la resolución de una tarea o situación dada el individuo estigmatizado podría atribuir sus resultados negativos al prejuicio, y que a partir de ello las personas estigmatizadas protegen su autoestima de la amenaza dada por su condición desventajosa, evitando con esto atribuir su bajo rendimiento a una falta de habilidad o capacidades propias.

Branscombe, Schmitt y Harvey (1999), proponen el *Modelo de Rechazo-Identificación (MRI, por sus siglas en inglés)*, que surge como alternativa al Modelo de la Ambigüedad Atributiva, en la explicación de los efectos del estigma sobre la autoestima de los miembros de grupos socialmente devaluados. A continuación se presenta el Modelo Rechazo-Identificación que sirve de marco teórico para la presente investigación.

El Modelo Rechazo-Identificación (MRI)

El Modelo Rechazo-Identificación se basa en tres hipótesis fundamentales aplicables a miembros de grupos minoritarios o desfavorecidos socialmente y no en miembros de grupos dominantes. Pues, los primeros experimentan de manera más generalizada la discriminación, es por esto que se espera sean mayores los efectos negativos para los miembros de grupos minoritarios, dado que el daño se incrementa a mayor frecuencia y generalización de la discriminación.

Como lo expresan Schmitt, Spears y Branscombe (2003 citados por Murillo, 2013), las hipótesis de este modelo sugieren que para los miembros de grupos estigmatizados: 1) la discriminación percibida es asimilada como rechazo, lo que tiende a producir efectos negativos en su bienestar psicológico; 2) cuando estas personas perciben discriminación en contra suya, probablemente responderán con un incremento de la identidad con su propio grupo; y 3) la identidad grupal tiende a estimular el bienestar psicológico de aquellas personas. La autoestima ha sido estrechamente asociada al bienestar psicológico; a pesar de no ser el único rasgo que lo evidencia, es el predictor por excelencia de este; y ha sido ampliamente estudiada por diferentes autores; sin embargo, otros factores como la satisfacción con la vida se asocian con el bienestar psicológico.

Dichas hipótesis surgen a partir de las teorías de la Identidad Social y de la Categorización del Yo. La primera, explicaría como la identidad grupal de los miembros de minorías puede ser impuesta desde afuera, mientras que el individuo estigmatizado percibe que comparte con otros miembros de su endo-grupo un trato negativo por parte del exo-grupo. La segunda teoría indicaría que los individuos estigmatizados se definen a sí mismos como miembros de grupos minoritarios (Murillo, 2013).

Siguiendo esta lógica, son dos los procesos básicos que estudia el Modelo Rechazo-Identificación. Por un lado, la percepción del estigma, y por otro, la identificación con el grupo estigmatizado. En este sentido, los miembros de grupos minoritarios que experimentan los prejuicios y el rechazo de los grupos privilegiados, probablemente incrementen su identificación con el grupo minoritario y dicho proceso transformaría ese daño ocasionado en bienestar psicológico (Schmitt, et. al, 2002).

El Modelo Rechazo-Identificación consta de cuatro fases asociadas a los dos procesos básicos arriba mencionados: primero, la percepción del estigma conlleva un rechazo; segundo, el rechazo afecta negativamente el bienestar psicológico (específicamente a la autoestima); tercero, se produce un efecto ambivalente con el incremento de la identidad grupal; y cuarto, la identidad con el grupo media el efecto negativo causado por el estigma (Murillo, 2013). En esencia,

En los miembros de grupos socialmente devaluados, percibir discriminación en contra, produce dos efectos opuestos en el bienestar psicológico; uno negativo y directo y otro positivo e indirecto que es mediado por la identidad grupal. La identidad grupal sería por tanto un factor amortiguador de los efectos lesivos que la discriminación percibida produce en el bienestar psicológico de miembros de grupos de bajo estatus (Murillo 2013, pp. 188-189).

Si bien, los alcances del Modelo de Rechazo-Identificación trascienden en su explicación del fenómeno desde la percepción del estigma a al asunto de la identidad grupal, estos no son los propósitos del presente estudio. Sin embargo, es parte de la base teórica de este.

Metodología

Método

El presente trabajo de grado de corte empírico, se inscribe en el modelo de investigación cuantitativa; según Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2010) un estudio cuantitativo: “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p. 4).

El tipo de investigación es descriptiva-correlacional. Un estudio de alcance descriptivo-correlacional además de describir, pretende dar respuesta a las preguntas por la relación entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular. En este caso la correlación se aplicó entre las variables: conciencia de estigma de género y autoestima, las cuales se explican más adelante. En cuanto al diseño metodológico de la presente investigación, tenemos que esta se inscribe como un estudio No experimental – transeccional. “Este tipo de diseños no manipulan variables y permiten recolectar datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su presencia e interrelación en un momento dado” (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 151).

Muestra

La unidad de investigación está conformada por dos grupos de mujeres de 18 a 39 años de edad. Un primer grupo que se ha denominado “Universitarias” compuesto por 140

mujeres que cursan o en algún momento de su vida cursaron estudios universitarios y que residen actualmente en la ciudad de Palmira, entre las universidades de pertenencia tenemos a la Universidad del Valle, la Universidad Nacional, la Universidad Santiago de Cali, la Universidad Iberoamericana de Bogotá, la Universidad Antonio Nariño y la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD, con una media de edad de 22,1 años; y un segundo grupo de 120 mujeres “No universitarias” y ocupaciones diferentes, que comprende aquellas mujeres entre el mismo rango de edad, que nunca han cursado estudios universitarios (se obtuvo 30 estudiantes de la Institución Educativa Cárdenas Centro jornada nocturna, 18 mujeres empleadas en la planta industrial Pepsico-Cauca, 16 madres usuarias de ICBF Palmira, y 56 mujeres residentes en los barrios: Zamorano, Buenos Aires, María Cano, Popular Modelo, Urbanización el Bosque, el Jardín, Prados de Oriente y Municipal de Palmira), estas con una media de edad de 25,8 años. En los anexos puede verse una descripción más amplia de las características generales de las participantes del presente estudio.

El tipo de muestreo empleado es el no probabilístico, se accedió a la muestra por medio de la técnica “bola de nieve”, en el caso de las estudiantes universitarias que en su mayoría pertenecen a la Universidad del Valle, sede Palmira la aplicación de los test se llevó a cabo en algunas aulas de clase, la biblioteca y la cafetería, y en el caso de las mujeres no universitarias se accedió a ellas gracias a la colaboración de algunas personas que conocían mujeres con dichas características.

Variables e instrumentos

Las variables que se miden en el presente estudio, como se indicó anteriormente, son: Conciencia de Estigma -de Género, en este caso-, que se define como: “las diferentes formas en que los individuos son auto-conscientes de su condición estigmatizada” (Brown & Pinel, 2003, p. 626). Esta variable fue medida con la Escala de Conciencia de Estigma de Pinel (1999), en su versión original esta consta de 10 ítems, pero cinco de estos fueron descartados (1- “Los estereotipos sobre las mujeres no me han afectado personalmente”; 3- “Al interactuar con los hombres siento que ellos interpretan todos mis comportamientos en términos de que soy una mujer”; 4- “La mayoría de los hombres no juzgan a las mujeres por su género”; 8- “La mayoría de los hombres tienen pensamientos mucho más sexistas de lo que realmente expresan”; y 10- “La mayoría de los hombres tienen problemas para considerar a las mujeres como sus iguales”), puesto que en la prueba piloto se encontró problemas de interpretación en nuestra cultura disminuyendo notablemente su fiabilidad. Los cinco ítems que conforman la escala abreviada se codificaron inversamente, es decir, los ítems: 2- **“Nunca me preocupo de si mi conducta será considerada como estereotipadamente femenina”**; 5- **“Ser mujer no influye en como los hombres actúan conmigo”**; 6- **“Casi nunca pienso que soy mujer cuando interactúo con los hombres”**; 7- **“Mi condición de mujer no influye en como las personas actúan conmigo”**; y 9- **“A menudo pienso que los hombres son injustamente acusados de ser sexistas”** (ver anexo 1).

La segunda variable de estudio es la Autoestima que es definida como: “la valoración positiva o negativa que el sujeto hace de sí mismo, de su auto concepto, valoración que se acompaña de sentimientos de valía personal y de auto aceptación” (González, 1999, p. 224), esta a su vez fue medida por medio de la Escala de Autoestima de

Rosenberg (1989) en una versión de 9 ítems (en su versión original consta de 10 ítems, se decidió no aplicar el ítem número “8”: “**Desearía valorarme más a mí misma**” porque este no significó un aporte a la fiabilidad del estudio)^(ver anexo 1).

Ambas escalas empleadas contenían cinco opciones de respuesta frente a cada ítem que miden su nivel de acuerdo o desacuerdo de las participantes frente a cada afirmación planteada, donde **1** = “**totalmente en desacuerdo**” y **5**= “**totalmente de acuerdo**”.

El análisis estadístico de datos fue realizado por medio del Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS) en su versión 18. Se correlacionaron y compararon los resultados obtenidos en la medición mediante una prueba de correlación r de Pearson y una prueba t y f para hallar diferencias de grupo, la fiabilidad fue medida mediante la prueba Alfa de Cronbach y la validez por medio de un análisis factorial de la prueba KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) de adecuación de muestreo.

La medida de fiabilidad para la Escala de conciencia de estigma de género se realizó mediante la prueba del Alfa de Cronbach, cuyo valor fue de 0.63, pese a no ser un valor considerablemente alto, es aceptable para el presente estudio. Quizás las diferencias culturales tengan algo que decir al respecto. La validez, fue calculada mediante el análisis factorial por rotación varimax (KMO), se obtuvo un valor de 0.69; un solo ítem explica el 41,5% de la varianza, lo cual sugiere que se cumple el criterio de Reckase (al menos un 20% de varianza explicada en un ítem) para la unidimensionalidad de la prueba, en otras palabras, la escala mide lo que dice medir.

En cuanto a la Escala de autoestima, su Alfa de Cronbach fue de 0.80, valor que expresa una fiabilidad alta, y la validez por rotación varimax (KMO), se expresa en el valor de 0.76, dónde un solo factor explica el 40.9% de la varianza, se cumple el criterio de

Reckase que sugiere que los ítems de la escala son unidimensionales, es decir, la escala mide lo que dice medir.

Tabla 1. Fiabilidad y Validez de las escalas.

Escala	No. Ítems	Alfa de Cronbach's	KMO
Conciencia de Estigma de Género	5	.63	.69
Autoestima	9	.80	.76

Nota: total participantes 260 mujeres, (N= 260).

Procedimiento

Se accedió a la muestra de mujeres “Universitarias” en tres momentos, los dos primeros momentos tuvieron lugar en las instalaciones de Universidad del Valle, sede Palmira, la aplicación se realizó tanto de forma individual como por grupos de aproximadamente 20 mujeres. Posteriormente, cuando se disponía a realizar el cuestionario a las mujeres “No universitarias” accediendo a estas de casa en casa se encontró que algunas de estas mujeres habían cursado estudios universitarios, por lo tanto se incluyeron dentro de esta muestra. La aplicación para la muestra de mujeres “No universitarias” se realizó de forma individual y por grupos de aproximadamente 5 mujeres, contactadas en algunos casos por medio de conocidos. Ambas escalas se aplicaron en un mismo cuestionario, y en un apartado al final se les pidió que respondieran acerca de su edad, su

ocupación, nivel de estudios, si tiene pareja, cuál es su estado civil, su estrato social y si es estudiante universitaria indicara el programa académico y semestre cursado.

Por último se sistematizaron los resultados de los cuestionarios por grupos y se analizaron estadísticamente empleando el programa SPSS 18, como se indicó arriba.

Resultados

El objetivo principal de la presente investigación es contribuir al estudio de la conciencia de estigma de género y sus implicaciones sobre la autoestima en dos grupos de mujeres: “Universitarias” y “No Universitarias”, en la ciudad de Palmira. Para ello se planteó los siguientes objetivos específicos:

- 1- Establecer cuál es el nivel de conciencia de estigma de género (CEG) que tienen las mujeres de la muestra general y de cada una de las sub muestras del estudio.**

Las escalas de ambas variables se miden de 1 a 5, a cada valor le corresponde un nivel, siendo: 1: muy bajo nivel; 2: bajo nivel; 3: nivel medio; 4: alto nivel y 5: muy alto nivel.

La media de conciencia de estigma de género para la muestra de “Universitarias” es $M= 3,22$; para las “No universitarias” es $M= 3,15$; y para la muestra general es $M= 3,20$. Tanto la media de CEG para cada grupo como para la muestra general, indican un nivel de CEG medio, siendo mayor entre las mujeres “Universitarias”. En la tabla 2 se pueden observar las medias estadísticas de cada variable para cada una de las sub muestras de estudio y la muestra general.

2- Identificar cual es el estado de la autoestima de las mujeres de la muestra.

La media de autoestima para la muestra de “Universitarias” es $M = 4,35$; para las “No universitarias” es $M = 4,11$; y para la muestra general es $M = 4,24$. En general, el nivel de autoestima para las mujeres del estudio es alto, siendo mayor entre las mujeres “Universitarias” y menor entre las “No universitarias”.

Tabla 2. Media de variables por grupos.

Escala	Universitarias	No universitarias	Muestra general
Conciencia de estigma de género	3,22	3,15	3,20
Autoestima	4,35	4,11	4,24

Nota: la puntuación media de cada escala, para cada grupo, se mide de 1 a 5, siendo 1 la menor y 5 la mayor puntuación.

3- Estudiar cuantitativamente la relación entre conciencia de estigma de género y autoestima en las mujeres del estudio.

Para el análisis factorial de este estudio se empleó la prueba de correlación r de Pearson y una prueba p de significancia estadística, entre las variables CEG y autoestima. En la muestra de mujeres “Universitarias” se halló una correlación negativa ($r = -.109$), sin embargo, no es estadísticamente significativa ($p = .200$).

Para la muestra de mujeres “No Universitarias” la correlación entre las variables de estudio es positiva ($r = .039$), no significativa estadísticamente ($p = .672$). Y para la “Muestra general” del estudio la correlación es negativa ($r = - .008$), no significativa estadísticamente ($p = .898$). La tabla 3 expresa las correlaciones entre variables para cada una de las muestras de estudio.

Tabla 3. Correlación entre variables de estudio (Conciencia de estigma de género y autoestima.

Grupo	<i>r</i> Pearson	<i>p</i> significancia estadística
Universitarias	-.109	.200
No universitarias	.039	.672
Muestra general	-.008	.898

4- Establecer si existen diferencias significativas respecto a estas dos variables (conciencia de estigma de género y autoestima) y su relación, entre los dos grupos de mujeres estudiadas.

Como se indicó arriba, se emplearon las pruebas r Pearson y p de significancia para el estudio de cada una de las muestras de mujeres participantes, como se puede observar en la tabla 3. El valor del impacto entre variables para la muestra de mujeres “Universitarias” ($r = -.109$; $p = .200$) indica que si lo impacta pero no lo suficiente como para decir que la conciencia de estigma de género se considere significativa para la autoestima. En el caso de

la muestra de mujeres “No universitarias” ($r = .039$; $p = .679$) es bajo, lo que indica neutralidad, es decir, no revela impacto entre variables.

Resultados de hipótesis

En el presente estudio se plantean dos hipótesis de investigación:

La hipótesis 1 o de “correlación”: plantea que “La conciencia de estigma de género se relaciona negativamente con la autoestima en las dos muestras de mujeres del presente estudio”. Como se expresa en la tabla 3 y de acuerdo al punto anterior, la correlación entre las variables de estudio es negativa y no significativa para la muestra de “Universitarias”, mientras, para la muestra de “No universitarias” es positiva no significativa, y para la “Muestra general” es negativa, no significativa, por lo tanto no brinda el soporte empírico para su confirmación.

No obstante, en ciertos casos como para las mujeres “Universitarias” de 18 a 21 años se cumple que a mayor nivel de conciencia de estigma de género menor nivel de autoestima (CEG: $M = 3,33$ y Autoestima: $M = 4,24$). Véase también la tabla 4.

La hipótesis 2 o de “comparación”: plantea que “Las mujeres “Universitarias” presentan mayor autoestima que las mujeres “No universitarias”.

Los resultados de las pruebas estadísticas empleadas indican que para las mujeres “Universitarias” la media de autoestima es $M = 4,35$, mientras, para las mujeres “No universitarias” es $M = 4,11$, para ambas muestras de mujeres los niveles de autoestima son altos, sin embargo, son mayores para las mujeres “Universitarias” (Ver tabla 2).

Otros resultados

Adicional a las pruebas iniciales se emplearon las pruebas *t* y *f* para la comparación de (2 y más de 2 subgrupos, respectivamente), y la prueba *p* de significancia estadística para cada una de las muestras de estudio. Se estudiaron las variables sociodemográficas de edad; nivel de estudios; ocupación; tenencia de pareja; estado civil y estrato; estas arrojan evidencias por medio de la significación estadística sobre su relación con cada una de las variables del estudio.

Tabla 4. Media de variables por grupos, según la edad.

Grupo	Variable	18-21 años	22-39 años	Media total
Universitarias	Conciencia de estigma de género	3,33	3,12	3,22
	Autoestima	4,24	4,47	4,35
No universitarias	Conciencia de estigma de género	3,15	3,15	3,15
	Autoestima	3,99	4,23	4,11
Muestra general	Conciencia de estigma de género	3,26	3,14	3,20
	Autoestima	4,14	4,34	4,24

Nota: el rango utilizado para las escalas fue de 1 a 5. Las mayores puntuaciones indican mayor conformidad con el constructo medido por la escala correspondiente.

Como se puede observar en la tabla 4, para la muestra de mujeres “Universitarias” respecto a la conciencia de estigma de género se halló significancia en relación a las variables sociodemográficas de: **Edad:** ($t = 6.967$; $p = 0,009$), una media para el subgrupo de “18 a 21 años” $M = 3,33$ y de “22 a 39 años” $M = 3,12$. En tanto que la autoestima ($t = 8,593$; $p = 0,004$) una media para el subgrupo de “18 a 21 años” $M = 4,24$ y de “22 a 39 años” $M = 4,47$. **Ocupación:**” respecto a

la conciencia de estigma de género se observó ($f = 3,881$; $p = 0,011$), una media para el subgrupo de “estudiante” $M = 3,32$; “trabaja” $M = 2,84$; “estudia y trabaja” $M = 3,08$; y “ama de casa” $M = 3,13$.

En cuanto a la autoestima ($f = 4,62$; $p = 0,004$) una media para el subgrupo de “estudiante” $M = 4,28$; “trabaja” $M = 4,56$; “estudia y trabaja” $M = 4,57$; y “ama de casa” $M = 3,88$.

Tabla 5. Media de variables por grupos, según la ocupación.

Grupo	Variable	Estudia	Trabaja	Estudia y trabaja	Ama de casa
Universitarias	Conciencia de estigma de género	3,32	2,84	3,08	3,13
	Autoestima	4,28	4,56	4,57	3,87
No universitarias	Conciencia de estigma de género	3,17	3,09	3,01	3,20
	Autoestima	4,07	4,38	3,20	4,14
Muestra general	Conciencia de estigma de género	3,28	3,04	3,06	3,20
	Autoestima	4,23	4,42	4,22	4,13

Para la muestra de mujeres “No universitarias” respecto a la conciencia de estigma de género no se observó significancia en relación a las variables sociodemográficas estudiadas. En cuanto a la autoestima se observó significancia respecto a las variables sociodemográficas de **edad**: ($t = 4,99$; $p = 0,027$), una media para el subgrupo de “18 a 21 años” $M = 3,99$ y de “22 a 39 años” $M = 4,23$. Respecto a la **ocupación**: ($f = 9,94$; $p = 0,000$) una media para el subgrupo de “estudiante” $M = 4,07$; “trabaja” $M = 4,38$; “estudia y trabaja” $M = 3,20$; y “ama de casa” $M = 4,14$ ^(Ver tabla 5).

En cuanto a la “Muestra general”, respecto a la variable de estudio conciencia de estigma de género son significativas las variables sociodemográficas de **edad**: ($t = 4,16$; $p = 0,04$), para el subgrupo de mujeres de “18 a 21 años” la media es $M = 3,27$; para el subgrupo “22 a 39 años” es $M = 3,14$ (Ver tabla 4). También es significativa estadísticamente la variable de **ocupación**: ($f = 3,47$; $p = 0,02$), para el subgrupo “estudiante” la media es $M = 3,29$; “trabaja” $M = 3,04$; “estudia y trabaja” $M = 3,06$; y “ama de casa” $M = 3,20$ (Ver tabla 5). Del mismo modo es significativa la variable sociodemográfica de **tenencia de pareja**: ($t = 4,00$; $p = 0,046$), para el subgrupo de mujeres que indicó tener pareja la media de CEG fue $M = 3,26$ y para el subgrupo que indicó no tener pareja la media es $M = 3,13$ (Ver tabla 6). Otra variable sociodemográfica significativa estadísticamente para el total de la muestra es **estado civil**: ($f = 2,94$; $p = 0,02$), para el subgrupo “casadas” la media es $M = 3,20$; “solteras” $M = 3,15$; “unión libre” $M = 3,28$; “noviazgo” $M = 3,34$; “otros” (separada, viuda) $M = 3,70$ (Ver tabla 8).

Tabla 6. Media de variables por grupos, según tenencia de pareja.

Grupo	Variable	Tiene pareja	No tiene pareja
Universitarias	Conciencia de estigma de género	3,31	3,17
	Autoestima	4,35	4,32
No universitarias	Conciencia de estigma de género	3,20	3,08
	Autoestima	4,12	4,13
Muestra general	Conciencia de estigma de género	3,26	3,13
	Autoestima	4,24	4,24

En cuanto a la variable de estudio de autoestima la variable sociodemográfica que arrojó valores significativos es el **nivel de estudios**: ($f = 4,04$; $p = 0,003$), las medias para los subgrupos se

indican a continuación: “primaria” M=4,05; “bachillerato” M= 4,07; “técnico” M= 4,35; “universitarios incompletos” M= 4,32; y “universitarios completos” M= 4,57. ^{(Ver tabla 7).}

Tabla 7. Media de variables por grupos, según el nivel educativo.

Variable	No universitarias			Universitarias		Muestra general
	Primaria	Bachillerato	Técnico	Universitarios Incompletos	Universitarios Completos	
Conciencia de estigma de género						
	3,15	3,14	3,17	3,25	3,07	3,16
Autoestima	4,05	4,07	4,35	4,32	4,57	4,27

Tabla 8. Media de variables por grupos, según el estado civil.

Grupo	Variables	Casada	Soltera	Unión libre	Noviazgo	Otros
						(separada, viuda)
Universitarias	Conciencia de estigma de género	3,20	3,15	3,28	3,34	3,70
	Autoestima	4,35	4,32	4,54	4,30	4,50
No universitarias	Conciencia de estigma de género	3,20	3,14	3,19	3,27	2,75
	Autoestima	4,47	4,13	4,16	3,83	4,12
Muestra general	Conciencia de estigma de género	3,20	3,15	3,21	3,33	2,84
	Autoestima	4,42	4,25	4,24	4,19	4,15

Discusión

La presente investigación realizada con dos grupos de mujeres: “Universitarias” y “No Universitarias” de 18 a 39 años de edad, en la ciudad de Palmira se había propuesto cuatro objetivos específicos. El primero, establecer el nivel de Conciencia de Estigma de Género (CEG) para cada una de las muestras de mujeres. Los resultados obtenidos indican que ambos grupos se encuentran en un nivel medio de CEG, sin embargo, es mayor el nivel de CEG entre las mujeres “Universitarias” que entre las “No universitarias”, pese a que ambos grupos están conformados por mujeres, estas no perciben el estigma de género de la misma manera, pues, de acuerdo con (Pinel, 1999) los individuos para los cuales su rasgo o característica estereotipada es muy importante tienen mayores posibilidades de ser estereotipadas. Lo cual podría sugerir que las mujeres “Universitarias” le confieren mayor importancia a su género que las mujeres “No universitarias”, y en este sentido serían más conscientes de su condición estigmatizada, lo que las haría probablemente más vulnerables al estereotipo (Pinel, 1999).

Varios aspectos de los resultados afianzan la condición de minoría de la mujer. Las mujeres universitarias que se encuentran actualmente estudiando puntuaron más alto en el nivel de conciencia de estigma de género, probablemente esto se deba a que en la universidad se discute, se reflexiona, se participa en los procesos de representaciones sociales que contribuye a la toma de una mayor conciencia de su condición de minoría ^(Ver tablas 5 y 7). De igual manera aquellas mujeres que se encuentran en una relación de pareja, especialmente “noviazgo” expresan un mayor nivel de conciencia de estigma de género ^(Ver tablas 6 y 8), probablemente esto se deba a que las características del vínculo de pareja propicien un

nivel de conciencia de estigma de género mayor, quizás futuras investigaciones puedan aportar algo al respecto.

El segundo objetivo del presente estudio es identificar cual es el estado de la autoestima de las mujeres de la muestra. Como los resultados lo indican, ambos grupos del estudio presentan un nivel alto de autoestima, sin embargo, es mayor el nivel de autoestima entre las mujeres “Universitarias”, y menor en las “No universitarias”.

Los resultados de la presente investigación indican un incremento del nivel de autoestima a mayor nivel de estudio, lo que evidencia que el logro académico incrementa la autoestima. La autoestima es vista como un recurso psicológico importante para enfrentarse a las demandas sociales actuales (Gonzales, 1999). Es así como un mayor nivel de autoestima en las mujeres “Universitarias” es vital para que puedan afrontar de una mejor manera las exigencias del entorno en el cual se desenvuelven.

El tercer objetivo de investigación es estudiar cuantitativamente la relación entre conciencia de estigma de género y la autoestima en las mujeres del estudio. En el grupo de mujeres “Universitarias” se encontró una correlación negativa, sin embargo, no significativa estadísticamente, que sugiere que estas tienen mayores probabilidades de percibir el estigma de género que las mujeres “No universitarias”, pues para estas últimas los resultados indican una relación positiva, no significativa entre las variables estudiadas. Lo anterior sugiere que un mayor nivel de conciencia del estigma de género puede afectar de manera negativa la autoestima de las mujeres “Universitarias”, sin embargo, no en un nivel relevante, mientras para las “No universitarias” su autoestima no se ve afectada. Quizás si se estudia una muestra mayor de mujeres se obtengan datos que permitan una mejor comprensión de los efectos de la conciencia del estigma de género sobre la autoestima en nuestra cultura.

El cuarto objetivo de la presente investigación es establecer si existen diferencias significativas respecto a las variables CEG y autoestima, y su relación, entre los dos grupos de mujeres estudiadas. Los resultados del grupo de mujeres “Universitarias” evidenciaron niveles de CEG y de autoestima mayores, respecto al grupo de mujeres “No universitarias”.

En el grupo de mujeres “Universitarias” los resultados sugieren que existe un impacto entre las variables estudiadas aunque este no es universal, es decir, no sería igual para todos los grupos de todas las culturas, mientras, en las mujeres “No universitarias” se observó una la relación positiva con un nivel de significancia tan bajo que no permite concluir un impacto importante entre variables en una u otra dirección. De acuerdo con Brown y Pinel (2003), a pesar de que los estigmas sociales sean iguales, no todos los miembros de un grupo social estigmatizado lo experimentan de la misma manera.

Como se planteó al comienzo de este estudio, son dos las hipótesis que guiaron la presente investigación. A continuación se revisará cada una de ellas.

Hipótesis de correlación

“La conciencia de estigma de género se relacionará negativamente con la autoestima en las dos muestras de mujeres del presente estudio”.

La hipótesis planteada sugería que ser conscientes del estigma de género podría desencadenar efectos negativos en la autoestima de las mujeres participantes, sin embargo, como arriba se mencionó, la correlación estudiada entre las variables conciencia de estigma de género y autoestima para el grupo de mujeres “Universitarias” es negativa no significativa estadísticamente mientras que en la muestra de “No universitarias” la correlación es incluso positiva, por lo tanto, la hipótesis planteada no recibe apoyo empírico

en la investigación y del mismo modo no se ofrece respaldo empírico para el Modelo Rechazo- Identificación. No obstante, algunos resultados de pruebas estadísticas complementarias podrían sugerir que la hipótesis de investigación es cierta en algunos subgrupos. Un ejemplo de esto es el presentado en el grupo de universitarias con el subgrupo de edad de “18 a 21 años”. Se encontró que la CEG es mucho más alta entre las estudiantes “Universitarias” más jóvenes y su autoestima es más baja en relación a las mujeres mayores en su mismo grupo. Al parecer, ser joven es una razón para que se eleve la CEG, mientras que la autoestima se incrementa si son mayores. Esto podría sugerir que la vida universitaria o los estudios universitarios estimulan en sus primeros años la CEG de alguna manera, pero que la autoestima requiere de mayor tiempo en la universidad.

El diseño metodológico de cruzar las escalas de conciencia de estigma de género y de autoestima aportó la posibilidad de descubrir que las dos variables, si bien, presentan un grado de asociación, este no es igual al reportado por investigaciones en otras culturas, lo cual sugiere que probablemente es necesario acudir a otras variables mediadoras.

Hipótesis de comparación

“Las mujeres “Universitarias” presentan mayor autoestima que las mujeres “No universitarias”. Los resultados indican que tanto el grupo de mujeres “Universitarias” como el de “No universitarias” se encuentran en un nivel alto de autoestima, otros estudios realizados por Molero y Murillo (2012) indican que existe una generalizada tendencia entre los colombianos a resaltar su autoestima como un valor superior. No obstante, se observan algunas diferencias, la autoestima es más alta en las mujeres “Universitarias”, siendo mayor

en las “universitarias mayores”. En otras palabras, primero, a mayor nivel educativo la autoestima es más alta, segundo, a mayor edad, tanto en las “Universitarias” como en las “No universitarias” la autoestima es mayor, dicho esto se tiene que factores como el nivel educativo y la edad determinarían una mayor o menor autoestima. Lo anterior va en la misma vía de autores como Crocker y Major (1989), quienes afirman que en anteriores estudios se ha encontrado que la autoestima varía en función de la edad, la retroalimentación sobre el desempeño, las transiciones educativas, el contexto social, y las variables estructurales sociales. Quizás la mujeres “Universitarias” respondan con una mayor autoestima dado que una sociedad como la nuestra, que presenta constantes avances tecnológicos les exija mayores niveles de autoestima González (1999), siendo este un factor determinante para el alcance de metas, pues, una persona con una alta autoestima piensa positivamente de sí mismo, se acepta y se siente competente para afrontar los retos y responsabilidades que la vida le plantea (González, 1999). De este modo se ofrece respaldo empírico para esta hipótesis.

Otros resultados que pese a no estar contenidos en las presentes hipótesis, merecen ser comentados a continuación:

En el subgrupo de mujeres “Universitarias, de 18 a 21 años de edad” se encontró que a mayor nivel de conciencia de estigma de género menor es la autoestima, probablemente aquellas mujeres que se han inmerso en contextos fuera de los tradicionales puedan sentir o haber enfrentado un trato negativo y discriminación directa (Major & O’Brien, 2005) en situaciones estigmatizantes, lo que afecta su estatus social, esto explicaría por qué las mujeres universitarias son más conscientes de su condición estigmatizada. Y aunque el estigma es una característica que genera respuestas negativas o efectos indeseados en los estigmatizados, es probable que esas respuestas no sean

exactamente las mismas para todos los grupos. (Marichal & Quiles, 2000). Este caso puntual ofrece soporte empírico para la confirmación de la hipótesis de investigación número uno, no obstante, se espera que el presente estudio pueda servir de base para posteriores investigaciones sobre el tema con diferentes subgrupos de mujeres en nuestra cultura, que permitan la comprensión de este fenómeno social, del mismo modo enriquecer el estado del arte sobre el mismo.

Se observó que algunas variables sociodemográficas estudiadas como la edad y el nivel educativo probablemente influyen en los niveles de conciencia de estigma de género y de autoestima de las mujeres participantes, pues, las participantes más jóvenes presentan mayor nivel de conciencia de estigma de género y menor nivel de autoestima frente a las mujeres mayores, para las cuales el nivel de conciencia de estigma de género es menor y su nivel de autoestima es mayor. En esta vía podría suponerse que las mujeres “Universitarias” más jóvenes perciben más fácilmente la amenaza del estereotipo –dadas las exigencias de su entorno- lo que eleva la conciencia del estigma de género (Pinel, 1999). Quizás esto se deba a que las mujeres que acceden a un nivel educativo superior conocen más acerca de sus derechos fundamentales y son más conscientes cuando estos están siendo amenazados o vulnerados, que las mujeres de bajo nivel educativo.

Existen subtipos estereotípicos de género, incluso dentro de una misma cultura, es decir que las creencias que se tienen sobre cada subtipo de mujeres son distintas, así mismo la forma como estas perciben el estigma de género. Entre algunos de estos subtipos de mujeres se encuentran: amas de casa, universitarias, ejecutivas, deportistas, etc. (Cuadrado, 2007). En este sentido y de acuerdo a lo observado, las mujeres que estudian presentan mayores niveles de CEG, mientras los valores más bajos se encuentran en las mujeres que trabajan; y estas últimas a su vez tienen los más altos niveles de autoestima, mientras los

niveles más bajos de la misma se encuentran en las amas de casa. Probablemente, la inclusión paulatina de las mujeres en algunos campos antes reservados a los hombres como la educación superior y el campo laboral, sea un factor determinante para que las primeras sean más conscientes o perciban más fácilmente situaciones de estigmatización de género y las segundas se sientan más satisfechas consigo mismas y por ende su autovaloración es positiva y las terceras presenten un nivel de autoestima más bajo.

Las mujeres que tienen pareja y se encuentran en estado civil de “noviazgo” presentan mayor nivel de CEG, por el contrario, las mujeres que no tienen pareja y se encuentran en estado civil “otros” (separadas o viudas) tienen el menor nivel. En cuanto a la autoestima, esta es levemente mayor en las mujeres que tienen pareja, siendo mayor para las mujeres “casadas” y menor para aquellas en estado civil “otros” (separadas o viudas). Al parecer un contacto directo o más frecuente con miembros de grupos mayoritarios, en este caso hombres, podría aumentar los niveles de conciencia de estigma de género y de autoestima, sin embargo, esta idea requiere ser estudiada a mayor profundidad.

Algunas reflexiones adicionales respecto a los estereotipos, prejuicios y discriminación de género, fueron tomadas de los promedios generales de las respuestas de cada uno de los ítems de la Escala de conciencia de estigma de género en cada una de las muestras de estudio. En ellos se evidencia un nivel medio-alto general, no obstante, frente a los ítems 4 y 5 hay una clara diferencia entre estos grupos: en el ítem 4: “La mayoría de los hombres no juzga a las mujeres por su género”, se evidencia un nivel de desacuerdo alto, el cual podría sugerir que las mujeres “Universitarias” perciben un mayor nivel de prejuicio de género frente a las mujeres “No universitarias”, en cuanto al ítem 5: “ser mujer no influye en como los hombres actúan conmigo”, las respuestas obtenidas podrían indicar que las mujeres “Universitarias” percibirían un mayor nivel de discriminación frente a las

mujeres “No universitarias”. Adicional a esto, el ítem 8: “La mayoría de los hombres tienen pensamientos mucho más sexistas de lo que realmente expresan” indicaría un nivel muy alto de percepción del estereotipo de género en ambas sub muestras de mujeres.

Conclusiones

La investigación llevada a cabo con una muestra poblacional de 260 mujeres en la ciudad de Palmira permitió evidenciar:

Primero, que la relación entre la conciencia de estigma de género y la autoestima para el caso de las mujeres “Universitarias” y de la “Muestra total” si bien, es negativa, presenta una baja significancia estadística, mientras para el grupo de mujeres “No universitarias” se observó que la relación es positiva. Sin embargo, en ambos casos el nivel de significancia estadística es tan bajo que no permite concluir un impacto importante en una u otra dirección, es decir, no es posible suponer que la conciencia de estigma de género y la autoestima se relacionen negativamente, no obstante, se deja abierta la posibilidad de que posteriores estudios con diferentes muestras de mujeres permitan una mayor comprensión del fenómeno.

Segundo, se halló un alto nivel de autoestima para ambas muestras de mujeres, no obstante, este nivel es mayor a mayor edad y nivel educativo, lo cual indicaría la probabilidad de una relación entre la autoestima, el nivel educativo y la edad, temas relevantes para posteriores estudios en el área.

Tercero, el presente estudio no ofrece respaldo empírico al Modelo Rechazo-Identificación, pues el modelo sugiere que para los miembros de grupos minoritarios el rechazo percibido afecta negativamente la autoestima, sin embargo, se aprecia una correlación no significativa. Es por ello que se espera que posteriores estudios con una muestra mayor de mujeres permita reunir mayores evidencias sobre el respaldo o no de dicho modelo en nuestra cultura.

Conclusiones de otros resultados

Como arriba se mencionó, existen otras variables de carácter sociodemográfico que al parecer se relacionan con las variables de estudio: el acceso a un mayor nivel de educación eleva la autoestima de las mujeres participantes; el factor sociodemográfico de edad indicaría una diferencia para la conciencia de estigma de género entre las muestras, pues son las mujeres más jóvenes –especialmente las del grupo de “Universitarias”- quienes perciben un mayor nivel el estigma de género; ocurre así mismo para aquellas mujeres que tienen una relación de pareja.

Conclusiones personales

Personalmente, la experiencia de realizar un estudio de corte cuantitativo -a pesar de que la formación académica que se nos ha impartido en la universidad tiene su fuerte en el enfoque cualitativo- se convirtió para mí en un reto que exigía un cambio de pensamiento, dominar otras nociones y fortalecer mis cualidades de investigadora. La reacción que tendrían en esta investigación los instrumentos aplicados para medir las variables de estudio generaban en mí grandes expectativas, pues, ambas escalas fueron desarrolladas en otras culturas, la Escala de Autoestima de Rosenberg es ampliamente conocida a nivel mundial, mientras que de la Escala de Conciencia de Estigma de Género de Pinel no se conocen antecedentes de aplicación en nuestra cultura, por lo tanto este sería el factor sorpresa para la presente investigación, del mismo modo la correlación entre ambas escalas.

Fue una experiencia enriquecedora, que fortaleció mis cualidades para la investigación: mantener una posición más objetiva en la investigación, hablar en público exigía habilidades de comunicación y actitud para interactuar con personas de diferente nivel educativo y darles a conocer el objetivo de mi trabajo.

Desarrollar una investigación no es tarea fácil, requiere de un método adecuado, más si es en el área de las ciencias sociales y específicamente dentro de los estudios de género, pues estos han causado controversia en los últimos tiempos. Conocer como las mujeres participantes perciben el estigma de género generará un aporte a este campo de investigación.

Recomendaciones

Tras el desarrollo de la presente investigación, la cual se apoyó en estándares internacionales, se hizo un reconocimiento de la importancia del modelo cuantitativo de investigación, por lo tanto se sugiere a la Universidad del Valle y a sus semilleros de investigación que acojan sus cualidades para el desarrollo de posteriores investigaciones en el campo de la psicología social. Del fortalecimiento en los conocimientos y el interés por este tipo de enfoque depende un desarrollo científico del área que permita posicionarnos a nivel internacional.

A las futuras investigaciones se recomienda estudiar la correlación entre la conciencia de estigma de género y la autoestima en relación con otras variables sociodemográficas como: la edad, el nivel educativo, la ocupación, entre otras. Lo cual permita una mayor comprensión de las dinámicas entre dichas variables. Del mismo modo, sería de gran importancia para el campo de los estudios de género describir el fenómeno del estigma de género desde el punto de vista de los hombres, aportando a la comprensión de cómo los hombres ven a las mujeres, qué cosas perciben de ellas, si hay o no un cambio social en lo que respecta al lugar social de la mujer hoy en día.

Los resultados de la presente investigación apuntan que a mayor nivel educativo mayor es la autoestima, por lo tanto, se sugiere a las diferentes ONG's que brindan apoyo a las mujeres en nuestro país que incluyan dentro de sus planes de intervención capacitaciones sobre la importancia de la buena autoestima para el crecimiento personal, profesional, laboral y espiritual, así mismo se empodere a estas mujeres que se encuentran

en situaciones vulnerables para que se sientan capaces de afrontar las exigencias de nuestra sociedad.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar, Y., Valdez, J., González-Arratia, N., & González, S. (2013) Los roles de género de los hombres y las mujeres en el México contemporáneo. Enseñanza e investigación en Psicología, vol. 18, núm. 2, (pp. 207-224). Universidad Autónoma del Estado de México.
- Brown, R., & Pinel, E. (2003). Stigma on my mind: Individual differences in the experience of stereotype threat. *Journal of Experimental Social Psychology*, 39, 626-633. doi: 10.1016/S00-1031(03)00039-8.
- Cañarte De Mori, J. (2014). Análisis de la construcción de estereotipos de género a partir de la lectura de cuentos infantiles (La Bella Durmiente, Cenicienta y Blancanieves) en las estudiantes de la facultad de Filosofía y Letras, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. Facultad de filosofía, letras y ciencias de la educación, comunicación social con mención en literatura.
- CEPALSTAT. (2015). Base de datos y publicaciones estadísticas. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Naciones Unidas, 2000-2015. Recuperado de http://estadisticas.cepal.org/cepalstat/WEB_CEPALSTAT/perfilesNacionales.asp?idioma=e
- Crocker, J., & García, J. (2006). Stigma and the social basis of the self: A synthesis. En S. Levin & C. Van Laar (Eds.), *Stigma and group inequality* (pp. 287 – 308). Mahwah, New Jersey: LEA.
- Crocker, J., & Major, B. (1989). Social stigma and self-esteem: The self-protective properties of stigma. *Psychological Review*, 96(4), (pp. 608-630).
- Crocker, J., & Quinn, D. (2000). Social stigma and the self: Meanings, situations, and self-esteem. En T. Heatherton, R.E. Kleck, M.R. Helb & J.G. Hull (Eds.), *The social psychology of stigma* (pp. 153–183). New York: Guilford Press.
- Crooks, R., & Baur, K. (2009) Nuestra sexualidad. (10 ma Ed.) México. Ed.: Cengage Learning.
- Cuadrado, I. (2007). Estereotipos de género. En J.F. Morales, M. Moya; E. Gaviria & I. Cuadrado (Coords.), *Psicología social* 3ra Edición, (pp. 243-265). Madrid: McGraw-Hill.
- De Martino, M. (2010). Reflexión sobre los límites en las opciones de minorías sexuales. *Tend. Retos*, No. 15, (pp. 177-191). Buenos Aires, Argentina.
- Fierro, A. (1990). Autoestima en adolescentes. Estudios sobre su estabilidad y sus determinantes. Universidad de Malaga. *Estudios de Psicología*, No. 45, (pp. 85-107).

- Goffman, E. (1963). Estigma e identidad social. *Estigma. La identidad deteriorada*. (1ra Ed.) Buenos Aires: Amorrortu. ISBN: 9505180160.
- Gómez, A. (2007). Estereotipos. En J.F. Morales, M. Moya; E. Gaviria & I. Cuadrado (Coords.), *Psicología social* (3ra Ed., pp. 213-240). Madrid: McGraw- Hill.
- González, M. (1999). Algo sobre autoestima: Qué es y cómo se expresa. *Revista de Pedagogía de la Universidad de Salamanca*, ISSN 0214-3402 (Nº 11, pp. 217-232).
- González-Pienda, J., Núñez, J., Glez-Pumariega, S., & García, M. (1997). Autoconcepto, autoestima y aprendizaje escolar. *Revista Psicothema*, vol. 9 no. 2, (pp. 271-289). ISSN: 0214-9915. CODEN PSOTEG. Universidad de Oviedo.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. (V ed.). México: Mc Graw Hill.
- Illán, M. (2005). Marginados aunque no minorías. Mujeres artistas en la España Moderna. Marginados y minorías sociales en la España Moderna y otros estudios sobre Extremadura. VI Jornadas de Historia en Llerena; coordinación: Lorenzana, F., Mateos, F. (pp. 185-194) ISBN-10: 84-611-0399-8 - ISBN-13: 978-84-611-0399-7.
- López & García-Retamero (2007). Dinámica de los estereotipos en España. En J.F. Morales; M. Moya, E. Gaviria & I. Cuadrado (Coords.) *Psicología social* (3ra Ed., pp. 354-361). Madrid: McGraw-Hill.
- Major, B. (2006). New perspectives on stigma and psychological well-being. En S. Levin & C. Van Laar (Eds.), *Stigma and group inequality* (pp. 193-210). Mahwah, New Jersey: LEA.
- Major, B., & O'Brien, L.T. (2005). The social psychology of stigma. *Annual Review of Psychology*, 56, (pp. 393- 421). doi: 10.1146/annurev.psych.56.091103.070137.
- Marichal, F., & Quiles, M. (2000) La organización del estigma en categorías: actualización de la taxonomía de Goffman. *Revista Psicothema*. Vol. 12, No. 3, (pp. 458-465).
- Molero, F. (2007a). El estudio del prejuicio en la psicología social: Definición y causas. En J.F. Morales, M. Moya; E. Gaviria & I. Cuadrado (Coords.), *Psicología social* (3ra Ed., pp. 591-617). Madrid: McGraw- Hill.
- Molero, F. (2007b). Prejuicio y estigma: Efectos y posibles soluciones. En J.F. Morales; M. Moya, E. Gaviria & I. Cuadrado (Coords.) *Psicología social* (3ra Ed., pp. 619 – 640). Madrid: McGraw-Hill.
- Montt, M., & Ulloa, F. (1996). Autoestima y salud mental en los adolescentes. *Salud mental*, vol. 19, No. 3.
- Moya, M. (2003). El análisis psicosocial del género. En J.F. Morales & C. Huici (directores), *Estudios de psicología social* (pp. 175-216). Madrid: UNED.
- Muniz, S. (2011). Por um conceito de minoría. Universidad Federal de Rio de Janeiro.
- Murillo, J., & Molero, F. (2012). Factores psicosociales asociados al bienestar de inmigrantes de origen colombiano en España. *Psychosocial Intervention*, vol. 21, No. 3, 2012 (pp. 319-329). Colegio oficial de psicólogos de Madrid, ISSN 1132-0559.

- Murillo, J. (2013). Percepción de prejuicio, identidad nacional y bienestar subjetivo en colombianos emigrantes. *Tesis doctoral*. Facultad de Psicología. UNED, Madrid: España.
- Observatorio de Asuntos de Género. (2012). Indicadores de Género en Colombia. Alta Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer. Boletín No. 15. ISSN: 1794-4082. Bogotá, Colombia.
- Observatorio de Asuntos de Género. (2013). Avances en la medición de la economía del cuidado. . Alta Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer. Boletín No. 17. ISSN: 1794-4082. Bogotá, Colombia.
- Observatorio de Asuntos de Género. (2014). Avances en la participación política de las mujeres en Colombia. Alta Consejería Presidencial para la equidad de la mujer. Boletín No. 18. ISSN: 1794-4094. Bogotá, Colombia.
- Osborne, R. (1996). ¿Son las mujeres una minoría? Revista la Balsa de la Medusa, No. 37. ISEGORIA/14. Editorial Visor Dis S.A., (pp. 79-93). UNED, Madrid, España.
- Pinel, E. (1999). Stigma consciousness: The psychological legacy of social stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), (pp. 114-128).
- Pinel, E. (2004). You're saying that because I'm a woman: Stigma consciousness and attributions to discrimination. *Self and Identity*, 3, (pp. 39-51). doi: 10.1080/13576500342000031.
- Quiles, M. N., & Leyens, J. P. (2003). El prejuicio desde el punto de vista de la víctima. En J.F. Morales & C. Huici (Directores), *Estudios de psicología social*(pp. 119-143). Madrid: UNED.
- Quiles, M., & Morera, M. (2008). El estigma social: la diferencia que nos hace inferiores. En J. F. Morales, C. Huici, A. Gómez & E. Gaviria (Coords.), *Método, teoría e investigación en psicología social* (pp. 377 -399). Madrid: Pearson Prentice-Hall.
- Sánchez, E. (1999) Relación entre la autoestima personal, la autoestima colectiva y la participación en la comunidad. *Revista Anales de Psicología*. 15 (2), (pp. 251-260). ISSN: 0212-9728.
- Schmitt, M.T., Branscombe, N.R., Kobrynowicz, D., & Owen, S. (2002). Perceiving discrimination against one's gender group has different implications for well-being in women and men. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(2), (pp. 197-210).
- Truñó, M. (2007). No solo víctimas: mujeres en el lugar social de la víctima y relaciones de género. Los derechos de las mujeres en America Latina. Revista El otro Derecho, No. 36, (pp. 129-147). ISSN: 977012222500100036. ILSA-Instituto Latinoamericano de Servicios Legales Alternativos.
- UNICEF- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. 2007. Estado Mundial de la Infancia- 2007. La Mujer y la Infancia. El doble dividendo de la igualdad de género. ISBN-13:978-92-806-4066-3, ISBN-10: 92-806-4066-6. Nueva York, USA.

Anexos

Anexo 1. Cuestionario



Universidad del Valle - Sede Palmira.

Programa de Psicología.

El siguiente cuestionario forma parte de un trabajo de grado dentro del programa de Psicología de la Universidad del Valle, Sede Palmira. Su colaboración es voluntaria, pero es indispensable que conteste con total sinceridad, pues, de no hacerlo podría alterar los resultados y llevar a conclusiones equivocadas a los investigadores. Recuerde que la información que usted suministre en la presente investigación es confidencial y su identidad no será conocida por nadie. Sus resultados no serán utilizados con otros fines fuera de lo académico.

En el cuestionario a continuación encontrará una serie de afirmaciones (20). Cada una de estas presenta cinco posibles opciones de respuesta. Usted deberá encerrar el número que mejor exprese su opinión y/o sentir respecto a cada punto, así:

1= Totalmente en desacuerdo

2= En desacuerdo

3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4= De acuerdo

5= Totalmente de acuerdo

Cuestionario

Los estereotipos sobre las mujeres **no** me han afectado personalmente.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

Nunca me preocupo de si mi conducta será considerada como estereotipadamente femenina.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

Al interactuar con los hombres, siento que ellos interpretan todos mis comportamientos en términos de que soy una mujer.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

La mayoría de los hombres **no** juzgan a las mujeres por su género.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

Ser mujer **no** influye en como los hombres actúan conmigo.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

Casi nunca pienso que soy mujer cuando interactúo con los hombres.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

Mi condición de mujer **no** influye en como las personas actúan conmigo.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

La mayoría de los hombres tienen pensamientos mucho más sexistas de lo que realmente expresan.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

A menudo pienso que los hombres son injustamente acusados de ser sexistas.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

La mayoría de los hombres tienen problemas para considerar a las mujeres como sus iguales.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

Me inclino a pensar que, en conjunto soy una fracasada.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

Creo que tengo varias cualidades buenas.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

Puedo hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

Creo que **no** tengo muchos motivos para sentirme orgullosa de mí.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

Tengo una actitud positiva hacia mí misma.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

En general, estoy satisfecha conmigo misma.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

Desearía valorarme más a mí misma.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

A veces me siento verdaderamente inútil.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

A veces pienso que **no** sirvo para nada.

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

Datos generales.

Fecha: _____

Edad: _____

Nivel de estudios:Primaria ☐ Bachillerato ☐ Técnicos ☐Universitarios incompletos ☐ Universitarios completos ☐

Ocupación: _____

Tiene pareja actualmente:Sí ☐ No ☐**Estado civil:**Casada ☐ Soltera y sin compromiso ☐ Unión libre ☐Noviazgo ☐ Separada ☐ Viuda ☐**Estrato social:**Uno ☐ Dos ☐ Tres ☐ Cuatro ☐**Si usted es estudiante universitaria, por favor señale además:**

Universidad: _____

Programa académico: _____

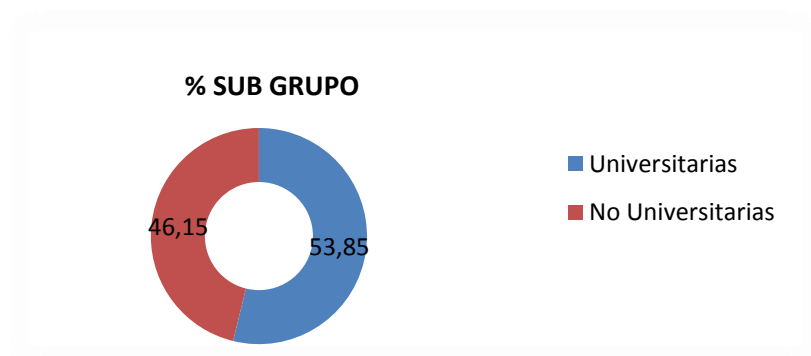
Semestre: _____

Anexo 2. Descripción socio demográfica de la muestra

Este estudio cuenta con una muestra de 260 personas ($n= 260$), en su totalidad mujeres, fueron encuestadas en la ciudad de Palmira. A continuación se presenta los resultados estadísticos descriptivos y de fiabilidad de las escalas empleadas.

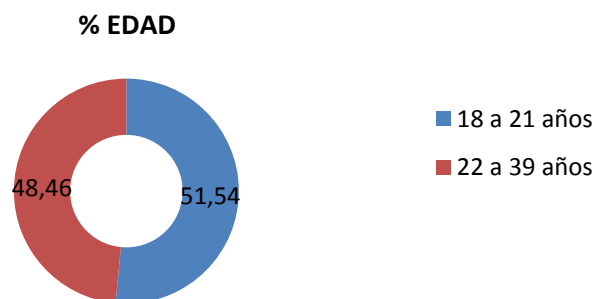
Respecto a las variables demográficas se presentan los siguientes resultados en porcentajes.

Gráfica 1. Subgrupo.

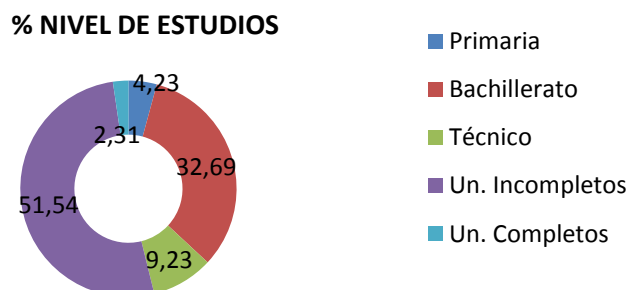


Subgrupo: universitarias 53,85%; no universitarias 46,15%.

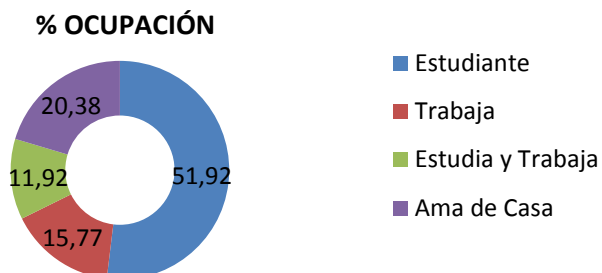
Gráfica 2. Edad.



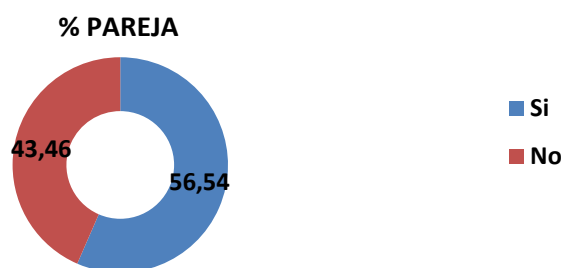
Edad: 18-21 años 51,54%; 22 años en adelante 48,46 %

Gráfica 3. Nivel de Estudios.

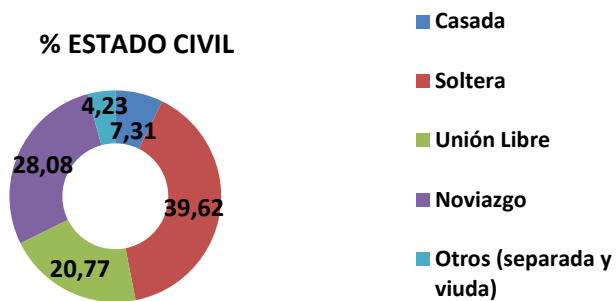
Nivel de Estudios: primaria 4,23%; bachillerato 32,69%; técnico 9,23%; universitarios incompletos 51,54%; universitarios completos 2,31%.

Gráfica 4. Ocupación.

Ocupación: estudia 51,92%; trabaja 15,77%; estudia y trabaja 11,92%; ama de casa 20,38%.

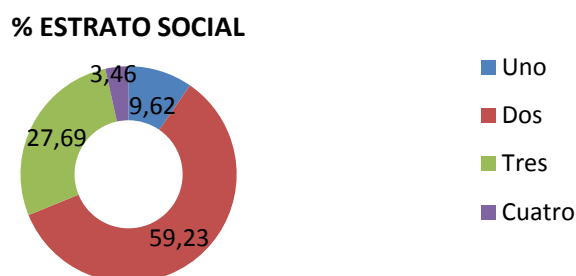
Gráfica 5. Pareja.

Pareja: si 56,54%; no 43,46%.

Gráfica 6. Estado civil.

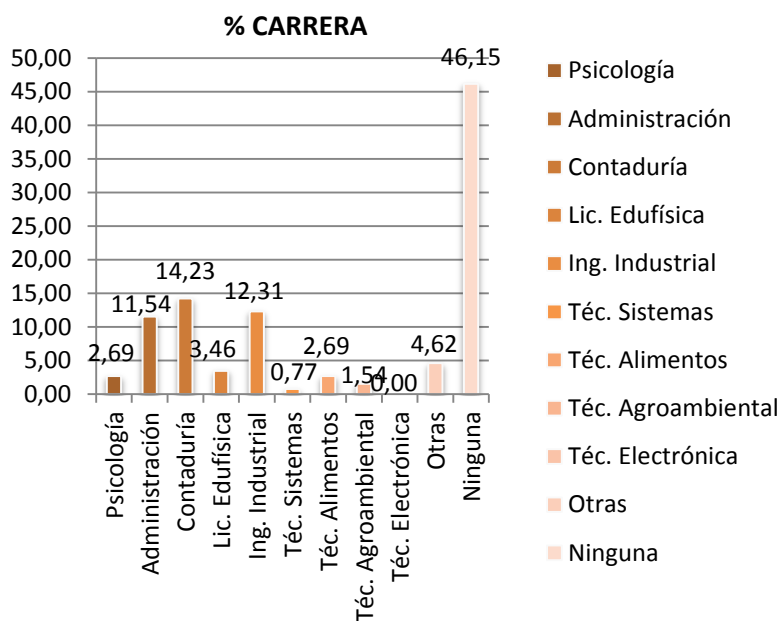
Estado civil: casada 7,31%; soltera 39,62%; unión libre 20,77%; noviazgo 28,08%; otros (separada/viuda) 4,23%.

Gráfica 7. Estrato social.



Estrato social: uno 9,62%; dos 59,23%; tres 27,69%; cuatro 3,46%.

Gráfica 8. Carrera profesional.

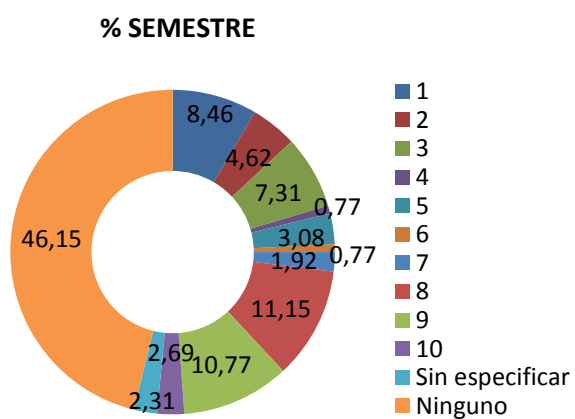


Carrera profesional: psicología 2,69%; administración 11,54%; contaduría 14,23%;

Licenciatura educación física 3,46; ingeniería industrial 12,31%; tecnología en sistemas

0,77%; tecnología en alimentos 2,69%; tecnología agroambiental 1,54%; otras 4,62%; ninguna 46,15%.

Gráfica 9. Semestre.



Semestre: primer 8,46%; segundo 4,62%; tercero 7,31%; cuarto 0,77%; quinto 3,08%; sexto 0,77%; séptimo 1,96%; octavo 11,15%; noveno 10,77%; décimo 2,69%; sin especificar 2,31%; ninguno 46,15%.

Anexo 3.Tablas de resultados

Tabla 9. Media de variables por grupos, según estrato.

Grupo	Variable	Uno	Dos	Tres	Cuatro
Universitarias	Conciencia de estigma de género	3,21	3,27	3,22	3,21
	Autoestima	4,32	4,37	4,27	4,40
No universitarias	Conciencia de estigma de género	3,04	3,17	3,14	2,90
	Autoestima	4,01	4,14	4,14	3,80
Muestra general	Conciencia de estigma de género	3,15	3,22	3,19	3,14
	Autoestima	4,22	4,25	4,22	4,27