

Medición implícita de la estereotipia del poder

Susana Puertas y Miguel Moya

*Programa de Doctorado "Aplicaciones y Métodos en Psicología Social".
Departamento de Psicología Social y Metodología de las Ciencias del
Comportamiento. Universidad de Granada. Campus de Cartuja, Facultad de
Psicología, 18011, Granada, España.*
spuertas@ujaen.es

Resumen

The Implicit Association Test (IAT; Greenwald, McGhee, and Schwartz, 1998) provides a flexible measure of the automatic associations underlying implicit stereotypes and prejudice. The present study tested the implicit stereotypes about powerful and powerless individuals using the IAT.

Some previous lines of research have shown that the content of these stereotypes may be systematic: powerful groups are usually perceived as competent but not sociable and the other hand, powerless groups are seen as incompetent but sociable.

This study using the IAT supports this hypothesis for the automatic component of stereotypes of powerful and powerless individuals.

The implications of our results for the importance of the attributive dimensions are discussed.

INTRODUCCIÓN

Piensen por un momento en personas de su entorno más o menos cercano que debido a la posición social que ocupan poseen poder, o tienen capacidad para influir y controlar a los demás. ¿Cómo podría describirlos? ¿Qué características o adjetivos son los primeros que se le ocurren? Probablemente han venido a su cabeza rasgos como: inteligente, eficaz, serio, etc.

Ahora piense en esas otras personas de su entorno que ocupan una posición social inferior, personas que no están en disposición de ejercer poder. ¿Con qué rasgos las describiría? Posiblemente podría usted describir a estas personas como ineficaces, inconstantes, simpáticos, etc.

Pues bien, para poder entender en su totalidad los procesos psicosociales a la base de este fenómeno vamos a comentar, previamente, algunas cuestiones sobre el proceso de estereotipia, el poder y los instrumentos de medida de los estereotipos.

El proceso de estereotipia

A lo largo de toda la historia de la Psicología Social, uno de los temas de estudio "estrella" ha sido el de los estereotipos y el prejuicio, generando diversas orientaciones teóricas y un gran número de investigaciones que han tratado de

explicar el contenido, funcionamiento y funciones individuales y sociales de los mismos. Todo esto, desde que Lippmann (1922, *The Lippmann-Terman debate. En The IQ controversy*. Nueva York: Pantheon Books) ofreciera una definición de "estereotipo" como imágenes mentales que hay en nuestra cabeza sobre las personas, para dar significado a su comportamiento. Se configuran por tanto como creencias, como herramientas flexibles que nos ayudan a simplificar la realidad y a manejar una ingente cantidad de datos que nos llegan del medio pero...¿cómo funcionan? ¿en qué condiciones se activan? ¿siempre los utilizamos?.

Pues bien, en las últimas décadas, se ha formado una línea de investigación muy interesante al respecto encabezada por Devine (Devine, 1989, *J Pers Soc Psychol*, 56: 5-18) quien propone un modelo teórico basado en la disociación de los procesos automático y controlado que están implicados en la estereotipia y el prejuicio.

Esta aproximación hace una distinción importante entre lo que es el "conocimiento de un estereotipo" y la "aceptación del estereotipo". Es decir, que aunque seamos conocedores de un estereotipo concreto, nuestras creencias particulares pueden ser o no congruentes con este estereotipo. El modelo teórico de Devine propone que las respuestas a los miembros de grupos estereotipados se produce tras un procesamiento de la información que distingue entre procesos automáticos (involuntarios) y procesos controlados (voluntarios) de esa información. El procesamiento automático implica la activación espontánea o no intencional de algunas respuestas. Este tipo de procesamiento no requiere esfuerzo consciente y aparece con la presencia del estímulo adecuado en el ambiente. Una característica importante del procesamiento automático es que ocurre a pesar de los intentos deliberados que haga la persona para ignorarlos. En contraste, los procesos controlados son intencionales y requieren la atención activa del individuo.

El poder

El poder, ha sido una de las variables socioestructurales menos estudiadas en las investigaciones sobre conducta intergrupal (a pesar de la presencia continua e inevitable del poder en las relaciones sociales), pero ha sido recientemente retomada su importancia social en numerosos estudios empíricos sobre las relaciones intergrupales (Fiske y Dépret, 1996, *Eur Rev Soc Psychol* 7: 31-61).

En cuanto a la estereotipia del poder, es preciso señalar los estudios de Fiske (Fiske, 1993, *Am Psychol* 48: 621-628), donde defiende la tesis del reforzamiento y mantenimiento recíproco entre el poder y el estereotipo. Fiske concluye en este estudio que los poderosos estereotipan a los no poderosos, y utilizan el estereotipo que poseen del exogrupo; sin embargo, los no poderosos no utilizan el estereotipo de los poderosos sino que individualizan a sus miembros.

En otros estudios se ha relacionado la variable poder con determinadas dimensiones atributivas y los procesos de estereotipia que median entre ellos. De esta forma, Fiske, Morling y Stevens (1996, *Pers Soc Psychol Bull* 22: 115-123) señalan la relación existente entre el estereotipo positivo de los poderosos con atributos relacionados con la competencia y su estereotipo negativo relacionado con atributos de sociabilidad. Del mismo modo, señala como se hacía evidente el estereotipo positivo de las personas no poderosas en cuanto a atributos relacionados con la sociabilidad y su estereotipo negativo en atributos de competencia. En cualquier caso, se hace necesario profundizar en estos procesos de estereotipia relacionados con el poder para poder delimitar y examinar con mayor

detenimiento y precisión el contenido y funcionamiento de estos estereotipos así como las funciones que cumplen a nivel individual y social.

Instrumentos de medida de los estereotipos

Durante mucho tiempo, los psicólogos sociales se han interesado por idear procedimientos de medida de los estereotipos y prejuicios de determinados grupos. Sin embargo, estas técnicas de medida han cambiado considerablemente con el paso de los años.

Inicialmente, se medían los estereotipos y prejuicios con medidas “transparentes” para la persona que respondía, es decir, se le preguntaba a los individuos expresamente si toleraban o no a personas pertenecientes a determinados grupos. Son medidas a las que se les ha llamado “medidas explícitas de estereotipo y prejuicio”.

Durante los años 1960 y 1970, la presión social contra las actitudes prejuiciosas comenzó a tomar auge y estas medidas tradicionales de estereotipos comenzaron a indicar un declive de estas creencias al menos en cuanto al racismo y al sexismo en Estados Unidos. Esto en un principio se interpretó positivamente pero pronto se demostró que aunque explícitamente el estereotipo y el prejuicio estaban disminuyendo, era posible que lo que estuviera ocurriendo realmente fuese que estuvieran tomando unas formas más sutiles a las cuales no eran susceptibles o sensibles los métodos de medida hasta ese momento utilizados.

Esto nos lleva a una segunda generación de medidas y escalas de estereotipo y prejuicio que tratan de medir supuestamente las nuevas formas de prejuicio. Estas medidas se consideran menos reactivas porque están construidas de modo que no se pueda distinguir fácilmente el propósito del instrumento de medida a través del formato y desarrollo de los ítems y respuestas. De esta forma, si un individuo es realmente prejuicioso, a pesar de que intente encubrir o disimular sus actitudes reales en las respuestas dadas por motivaciones de deseabilidad social o cualquier otra, éstas se mostrarán tal cual en estas nuevas medidas mucho menos sensibles a estas motivaciones.

Una de estas medidas es el *Implicit Association Test* (IAT; Greenwald, McGhee y Schwartz, 1998, *J Pers Soc Psychol* 74: 1464-1480) que se ha mostrado idóneo para medir con gran precisión la automaticidad del procesamiento de la información y por tanto los procesos automáticos implicados en el proceso de estereotipia social. Más concretamente, el IAT busca medir las creencias y actitudes implícitas de las personas a través de la evaluación automática que subyace a este proceso.

De esta forma, el objetivo principal de este estudio fue la medición del componente automático del estereotipo de dos categorías sociales: poderosos y no poderosos (o subordinados), utilizando como instrumento de medida el IAT (una versión en castellano realizada por la autora). De acuerdo con las investigaciones de Fiske y su equipo, las hipótesis principales de este estudio fueron:

- que existe un estereotipo sobre los miembros de grupos poderosos y sobre los miembros de grupos no poderosos,
- en términos generales se percibirá a los poderosos como competentes pero poco sociables
- mientras que se percibirá a los grupos no poderosos como sociables pero poco competentes

- se cometerá más errores cuando el bloque al que se responde es incongruente que cuando es congruente con el estereotipo (poderosos-competentes y no poderosos-sociables).

MÉTODO

Participantes

La muestra de este estudio estuvo compuesta por 50 estudiantes de la Licenciatura de Psicología de la Universidad de Granada. Los participantes fueron 12 hombres y 38 mujeres que participaron de forma voluntaria y cuyas edades oscilaron entre 18 y 24 años (media: 20,76 y desviación típica: 1,59)

Instrumentos

Se utilizaron como estímulos 18 sustantivos asociados al poder: emperador, rey, presidente, gobernante, director, supremo, autoridad, juez, terrateniente, amo, rector, decano, jerarca, directivo, dueño, capitán, cabecilla y dirigente. También 18 sustantivos asociados a los no poderosos: esclavo, siervo, criado, prisionero, sometido, sirviente, súbdito, subordinado, lacayo, sumiso, pobre, dirigido, vasallo, inferior, mandado, jornalero, gobernado y empleado. Se seleccionaron del mismo modo un total de 18 adjetivos asociados a la competencia: eficaz, capaz, competitivo, constante, motivado, trabajador, inteligente, exigente, práctico, estudioso, culto, seguro, racional, rápido, puntual autónomo, reflexivo y riguroso. También 18 adjetivos asociados a la sociabilidad: amistoso, simpático, amable, agradable, cariñoso, divertido, alegre, comprensivo, gracioso, bondadoso, hospitalario, generoso, honesto, solidario, sensible, chistoso, sencillo y sentimental. (Para un análisis profundo de este procedimiento ver Puertas, Rodríguez-Bailón y Moya, 2000, *Psic Soc* 17: 69-84).

Procedimiento

Los participantes fueron citados de forma individual para participar en un estudio relacionado con la asignatura de Psicología Social. La tarea se realizó en un ordenador y se les instaba a los participantes a leer cuidadosa y detenidamente las instrucciones que iban a ir apareciendo en la pantalla sucesivamente.

Tras las pantallas de instrucciones y práctica, aparece una simple tarea de discriminación entre palabras-estímulo que corresponden o bien a la categoría de "poderosos" o bien a la categoría de "no poderosos", esta asignación se realiza pulsando con la mano izquierda la letra "a" (para asignar la palabra-estímulo a la categoría que aparece a la izquierda de la pantalla) o pulsando el número cinco (5) del teclado numérico con la mano derecha (para asignar la palabra-estímulo a la categoría que aparece a la derecha de la pantalla).

El segundo paso es la introducción de la dimensión atributiva de las categorías anteriores ("competencia" y "sociabilidad") y se establecen también con una tarea de discriminación de adjetivos a estas dos categorías dadas.

Después, ambos pares de categorías son superpuestas en una misma tarea (sería el tercer paso), es decir, en esta secuencia las palabras-estímulo pueden ser tanto sustantivos asociados a los "poderosos" o a los "no poderosos" como adjetivos pertenecientes a la categoría de "competencia" o a la de "sociabilidad".

En un cuarto paso, los participantes tienen la oportunidad de aprender la asignación de respuestas a la tarea de discriminación de “competencia” y “sociabilidad” de forma inversa, esto es, cambiando el lugar de aparición de las categorías. Finalmente, en la quinta secuencia se combina de nuevo en la tarea de discriminación, ambos pares de categorías (sin cambiar la asignación de teclas de respuesta), de este modo las categorías de “poderosos” y “no poderosos” quedan asociadas diferencialmente con las dimensiones atributivas de “competencia” y “sociabilidad”. Por tanto, los participantes deberían encontrar una de las tareas combinadas (secuencia 3) considerablemente más sencilla que la otra (secuencia 5). De manera que la secuencia 3 será la que llamaremos “congruente con el estereotipo” y la 5 será “incongruente con el estereotipo”.

Pues bien, precisamente la medida de esa diferencia de dificultad entre uno y otro bloque o secuencia nos proporciona la medida de la diferencia actitudinal implícita entre las categorías objeto (Greenwald, McGhee y Schwartz, 1998, *J Pers Soc Psychol* 74: 1464-1480; Greenwald, Mellott y Schwartz 1999, *Soc Cog* 17: 437-465; y Greenwald y Farnham, 2000, *J Pers Soc Psychol* 79: 1022-1038).

Diseño

El diseño de este estudio incluye dos variables independientes con dos niveles cada una de ellas:

- congruencia/incongruencia entre la categoría y la dimensión atributiva que aparecen en el mismo extremo de la pantalla (en las etapas 3 y 5 del procedimiento) manipulada intraparticipantes;
- orden de aparición de los bloques: congruente-incongruente vs. Incongruente-congruente, manipulada entregrupos.

RESULTADOS

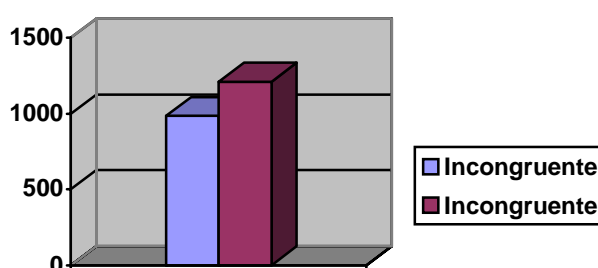
Como medida dependiente principal de nuestro estudio tomamos el tiempo de reacción (TR) de los participantes (medido en milisegundos) al dar sus respuestas, es decir, entendemos como TR en nuestro estudio al tiempo que transcurre entre la presentación del estímulo en el centro de la pantalla del ordenador y la respuesta del participante en el estudio presionando alguna de las dos teclas dispuestas para ello, esto es, el tiempo empleado por los participantes en procesar cada estímulo. El TR de cada participante para cada estímulo presentado fue recogido en una base de datos. Se eliminaron los TR de los dos primeros ensayos de cada bloque con el objetivo de no permitir que se distorsionaran los datos con ensayos iniciales en los que los participantes podían estar aún inatentos; del mismo modo fueron eliminados todos aquellos ensayos en los que los TR eran inferiores a 300 milisegundos o superiores a 3000 milisegundos.

Con objeto de poner a prueba las predicciones ya citadas, se obtuvo una puntuación media por participante en cada uno de los bloques presentados: congruente e incongruente con el estereotipo. Estas puntuaciones medias fueron utilizadas posteriormente en el análisis estadístico realizado con el paquete estadístico SPSS 8.0, concretamente se realizó un ANOVA 2X2.

Tal y como hipotetizamos, los participantes mostraron una percepción estereotípica sobre los “poderosos” y los “no poderosos”, percibiéndolos en términos de características competentemente positivas y socialmente positivas

respectivamente, ya que emplearon significativamente menos tiempo para dar respuesta ante los estímulos en el bloque de información congruente que en el bloque de información incongruente con el estereotipo de los poderosos (las medias fueron: $M = 983.96$ ms. para el bloque congruente con el estereotipo; y $M = 1207.74$ ms. para el bloque incongruente con el estereotipo). Los datos van, por tanto, en la dirección predicha y la diferencia fue significativa entre ambos bloques: $F(1,49) = 73.97$; $p = .000$.

Gráfico 1. Tiempo de Reacción medio (ms.) empleado para cada estímulo en función de la congruencia del estereotipo



Con respecto a la hipótesis de la tasa de errores, no se encontraron diferencias significativas en la tasa de error cometida en el bloque congruente ($M = 9,66$) y el bloque incongruente ($M = 11,12$). Así que no encontramos evidencia de confirmación para esta hipótesis.

DISCUSIÓN

En resumen podemos decir que se muestra claramente una percepción estereotípica de “poderosos” como competentemente positivos y de los “no poderosos” como socialmente positivos, tal y como muestran los análisis, respondiendo con más rapidez a los estímulos presentados en el bloque congruente con el estereotipo que en el bloque incongruente con el mismo.

Otro resultado interesante que obtenemos de este estudio y que va en la línea de los citados al inicio de este trabajo, es la confirmación de la activación automática del estereotipo, es decir, la existencia del estereotipo sobre los poderosos y no poderosos antes de que se produzca un procesamiento consciente o controlado de la información.

Podemos afirmar, por tanto, que encontramos evidencia de la existencia de un procesamiento automático de los estereotipos ya que si esto no fuese así, si sólo se diera un procesamiento controlado de los mismos, no encontraríamos en los resultados diferencias significativas en cuanto a los bloques de presentación de información congruente e incongruente con el estereotipo de los poderosos y de los no poderosos; las informaciones se hubiesen procesado de una misma forma y por tanto no hubiesen aparecido dichas diferencias.

Sin embargo, estas diferencias significativas nos muestran como la información incongruente requiere, aunque sea a un nivel inconsciente, de mayores recursos cognitivos que la información congruente para dar una respuesta; señal inequívoca

de que se ha activado de forma automática el estereotipo en cuestión con la presentación de dichas informaciones (incongruente y congruente con el estereotipo de los poderosos y no poderosos).

Interesante también es señalar lo peculiar del propio contenido de los estereotipos presentados. Asociamos características competentemente positivas y socialmente negativas a personas con poder sencillamente por la misma percepción de esa variable; y por el contrario, asociamos características socialmente positivas y competentemente negativas a personas que percibimos como no poderosas. Decimos que es peculiar este contenido, puesto que, por ejemplo, las personas poderosas pueden ostentar poder no sólo porque tengan características de competencia positiva sino por cualquier otra razón y lo mismo ocurre con las personas que percibimos como no poderosas, en principio son variables que no van necesariamente unidas o vinculadas, por tanto son estereotipos socialmente contruados y los resultados del estudio indican que se manifiestan incluso de forma automática.

Este estudio muestra la importancia de las dos dimensiones atributivas utilizadas (competencia y sociabilidad) que, por otra parte, tienen un origen clásico en la historia de la Psicología Social (Moya, 1999, Percepción de personas. En *Psicología Social*. Madrid: McGraw-Hill, 93-122). Estas dos dimensiones ya se encontraban presentes en los trabajos pioneros de Solomon Asch (1946, *J Abn Soc Psychol* 41: 258-290), quien comparaba las impresiones que producía una persona descrita como competente, pero a la vez sociable, con una persona competente pero fría.

Los resultados de este estudio muestran que, efectivamente, estas dos dimensiones son importantes en la percepción de los demás, pues modulan las percepciones que se tienen de las personas con poder y sin poder.

Por último, enfatizar la idea de que este estudio ha servido como un acercamiento exploratorio a la activación automática de los estereotipos de una variable socioestructural como es el poder, tomando una medida implícita de estereotipos. Pero será necesario la puesta en marcha de otros estudios que nos ayuden a identificar y delimitar de una forma más clara algunas condiciones obtenidas en este estudio y que pueden servir de guía para futuros programas o estrategias de minimización de estereotipos y prejuicio sobre determinados grupos sociales.