

II Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVII Jornadas de Investigación Sexto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2010.

La influencia del sexo y los estereotipos en las actitudes hacia mujeres líderes.

Lupano Perugini, María Laura y Castro Solano, Alejandro.

Cita:

Lupano Perugini, María Laura y Castro Solano, Alejandro (2010). *La influencia del sexo y los estereotipos en las actitudes hacia mujeres líderes. II Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVII Jornadas de Investigación Sexto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-031/357>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eWpa/uoQ>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

LA INFLUENCIA DEL SEXO Y LOS ESTEREOTIPOS EN LAS ACTITUDES HACIA MUJERES LÍDERES

Lupano Perugini, María Laura; Castro Solano, Alejandro
CONICET- Universidad de Palermo. Argentina

RESUMEN

Se propuso como objetivo determinar si el sexo del líder y del seguidor influyen en las actitudes sostenidas por los seguidores hacia las mujeres líderes y, en segundo lugar, determinar si las características estereotípicas de las mujeres líderes y el sexo del seguidor influyen en las actitudes sostenidas por los seguidores hacia las mujeres líderes. Participaron del estudio 138 sujetos adultos de población general, 84 varones y 54 mujeres. Se diseñaron cinco viñetas ad hoc que describían a hombres y mujeres con diferentes características estereotípicas ejerciendo liderazgo. Los resultados obtenidos muestran que existe influencia por parte del sexo del líder pero no por parte del sexo del seguidor. Las personas presentan actitudes más favorables hacia los líderes hombres, principalmente a nivel emocional. Y además, existe influencia por parte de las características estereotípicas de las mujeres líderes pero no por parte del sexo del seguidor. Las personas presentan actitudes más desfavorables hacia las mujeres líderes que muestran sólo atributos agénticos.

Palabras clave

Liderazgo Sexo Estereotipos Actitudes

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SEX AND STEREOTYPES IN ATTITUDES TOWARDS WOMEN LEADERS

It was proposed as objective to determine if sex of leader and subordinate influence in attitudes towards women leaders and, secondly, to determine if stereotypic characteristics of women leaders and subordinate sex influence in attitudes towards men leaders. Participated 138 adults of general population, 84 were male and 54 female. There were designed five vignettes ad hoc which described men and women with different stereotypic characteristics exerting leadership. The obtained results show that it exist influence by the leader sex but no by the subordinate sex. The people present favorable attitudes towards men leaders, especially at emotional level. Furthermore, it exist influence by stereotypic characteristics of women leaders but not by the subordinate sex. The people present unfavorable attitudes towards women leaders which show only agentic attributes.

Key words

Leadership Sex Stereotypes Attitudes

El interés de realizar este trabajo surge de evidenciar diferencias en el acceso a puestos de liderazgo entre hombres y mujeres. Por ejemplo, en EEUU las mujeres ocupan el 23% de las posiciones ejecutivas (U.S. Bureau of Labor Statistics, 2007), en España el 18,57% ocupa puestos de dirección en la administración pública siendo menor en otros sectores -empresas, bancos- (Instituto de la Mujer, 2006), mientras que en Argentina las CEO mujeres llegan apenas al 2% del total (Calvo, 2006). La diferencia a favor de los hombres en dicho acceso suele explicarse a través de la metáfora del *Techo de Cristal* (*Federal Glass Ceiling Commission, 1995; Morrison, White & Van Velsor, 1987*). En este sentido, resulta relevante indagar las actitudes que se despliegan hacia las mujeres cuando intentan ocupar posiciones de liderazgo. La *Teoría de congruencia del rol hacia las mujeres líderes*, propuesta por Eagly y Karau (2002), defiende que el *prejuicio* hacia las mujeres líderes es una de las causas de las dificultades que presentan las mujeres para acceder a estos puestos. Se considera que éstas son objeto de

prejuicio al ser comparadas con sus pares masculinos. Los hombres son percibidos con las cualidades necesarias para convertirse en líderes, no así el grupo de las mujeres. Las actitudes desfavorables emergen, entonces, cuando éstas ocupan posiciones jerárquicas ya que son evaluadas negativamente a partir de la incongruencia percibida por parte de los seguidores entre las características típicas de su género y las requeridas para el ejercicio del liderazgo. Los estudios realizados hasta el momento tienden a afirmar que para que las mujeres logren ejercer un liderazgo efectivo deben combinar atributos de ambos géneros: -comunales/ femeninos y agénticos/ masculinos- (Eagly & Karau, 2002; Cuadrado, Navas & Molero, 2006; Lupano Perugini & Castro Solano, 2008a).

En virtud de lo antedicho, los objetivos del presente trabajo son:

- Determinar si el sexo del líder y del seguidor influyen en las actitudes sostenidas por los seguidores hacia las mujeres líderes
- Determinar si las características estereotípicas de las mujeres líderes y el sexo del seguidor influyen en las actitudes sostenidas por los seguidores hacia las mujeres líderes

Las hipótesis formuladas son las siguientes:

- El sexo del líder y del seguidor influyen en las actitudes sostenidas por los seguidores hacia las mujeres líderes
- Las características estereotípicas de las mujeres líderes y el sexo del seguidor influyen en las actitudes sostenidas por los seguidores hacia las mujeres líderes

Participaron, de forma voluntaria, 138 sujetos adultos de población general, 84 varones (61%) y 54 mujeres (39%) que tenían en promedio 35,45 años ($DE = 12,95$). El 10,1% ($n = 14$) eran patrones o empleadores; el 7,2% ($n = 10$) eran cuentapropistas; el 63% ($n = 87$) eran empleados; el 4,3% ($n = 6$) eran trabajadores sin salario o amas de casa; el 1,4% ($n = 2$) eran jubilados; el porcentaje restante (13,1, $n = 18$) no trabajaba. La mayor parte de los participantes (77,5%; $n = 107$) residían en la ciudad de Buenos Aires y el conurbano bonaerense. El resto (22,5%, $n = 31$) se distribuía en distintas regiones del país. Para la recolección de datos se diseñaron *ad hoc* cinco viñetas de casos. Dos de ellas (Caso Mario y María) presentaban la descripción de un caso de liderazgo efectivo en el que únicamente variaba el sexo. Las otras tres viñetas presentaban casos de líderes mujeres en las cuales variaban las características estereotípicas (el Caso Susana presentaba sólo atributos comunales; el Caso Marta atributos agénticos y comunales; y el caso Caso Estela sólo atributos agénticos). El evaluado debía marcar su grado de acuerdo con tres afirmaciones que se presentaban a continuación de las viñetas que indagaban acerca de los tres componentes de las actitudes (cognitivo, conductual y emocional).

El tipo de estudio es explicativo con diseño experimental factorial. En el caso del primer objetivo el diseño es 2x2 (VD: actitudes hacia mujeres líderes; VI: sexo líder /varón - mujer/; sexo seguidor /varón - mujer/). En relación al segundo objetivo el diseño es diseño 2x3 (VD: actitudes hacia mujeres líderes; VI: sexo seguidor /varón - mujer/; características estereotípicas de mujer líder /comunal - agéntico + comunal - agéntico/).

A fin de responder al primer objetivo, que se propone determinar si el sexo del líder y del seguidor influyen en las actitudes sostenidas por los seguidores hacia las mujeres líderes, se llevó a cabo un análisis multivariado de la varianza (MANOVA) con un diseño 2 (sexo líder = varón/mujer) x 2 (sexo seguidor = varón/mujer). Se introdujeron como variables dependientes las puntuaciones de los tres ítems y la puntuación total de las viñetas. En cuanto a la influencia del sexo del líder, el análisis realizado no arrojó diferencias estadísticamente significativas entre los vectores de medias de las actitudes para los diferentes sexos ($\lambda = 0.90$, $F(3, 49) = 1.63$, $p > 0.05$, $\eta = 0.09$). Sin embargo, realizando contrastes univariados, se evidencian diferencias significativas en el promedio de los ítems y en el componente emocional a favor de los líderes hombres. El análisis no arrojó diferencias estadísticamente significativas entre los vectores de medias de las actitudes teniendo en cuenta el sexo del seguidor ($\lambda = 0.99$, $F(3, 49) = 0.05$, $p > 0.05$, $\eta = 0.03$). Por lo tanto puede afirmarse que el sexo del seguidor no influye en las actitudes sostenidas hacia las líderes mujeres. Además, no se observó interacción entre el Sexo del líder y del seguidor ($\lambda = 0.97$, $F(3, 49) = 0.41$, $p > 0.05$, $\eta = 0.02$). Por lo tanto no existe influencia

en las actitudes sostenidas hacia líderes mujeres por parte del sexo de ambos (líder y seguidor) tomados en forma conjunta.

A fin de responder al objetivo 2, que se propone determinar si las características estereotípicas de las mujeres líderes y el sexo del seguidor influyen en las actitudes sostenidas por los seguidores hacia las mujeres líderes, se llevó a cabo un análisis multivariado de la varianza (MANOVA) con un diseño 2 (sexo líder = varón/mujer) x 3 (características estereotípicas de mujer líder = comunal - agéntico + comunal - agéntico). Se introdujeron como variables dependientes las puntuaciones de los tres ítems y la puntuación total. En cuanto a la influencia de las características estereotípicas, el análisis realizado arrojó diferencias estadísticamente significativas entre los vectores de medias de las actitudes para las diferentes formas de mujeres líderes ($\lambda = 0.63$, $F(6, 150) = 6.38$, $p < 0.01$, $\eta = 0.20$). A fin de examinar las diferencias individuales se realizaron contrastes univariados que muestran que las personas evidencian mayormente actitudes negativas hacia las mujeres que sólo presentan atributos agénticos. Por otro lado, el análisis no arrojó diferencias estadísticamente significativas entre los vectores de medias de las actitudes teniendo en cuenta el sexo del seguidor ($\lambda = 0.97$, $F(3, 75) = 0.65$, $p > 0.05$, $\eta = 0.02$). Por lo tanto puede afirmarse que el sexo del seguidor no influye (por sí solo) en las actitudes sostenidas hacia las líderes mujeres. Sin embargo, se observó interacción entre las características estereotípicas y el Sexo del seguidor ($\lambda = 0.84$, $F(6, 150) = 2.28$, $p < 0.05$, $\eta = 0.02$). Por lo tanto existe influencia en las actitudes sostenidas hacia líderes mujeres por parte del sexo del seguidor y las características estereotípicas, tomados en forma conjunta.

A modo de conclusión se puede decir que se han cumplido parcialmente las hipótesis ya que se ha corroborado que existe influencia por parte del sexo del líder pero no por parte del sexo del seguidor. Las personas presentan actitudes más favorables hacia los líderes hombres, principalmente a nivel emocional. Y además se ha llegado a concluir que existe influencia por parte de las características estereotípicas de las mujeres líderes pero no por parte del sexo del seguidor. Las personas presentan actitudes más desfavorables hacia las mujeres líderes que muestran sólo atributos agénticos.

Los resultados hallados concuerdan con lo que propone la Teoría de congruencia del rol (Eagly & Karau, 2002) y los resultados de otros estudios organizacionales (e.g. Collinson, Knights & Colinson, 1990; Lupano Perugini & Castro Solano, 2008b); en el sentido de que las personas suelen evaluar más positivamente a un hombre líder que a una mujer y, menos aún, si asume sólo características masculinas porque consideran que su conducta es inconsistente con muchas creencias mantenidas socialmente acerca de la conducta femenina deseable.

En futuros estudios se aspira a ampliar y equiparar la muestra a fin de lograr obtener resultados que tengan mayor validez externa (generalización de los resultados).

BIBLIOGRAFIA

- CALVO, P. (2006, 20 de agosto). Ellas avanzan, pero faltan 30 años para la igualdad. Clarín, pp. 32-34.
- CUADRADO, I. NAVAS, M. & MOLERO, F. (2006). Mujeres y Liderazgo. Claves Psicosociales del Techo de Cristal. Madrid: Sanz y Torres.
- EAGLY, A. H. & KARAU, S. J., (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109, 573- 598.
- FEDERAL GLASS CEILING COMMISSION. (1995). Good for business: Making full use of the nation's human capital: The environment scan: A fact finding report of the Federal Glass Ceiling Commission. Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- LUPANO PERUGINI, M. L. & CASTRO SOLANO A. (2008a). Liderazgo y género. Identificación de Prototipos de liderazgo efectivo. *Perspectivas en Psicología*, 5 (1), 69-77.
- LUPANO PERUGINI, M. L. & CASTRO SOLANO A. (2008b). Actitudes desfavorables hacia mujeres líderes. Un instrumento para su evaluación. Manuscrito enviado para su evaluación.
- MORRISON, A. M., WHITE, R.P. & VAN VELSOR, E. (1987). Breaking the glass ceiling: Can women reach the top of America's largest corporations? Reading, MA: Addison- Wesley.
- U.S. BUREAU OF LABOUR STATISTICS (2007). Household data: Monthly household data (Table A- 1: Employers persons by occupation, sex, and age).

SÍNDROME DE BURNOUT EN UNA MUESTRA DE DOCENTES DE ESCUELAS PRIMARIAS PÚBLICAS DE LA CIUDAD DE ROSARIO. POSIBLES LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN A SEGUIR.

Mandolesi, Melisa; Quiroga, Víctor Fabian; Cattaneo, María Romina; Bonantini, Carlos
Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Rosario.
Argentina

RESUMEN

En el presente trabajo se comienzan a analizar e interpretar algunos datos acerca del denominado Síndrome de Burnout, recogidos en una muestra compuesta por docentes de 6 escuelas primarias públicas de la ciudad de Rosario. Se realizó un estudio exploratorio, con una muestra no probabilística, por disponibilidad. El instrumento de medición utilizado es el Maslach Burnout Inventory - Educators Survey (MBI-ES), el cual es una adaptación para trabajadores de la educación del MBI- HSS, instrumentos, ambos, desarrollados por Christina Maslach y su equipo de investigación. Además, se proponen posibles líneas de investigación a seguir en relación al tema planteado, y algunas posibles consecuencias de éstas líneas de investigación propuestas. Las mismas, se generan a partir de los novedosos desarrollos provenientes del paradigma denominado Psicología Positiva.

Palabras clave

Burnout Docentes Psicología Positiva

ABSTRACT

BURNOUT SYNDROME ON A PUBLIC PRIMARY SCHOOL TEACHER'S FROM ROSARIO CITY SAMPLE. POSSIBLE FUTURE LINES OF RESEARCH.

In this work it is analysed and interpreted some data about the Burnout Syndrome, picked up in a sample composed by teachers from 6 public primary schools from Rosario city. An exploratory study was made, with a non probabilistic, by availability sample. The measurement instrument used is the Maslach Burnout Inventory- Educators Survey (MBI-ES), which is an adaptation for educational workers of the MBI-HSS, instruments both, developed by Christina Maslach and her research team. Besides, it's been proposed possible research lines to follow in relationship to this issue, and some possible consequences of this research lines. These, are generated from the novel developments from the paradigm known as Positive Psychology.

Key words

Burnout Teachers Positive Psychology

ALGUNAS CONSIDERACIONES ACERCA DEL SÍNDROME DE BURNOUT.

Durante la década de 1970, tanto el psiquiatra americano Freudenberg como la psicóloga social, Christina Maslach realizan diversos estudios en lugares de trabajo, como conclusión de los cuales arriban al mismo fenómeno, al que Christina Maslach caracteriza como *un síndrome psicológico de agotamiento emocional, despersonalización y reducida realización personal que puede ocurrir en individuos normales que trabajan con personas de alguna manera. El agotamiento emocional, se refiere al sentimiento de no poder dar más de sí a nivel emocional y a una disminución de los propios recursos emocionales. La despersonalización se refiere a una respuesta de distancia negativa, senti-*