



¿Se perciben como más masculinas las sociedades con mayor desigualdad económica?

Eva Moreno-Bella, Guillermo B. Willis, y Miguel Moya
Dept. de Psicología Social, Universidad de Granada, España

Tipo de artículo: Actualidad.

Disciplinas: Psicología.

Etiquetas: desigualdad económica, género, estereotipos, clase social, masculinidad.

La desigualdad económica, definida como la distribución desigual de ingresos y recursos, se ha incrementado en los últimos años. Estudios previos han mostrado que la desigualdad económica se asocia con variables psicosociales, siendo una de ellas cómo se percibe a las personas que viven en esa sociedad. En una reciente investigación experimental evaluamos esa percepción utilizando las dos dimensiones tradicionales de género: la masculinidad y la feminidad. Los resultados mostraron que un alto nivel de desigualdad económica nos lleva a percibir a la gente que vive en esa sociedad como más masculinos.

El nivel de desigualdad económica ha crecido en la mayoría de las sociedades (OECD, 2015) y, con ello, su estudio desde diferentes ramas de la ciencia, entre las que se encuentra la psicología. Existe una amplia literatura acerca de los diferentes correlatos de la desigualdad económica (véase Wilkinson y Pickett, 2017). Por ejemplo, se ha sugerido que a las personas de clase social alta se las considera más competentes que a las de clase social baja, y esto ocurre especialmente en países con una gran desigualdad económica (Durante, Bearns-Tablante y Fiske, 2017).



(cc) James Frid.

No sólo la desigualdad económica objetiva se relaciona con diferentes procesos psicosociales, sino también es de especial relevancia la desigualdad económica percibida. Entre otros hallazgos, se ha mostrado que en los contextos en los que las personas perciben que existe una mayor desigualdad económica, tienden a ser más agresivas (Greitemeyer y Sagioglou, 2017) y a percibir el entorno como más competitivo (Sánchez-

Rodríguez, Willis, Jetten y Rodríguez-Bailón, 2019). Dado que las diferentes consecuencias derivadas de la percepción de una alta desigualdad económica —agresividad, competitividad— se asocian al constructo social de masculinidad, sería intuitivo pensar que un alto nivel de desigualdad se asocia con la masculinidad de las personas.

Pero, ¿qué es la masculinidad? ¿Y la feminidad? La masculinidad se define como aquella dimensión de género que tradicionalmente ha sido asociada a los hombres, incluyendo características como ser una persona independiente y dominante. La feminidad ha sido tradicionalmente asociada a las mujeres e incluye características como ser una persona servicial y sensible (Berdahl, Cooper, Glick, Livingston y Williams, 2018). Dado que la masculinidad y la feminidad son constructos sociales, que se van construyendo a lo largo de nuestra historia, todas las personas pueden ser masculinas y/o femeninas, independientemente de su sexo biológico. Las personas nos definimos y somos percibidos mediante dos grandes conjuntos de características: uno de ellos orientado a la consecución de objetivos propios (masculinidad) y otro orientado al bienestar de las relaciones sociales (feminidad).

Dado que el nivel de desigualdad influye en la percepción que tenemos de las personas (Durante et al., 2017), se podría deducir que la percepción de una mayor desigualdad en una sociedad nos lleva a considerar a sus habitantes como dotados de rasgos masculinos más fuertes. En esta línea, Moreno-Bella, Willis y Moya (2019) realizaron dos estudios experimentales con el objetivo de examinar si la percepción de una mayor desigualdad económica en la sociedad nos lleva a evaluar a sus habitantes como más masculinos que femeninos.

En el primer estudio desarrollaron un escenario en el que se describía una sociedad imaginaria en la que sus habitantes no podían considerarse ni hombres ni mujeres, pero que, como cualquier otra sociedad, estaba estratificada socialmente, por lo que había habitantes de clase alta y baja. Para manipular la desigualdad económica, se especificaba que la gente de clase social alta ganaba 50 veces más que la de clase social baja (condición de alta desigualdad económica) o que esa diferencia era sólo de 5 veces más (baja desigualdad económica). Tras leer el escenario se preguntaba a cada participante cómo percibían al habitante promedio de dicha sociedad mediante una escala compuesta por rasgos tradicionalmente masculinos y femeninos. Los resultados mostraron que, cuando existía una mayor desigualdad en la sociedad se evaluaba al habitante promedio de la sociedad como más masculino que femenino.

En un segundo estudio, se pidió valorar a las personas de esa sociedad por separado según su clase social. Los resultados mostraron que a las personas de la clase social alta se les percibía como más masculinos que femeninos tanto cuando la desigualdad era alta como cuando era baja, y esta diferencia entre la masculinidad y la feminidad era mayor en la condición de alta desigualdad. En cambio, no se encontró efecto de la desigualdad en la percepción de la clase social baja: en ambas condiciones experimentales se les percibía como más femeninos que masculinos.

Los resultados encontrados ponen de manifiesto que la percepción de una mayor desigualdad económica nos lleva a considerar que los rasgos masculinos son más representativos en esa sociedad que los rasgos femeninos. Esto puede repercutir negativamente en aquellas personas cuyas características no se ajustan a las características predominantes de la sociedad. Por ejemplo, en las mujeres, ya que socialmente se considera que deben ser femeninas y evitar cualquier comportamiento masculino. Es decir, deben ser congruentes con su rol de género tradicional. Por tanto, en contextos sociales con un nivel de desigualdad elevado estarían doblemente en desventaja: al no ser consideradas como poseedoras de esas características predominantes y masculinas en base a su sexo biológico y, en el caso de mostrar dichas características masculinas, por ser incongruentes con el rol de género tradicional femenino. Por otro lado, la evaluación de las personas de clase alta como más masculinas que femeninas cuando experimentamos mayor desigualdad alude a la competencia y sociabilidad que les atribuimos. A las clases altas se las ve como muy competentes y capaces, en detrimento de su calidez y cordialidad hacia los demás, y esto se exagera en contextos de alta desigualdad. Esto compensa la imagen que tenemos sobre estas personas y ayuda a camuflar la desigualdad social existente (Durante et al. 2017). En resumen, un alto nivel de desigualdad económica puede favorecer el

mantenimiento del estatus quo de la sociedad y de género, mediante el uso de los estereotipos tradicionales asignados a los grupos sociales dominantes.

Referencias

- Berdahl, J. L., Cooper, M., Glick, P., Livingston, R. W., y Williams, J. C. (2018). Work as a masculinity contest. *Journal of Social Issues*, 74, 422–448.
- Durante, F., Bearn Tablante, C., y Fiske, S. T. (2017). Poor but warm, rich but cold (and competent): Social classes in the Stereotype Content Model. *Journal of Social Issues*, 73, 131–150.
- Greitemeyer, T., y Sagioglou, C. (2017). Increasing wealth inequality may increase interpersonal hostility: The relationship between personal relative deprivation and aggression. *The Journal of Social Psychology*, 157, 766-776.
- Moreno-Bella, E., Willis, G. B., y Moya, M. (2019). Economic inequality and masculinity-femininity: The prevailing perceived traits in higher unequal contexts are masculine. *Frontiers in Psychology*, 10, 1590.
- OECD. (2015). *In It Together: Why Less Inequality Benefits All*. Paris: OECD Publishing.
- Sánchez-Rodríguez, Á., Willis, G. B., Jetten, J., y Rodríguez-Bailón, R. (2019). Economic inequality enhances inferences that the normative climate is individualistic and competitive. *European Journal of Social Psychology*, 49, 1114-1127.
- Wilkinson, R. G., y Pickett, K. E. (2017). The enemy between us: The psychological and social costs of inequality. *European Journal of Social Psychology*, 47, 11–24.

Manuscrito recibido el 14 de noviembre de 2019.

Aceptado el 5 de marzo de 2020.