

Estudio: Las niñas dudan de la brillantez de las mujeres

Por MARIA DANILOVA

Associated Press, 27 de enero de 2017



WASHINGTON (AP) — ¿Pueden las mujeres ser brillantes? Las niñas no lo tienen claro.

Niñas a partir de los 6 años pueden verse persuadidas de que los hombres son más inteligentes y talentosos de manera innata que las mujeres, lo que desmotiva a las pequeñas a la hora de probar nuevas actividades o aspirar a carreras ambiciosas, según un estudio publicado el jueves en la revista Science.

La existencia de estos estereotipos no es una gran sorpresa, pero los hallazgos muestran que estos prejuicios pueden influir en los niños desde muy corta edad.

"Como sociedad, asociamos más un alto nivel de capacidad intelectual con los hombres que con las mujeres, y nuestra investigación sugiere que los niños adquieren esta asociación a partir de los 6 y 7 años", indicó Andrei Cimpian, profesor

asociado del departamento de psicología en la Universidad de Nueva York. Cimpian codirigió el estudio, que observó a 400 niños de entre 5 y 7 años.

En la primer aparte del estudio se contaba a los niños una historia sobre una persona "muy, muy inteligente", la idea de brillantez para un niño, y después se les pedía que identificara a esa persona entre las imágenes de dos hombres y dos mujeres. Las personas de las fotografías vestían de forma profesional, aparentaban la misma edad y parecían igualmente felices.

A los 5 años, los niños de ambos sexos tendían a asociar la brillantez con su propio género, de modo que la mayoría de las niñas escogió a mujeres, y la mayoría de los niños a hombres.

Pero según se hacían mayores y empezaban a asistir a la escuela, los niños parecían empezar a asumir estereotipos de género. Las niñas de 6 y 7 años eran "significativamente menos propensas" a escoger mujeres. Los resultados fueron similares cuando se mostraron fotografías de niños.

Un aspecto interesante fue que cuando se les pedía que escogieran a niños que parecían tener buenos resultados en la escuela, en lugar de inteligentes, las niñas tendían a elegir niñas, lo que implica que su concepto sobre la brillantez no se basaba en los resultados académicos.

"Estos estereotipos se mantienen libres de cualquier indicador objetivo de logros e inteligencia", dijo Cimpian.

En la segunda parte del estudio se presentaba a los niños dos juegos de mesa, uno descrito como una actividad "para niños que son muy, muy listos" y otro "para niños que se esfuerzan mucho, mucho". A los cinco años, los pequeños de ambos sexos mostraban el mismo interés por el juego para niños listos, mientras que a los 6 y 7 años los chicos seguían queriendo jugar mientras que las niñas preferían la otra actividad.

"No hay nada en el juego en sí mismo que lo haga menos interesante para las niñas, sino que es la descripción de que es para niños muy, muy listos", explicó el experto.

Como resultado, al creer que no tienen tanto talento como los niños, las chicas tienden a apartarse de carreras u campos más exigentes, lo que produce amplias diferencias en las aspiraciones y decisiones de carrera profesional entre hombres y mujeres. "Estos estereotipos disuaden a las mujeres de aspirar a muchas carreras prestigiosas; es decir, las mujeres se ven menos representadas en campos cuyos miembros atesoran la brillantez", escribieron los autores del estudio.

Todavía no está claro de dónde vienen esos estereotipos. Los padres, maestros e iguales y los medios de comunicación son los sospechosos habituales, dijo Cimpian. Pero es evidente que deben tomarse medidas para que estos prejuicios no lastren las aspiraciones profesionales de las niñas.

"Transmitan la idea de que el éxito en cualquier línea de trabajo no es una habilidad innata, sea la que sea, sino esforzarse, entregarse con pasión a lo que uno hace", dijo Cimpian, señalando que la exposición a mujeres exitosas que puedan servir como modelos de conducta también ayuda.

Las empresas de juguetes como Mattel, fabricante de la muñeca Barbie, han hecho cambios para intentar reducir los estereotipos de género. La campaña "Puedes ser cualquier cosa" de Barbie dice a las chicas que pueden ser paleontólogas, veterinarias o profesoras, entre otras carreras. La campaña también plantea la posibilidad de que una niña pueda imaginarse como una princesa hada.

Rebeca S. Bigler, profesora de psicología de la Universidad de Texas, en Austin, describió el estudio de Cimpian "como un trabajo excepcionalmente bueno". Bigler sugirió que los estereotipos podrían desarrollarse en los primeros cursos de la escuela, cuando los estudiantes conocen a científicos, compositores y escritores famosos, los "genios" de la historia, que son en su mayoría hombres. Bigler señaló que es importante combinar ese conocimiento con información sobre la discriminación de género.

"Tenemos que explicar a los niños que se crearon leyes de forma específica para impedir que las mujeres se convirtieran en grandes científicas, artistas, compositoras, escritoras, exploradoras y líderes", añadió Bigler. "Entonces, los niños... serán más propensos a creer en su propio potencial intelectual y contribuir a la justicia social y la igualdad aspirante ellos a esas carreras".