

**Estereotipo de género y heurísticos:
Una explicación cognoscitiva del embarazo a temprana edad.**

Sara Elisa Gracia Gutiérrez de Velasco.
Fredí Everardo Correa Romero
Carlos César Contreras Ibáñez
Guadalupe Sánchez Cristóbal

Universidad Autónoma Metropolitana - Iztapalapa
Seminario de investigación Kurt Lewin

*(...) La tan comentada, incorpórea fecundación,
Fue una vez y nos sirva como ejemplo,
sólo para mostrar que Dios cuando quiere,
no precisa de los hombres,
aunque no pueda dispensarse de mujeres.
José Saramago, "Memorial del convento"*

De acuerdo a la Organización Panamericana de la Salud (OPS), el embarazo adolescente es un grave problema que sigue en aumento y reconoce que "nunca como ahora se han repartido tantos anticonceptivos, especialmente preservativos, entre los jóvenes, pero el embarazo adolescente sigue en aumento".

Esta observación nos ha llevado a pensar que el embarazo adolescente es un problema social que se ha estudiado desde diferentes perspectivas, sin que necesariamente se haya logrado acotar todos los elementos que intervienen en este proceso, la mayoría de los estudios están basados en una mirada netamente sociológica, como el contexto social, la educación, el nivel económico, etc., sin omitir la importancia de estos elementos consideramos que se ha dejado de lado el estudio de los aspectos del sentido común que se gestan a nivel cognitivo y que llevan a la toma de decisión del sujeto. Es necesario profundizar en este nivel de análisis, pues el sentido común es la primer herramienta a la que se hecha mano en situaciones que nos conciernen directamente.

El embarazo a temprana edad puede definirse como aquel que se da antes de los 18 años, ya que a esa edad aún no se ha concluido el periodo normal de maduración física y psicológica. En nuestro país el 12.24 % de la población femenina entre los 12 y los 19 años tiene uno o más hijos (INEGI, 2000), lo cual nos muestra que una de cada ocho mujeres, ven interrumpido su desarrollo psicosocial para verse inmersas en un nuevo rol social que incluye las dinámicas reproductivas. De hecho, aún en ciudades de más de cien mil habitantes donde puede encontrarse un mayor acceso de información sobre el tema y que en general existe un mayor nivel educativo, este porcentaje es importante (10.31%).

Nos planteamos las siguientes preguntas: ¿Por qué las adolescentes se embarazan a tan corta edad? ¿por qué no se opta por otras alternativas como la superación con base en el trabajo o el estudio?.

Nuestra posición es que, contradictoriamente a lo que se pueda pensar, bajo ciertas condiciones como la escasez de oportunidades y expectativas de futuro, los sujetos, principalmente las mujeres, se ven influidas por los estereotipos de género y a través de una herramienta cognitiva llamada heurístico pueden pensar que convertirse en madres es la mejor forma de realizarse socialmente y lograr cierta estabilidad tanto emocional como económica.

Cuando un bebé nace muchas expectativas se crean a su alrededor, una de las más importantes es conocer el sexo del nuevo ser y este suceso acarrea una serie de actos, algunos que parecen no tener importancia, como por ejemplo el color de ropa que va a “tener” que usar en sus primeros años de vida, preferentemente de rosa si es niña y de azul si es niño. El porqué de esta situación es consecuencia directa de dos factores:

Por un lado es resultado de la biología humana, dado que existe una distinción fisiológica y anatómica a la cual llamamos sexo y que nos permite diferenciar a los hombres de las mujeres (Bendezú, 1998). Pero este hecho no trae consigo de manera lógica o natural el uso de un color u otro para vestir a los infantes, más bien obedece a un segundo factor de corte social y cultural, dicho factor es muy amplio y complejo, se le llama género y por el momento lo definiremos como “el sexo socialmente construido” (Saldívar, 1995) o la manera de percibir lo familiar y masculino.

Antes de nacer estamos precedidos por una amplia red de creencias y normas que moldean y forman nuestra personalidad y comportamiento. Por ejemplo en el caso de los varones se espera que sean dominantes, racionales, objetivos, independientes, decisivos, competitivos y agresivos; para el caso de las mujeres, éstas deben de ser sumisas, sentimentales, subjetivas, dependientes, cariñosas, devotas, y buenas en las tareas domésticas y en el cuidado de los hijos (Geis, 1993), de esta forma podemos ver cómo se crea una identidad psicológica a partir del sexo. Esta identidad social y culturalmente construida se le conoce como identidad de género (Moya, 1993) e incluye aspectos como atribuciones, conductas, expresiones verbales y expectativas que son asignados socialmente como propias del hombre y de la mujer (Echebarría y Pinedo, 1997). Se asume como natural que el lugar de la mujer es el hogar y su principal función la de concebir y criar los hijos. Si a eso le sumamos que en nuestra cultura la maternidad tiene una alta estima y va acompañada de un reconocimiento social, podemos observar que en el caso de las mujeres el embarazo no solo se ve como “natural” sino que se considera como un logro equiparable en importancia al desarrollo personal y laboral que se delega a los hombres (Bendezú, 1998).

Esta diferencia entre las expectativas de vida y la conducta de hombres y mujeres tiene que ver con muchos factores como la educación, el entorno social, etc., y se ha encontrado que, para el caso de las mujeres, un bajo nivel de educación y/o un entorno de pobreza, reducen la edad de la primera gestación y aumentan la cantidad de hijos en el periodo reproductivo (Singh y Wulf, 1990).]

El proceso de asimilación del concepto de mujer como madre encargada de la crianza y cuidado de los hijos, está basado en lo que algunos investigadores han llamado el sistema de

creencias de género, donde están integrados el conjunto de creencias y opiniones sobre los hombres y las mujeres, los estereotipos de género roles de conducta y actitudes hacia los individuos desviados de las convenciones establecidas (Deaux y Kite, 1987, en Echebarría y Pinedo, 1997).

De este conjunto de elementos que intervienen en la identidad de género, es el estereotipo de género el más importante. Los estereotipos son el conjunto de creencias compartidas sobre las características personales, generalmente rasgos de personalidad, pero también los comportamientos propios de un grupo de personas” (Leyens, Yzerbyt y Shadron, 1994).

Para el caso específico de los estereotipos de género, las características personales tienen que ver con el conjunto de “rasgos , ocupaciones y apariencia física que distinguen típicamente a lo masculino de lo femenino” (Deaux y Lewis, 1984).

Cuadro 1. identidad de género: Antecedentes y consecuencias.

ANTECEDENTES DE LA IDENTIDAD DE GENERO EN EL DESARROLLO	EXPERIENCIA FENOMENOLÓGICA DE LA IDENTIDAD DE GÉNERO	CONSECUENCIAS CONDUCTUALES DE LA IDENTIDAD DE GÉNERO
<ul style="list-style-type: none"> • Tipificación del ambiente • Proceso de socialización • Normas sobre los roles sexuales, sociales y laborales • Estereotipos • Actitudes • Factores biológicos 	Identidad de Género	<ul style="list-style-type: none"> • Auto y Hetero-atribuciones • Expectativas • Preferencia por ciertas actividades y/u oficios • Expresión verbal • Vestimenta • Otras

Así pues, son los estereotipos los que contienen los elementos que les son asociados a los sujetos, como más arriba se señaló, las mujeres son descritas con ciertos rasgos, de los cuales podemos destacar elementos como “buenas en las tareas domésticas y en el cuidado de los niños”. En otras palabras, existe en la mente de los adolescentes, tanto hombres como mujeres la creencia de que el papel de las mujeres es ser madre y ama de casa porque tienen los atributos “exactos” que se necesitan para realizar esa tarea, por lo cual no es extraño que la maternidad se vea como la única expectativa y opción viable de modo de vida para ellas. Aun así, es importante notar que el solo estereotipo no conduce a la toma de decisión, es solo un primer marco general sobre la posibilidad de ser madre.

¿Qué lleva a un sujeto a elegir una opción específica dentro de un abanico de posibilidades?, aplicando esta lógica a nuestro problema, podemos observar que se esta proponiendo un nuevo enfoque para estudiar el fenómeno del embarazo adolescente, y es que contrario a las posiciones clásicas que consideran que la mujer es una victima de las circunstancias sociales que le rodean, nosotros planteamos que además de las condiciones sociales que evidentemente afectan al sujeto, existe un proceso cognitivo que lleva a la adolescente a “elegir” la posibilidad de embarazarse.

¿Cómo sucede esto?, primero debemos aclarar que elegir un rumbo de acción en vez de otro, no implica la deliberación del acto en sí, en otras palabras, la elección no es producto de un procesamiento largo y minucioso de todos los elementos implícitos, las chicas no son entes maquiavélicos que buscan “pescar” a los hombres, y sin embargo interviene un proceso netamente cognitivo que todos los sujetos utilizamos todos los días y en cada momento.

Ya a principios de la década de los 70's Kahneman y Tvesky, dos psicólogos Israelitas se dedicaron a estudiar los procesos que conducen al sujeto a tomar una decisión, ellos consideraron que el numero de decisiones que hay que tomar todos los días es enorme, ¿que vestir?, ¿que comer?, ¿qué ruta tomar al trabajo?, et., cada una de estas elecciones cotidianas tiene varios posibles rumbos de acción, de los cuales si nos pusiéramos a razonar sobre todos y cada uno de ellos nos llevaría todo el día y una gran cantidad de energía desperdiciada. Por ello los sujetos se valen de rutas de razonamiento que impliquen un mínimo de esfuerzo, usando ciertas reglas que están a la mano y que por tanto no requieren de una reflexión profunda, podemos, tomar decisiones rápidas y de manera mas o menos eficiente, por ejemplo, supongamos que estamos en una fiesta de etiqueta y vemos entrar a un sujeto vestido de mezclilla y un enorme arete colgado de la nariz, la manera en que lo recibiríamos estaría en función de los elementos que tenemos a la mano, es decir, su forma de vestir en ese lugar, lo cual nos puede llevar a no dirigirle la palabra, aun sin saber que tal vez sea un brillante y lúcido artista excéntrico.

Estas reglas basadas en la experiencia y que permiten tomar decisiones de manera rápida se conocen como heurísticos, gracias a ellos no tardamos horas deliberando sobre las ventajas y desventajas de vestir con camisa azul o azul marino.

Ahora bien, estos autores también descubrieron (Tvesky y Kaheman, 1983) que la magnitud de la elección depende del contexto que rodea a la situación en términos de ganancias y pérdidas, así, ante un marco mas o menos benigno, los sujetos prefieren no arriesgar las ganancias que sienten ya seguras, por el contrario ante un marco adverso, los sujetos pueden tomar rumbos de acción mas osados, con tal de ganar al menos algo, Tversky, llamo a esta aberración natural a perder, “enmarcamiento” y como veremos a continuación parece jugar un papel muy importante en nuestro modelo.

Primero que nada las adolescentes de secundaria se enfrentan a un problema que es la necesidad de tomar una decisión que definirá el rumbo de su vida, dado que el siguiente paso después de la secundaria no es muy claro; por un lado, no es tan obvio seguir estudiando, o en dónde hacerlo, o qué carrera seguir, entonces la adolescente debe tomar una decisión en un periodo más o menos corto de tiempo y sin una elaboración amplia de las implicaciones de su decisión, todas estas condiciones generan un marco negativo, donde no cabe una decisión conservadora, por el contrario es mas factible pensar que el sujeto puede tomar una decisión de alto riesgo con tal de obtener un beneficio mínimo.

Cuando la adolescente no tiene las condiciones ideales para analizar el rumbo que va a tomar su vida y ante un marco adverso, su decisión recae sobre los heurísticos, Kahneman y Tversky estudiaron varios de ellos y de estos consideramos que básicamente son dos las reglas que usan las chicas para resolver la cuestión de ¿qué voy a hacer con mi vida?, ¿cómo logro status social, estabilidad y cariño?.

El heurístico de disponibilidad (Tversky, Kahneman, 1994) permite hacer juicios acerca de la frecuencia o la probabilidad de que suceda un hecho con base en la facilidad con que puede recordarse un modelo de acción similar, para nuestro problema, esto significa que las adolescentes pueden recordar el caso de una amiga o persona que estaba en igual circunstancia y que se embarazó, con lo cual su vida posterior al embarazo es mejor que las condiciones actuales, entonces se percibe que ser madre trae más ventajas que desventajas en el contexto actual.

Otro Heurístico estudiado por Kahneman y Tversky, conocido como Representatividad (1994), considera que lo típico es también lo más probable, esto es, al observar que su caso es similar al de la mayoría de las chicas de su edad, entonces el sujeto percibe que debe hacer lo que la mayoría hace, ahora bien, si el estereotipo que está en la mente de las chicas considera que ser madre trae ciertos beneficios, entonces el sujeto considerará que debe embarazarse para lograr obtener algo más de lo que tiene.

Este modelo propone que mediante las creencias socialmente compartidas se ha desarrollado un estereotipo que lleva a las adolescentes a tener una expectativa de vida basada en la formación de una nueva familia, sin descartar la opción de poder ser madres, esta primera etapa donde se ve la maternidad como un ideal, conduce a un primer enmarcamiento, es decir, al considerar la información e imaginar las posibles consecuencias de la acción en términos de pérdidas o ganancias (Tversky, 1981), las chicas ven en el embarazo más ventajas que desventajas.

¿Qué pasa si la adolescente recuerda que su amiga al embarazarse perdió más cosas de las que ganó, o si considera que de acuerdo al estereotipo **no** debe embarazarse, vayamos un paso más allá, que pasa si tenemos un heurístico que apunta a obtener beneficios con el embarazo y otro que apunta en sentido contrario, es decir, hacia las pérdidas posibles si se consuma el embarazo? .

Para esto, consideramos que es necesario un segundo enmarcamiento, que esté en función de las ganancias y pérdidas más específicas, o en otras palabras directamente concernientes al sujeto, aquí consideramos que pueden existir cuando menos dos posibilidades, que las jóvenes tomen la iniciativa y busquen convertirse en madres, sin importar la edad (y muchas veces la estabilidad de su relación) o que ante una última duda, sea el proceso natural de interrelación con la pareja lo que termine por considerar que se obtiene más siendo madre adolescente que al no serlo (ver esquema 1).

El objetivo de la presente investigación es validar un instrumento para medir los atributos o adjetivos que están vinculados al estereotipo de madre, además el instrumento incluye una sección

de datos generales, así como una sección donde se pregunta por los casos cercanos de embarazo con la finalidad de que el instrumento sirva como la primer etapa de una investigación longitudinal que nos permita detectar y confirmar los casos que se pueden considerar como de alto riesgo, por contar con un entorno similar al explicado teóricamente y donde el heurístico de disponibilidad pueda llevar a tomar la decisión del embarazo entre adolescentes que estudian la secundaria.

MÉTODO

Participantes. En este estudio se contó con la participación de 349 sujetos, todos del sexo femenino pertenecientes a los tres niveles de escuelas secundarias.

La selección fue no probabilística, con el criterio de facilidad de acceso a grupos naturales de adolescentes.

En cuanto a estas, se seleccionaron 4 escuelas, todas dentro del área metropolitana, una ubicadas en el municipio de Naucalpan, otra en el municipio de Coacalco, la siguiente en la delegación Azcapotzalco y una mas en la delegación Coyoacan. El rango de edad se ubico entre los 11 y los 16 años de edad.

Instrumento. En este estudio se reporta la sección de diferencial semántico que explora los estereotipos relacionados con la maternidad. El diferencial semántico constó de 6 objetos.

El rango estaba determinado por una línea continua de 100 mm, la cual debía de marcarse dependiendo de la correspondencia que el sujeto hacia con uno de los adjetivos bipolares y su situación, y posteriormente era medida de derecha a izquierda para su posterior captura.

Esta sección forma parte de un instrumento más amplio de autoaplicación, que abarca creencias y actitudes en torno a la maternidad y aspectos relacionados con la sexualidad.

Para completar el cuestionario en su totalidad las participantes emplearon aproximadamente 45 minutos y en las secciones aquí presentadas, alrededor de 20 minutos.

Procedimiento. Con la autorización de los directores de los planteles, se aplicó el instrumento a cada grupo dentro del aula, proporcionando las instrucciones para su resolución de forma general y permaneciendo dos personas durante la aplicación para aclarar cualquier duda que pudiera existir.

Análisis. Se codificaron y se capturaron las respuestas en el programa estadístico SPSS, se realizó un análisis factorial exploratorio de componentes principales con rotación varimax para la agrupación de las respuestas en factores para cada uno de los objetos. Aquí solo se reporta aquellos objetos relacionados con el estereotipo de maternidad. Se calculo el alfa para asegurar la confiabilidad del instrumento, las medias y la desviación estándar.

RESULTADOS

El primer objeto era “la maternidad es” y contaba con 12 adjetivos bipolares, el análisis factorial convergió en 3 factores, de los cuales se recuperaron dos, el primero se nombro como “valoración social de la maternidad” su confiabilidad fue de .95, el segundo factor se denominó “valoración personal de la maternidad” y su confiabilidad fue de .74.

TABLA 1. Estructura factorial del diferencial semántica para el objeto la maternidad es

La maternidad es	alfa
<i>Factor 1 valoración social de la maternidad</i>	
1. responsabilidad- irresponsabilidad	.93
6. aceptación- rechazo	.91
4. atenciones –descuido	.89
2.madurez- inmadurez	.88
8. orgullo- vergüenza	.85
11. natural forzado	.84
<i>Factor 2. valoración personal de la maternidad</i>	
9. Seguridad miedo	.76
3. Bonita – fea	.72
7. estabilidad- inestabilidad	.71
12. deseable- indeseable	.71
5. cuidados- indiferencia	.59

El segundo objeto era “mis amigas ven a las chicas que se embarazan como” y contaba con 8 adjetivos bipolares y el análisis factorial convergió en dos factores, el primero de ellos se denomino “estabilidad como producto del embarazo y tenia una confiabilidad de .75, el segundo factor se denomino como “cualidades percibidas a las adolescentes embarazadas” y su confiabilidad fue de .75.

TABLA 2. Estructura factorial del diferencial semántica para el objeto mis amigas ven alas chicas que se embarazan como

Mis amigas ven a las chicas que se embarazan como	Alfa
<i>Factor 1. Estabilidad como producto del embarazo</i>	
6.Estables- inestables	.80
7.adultas –niñas	.75
4. responsables- irresponsables	.72
3. alegres- tristes	.69
<i>Factor 2. Cualidades percibidas a las adolescentes embarazadas</i>	
1.agradables- desagradables	.81
2. deseables- indeseables	.80
3.admirables- despreciables	.73
5. maduras- inmaduras	.52

El tercer objeto decía: Si mencionaste alguien cercano a ti que estuviera embarazada ¿cómo te pareció su embarazo?. Tenia 7 adjetivos bipolares y el análisis dio como resultado dos factores de

los cuales solo se conservó el primero que nombro como “aspectos socialmente relacionados con el embarazo” y cuya confiabilidad fue de .85.

TABLA 3. Estructura factorial del diferencial semántica para el objeto si mencionaste alguien cercano a ti que esté embarazada ¿cómo te pareció su embarazo

Si mencionaste alguien cercano a ti que esté embarazada ¿cómo te pareció su embarazo?	Alfa
<i>Factor 1. Aspectos socialmente relacionados con el embarazo</i>	
1. Bueno- malo	.87
7. Aceptado- rechazado	.86
3. Deseado- indeseado	.85
6. Favorable –desfavorable	.83
4. Fácil- difícil	.45

El cuarto objeto constaba de 12 adjetivos bipolares, y el análisis convergió en 2 factores, el primero se denominó “logros percibidos como consecuencia del embarazo” y contó con una confiabilidad de .87 y el segundo factor se nombro como “atenciones emocionales como resultado del embarazo” y contó con una confiabilidad de .68.

TABLA 4. Estructura factorial del diferencial semántica para el objeto “para mi tener un hijo a esta edad significa”

Para mi tener un hijo a esta edad significa	alfa
<i>Factor 1. Logros percibidos como consecuencia del embarazo</i>	.76
7. lograr estabilidad- lograr inestabilidad	.72
8. Sentir orgullo- sentir vergüenza	.72
6. Recibir atenciones- recibir frialdad	.71
4. Llegar a ser madura- llegar a ser inmadura	.71
2. Ser responsable- ser irresponsable	.70
1. Deseable socialmente- indeseable socialmente	.70
12. Hacer algo fácil- hacer algo difícil	.59
<i>Factor 2. “atenciones emocionales como resultado del embarazo”</i>	
10. Sentir cuidados- sentir indiferencia	.76
5. Seguridad- miedo	.75
11. Algo natural- algo forzado	.65
3. Ser adulta- ser niña	.62

Las medias y la desviación estándar de cada factor se presentan en la tabla 5, así como su alfa correspondiente.

TABLA 5: Valores correspondientes a cada uno de los factores obtenidos: medias, desviación estándar y confiabilidad

Reactivos	Factores	Media	Desv. Est.	Alfa
La maternidad es	1. Valoración social de la maternidad	32.23	33.02	.95
	2. Valoración personal de la maternidad	76.82	20.60	.74
Mis amigas ven a las chicas que se embarazan como	3. Estabilidad como producto del embarazo	57.48	28.65	.75
	4. Cualidades percibidas a las adolescentes embarazadas	39.77	26.00	.75
Si mencionaste a alguien cercana a ti que este embarazada ¿cómo te pareció su embarazo?	5. Aspectos socialmente relacionados con el embarazo	36.68	30.50	.85
Para mi tener un hijo a esta edad significa	6 Logros percibidos como consecuencia del embarazo	49.99	28.92	.87
	7. Atenciones emocionales como resultado del embarazo	54.23	28.26	.68

DISCUSIÓN

Los datos anteriores muestran que las adolescentes tienen internalizada la maternidad, valorándola en dos sentidos: uno socialmente compartido (Media = 32.23) que se relaciona con obligaciones, responsabilidades y el ser aceptada socialmente por el grupo al que pertenecen, el segundo esta asociado a factores más personales en función de las necesidades de relacionarse con otros, es decir, tiene implicaciones en su situación personal, pero estas son vista como negativas (Media = 76.82) al atribuirles miedo, algo feo, indeseable, inestable, tal vez como una duda natural de lo que en su caso implicaría tener un hijo, pues al mismo tiempo se encontró que para una parte de la población (M = 57.48), el embarazo es visto como una forma de estabilidad asociada a formas de vida más completas, distinta a la que están acostumbradas, en otras palabras, las adolescentes experimentan ciertas sensaciones negativas a corto plazo, pero una cantidad de beneficios mas importantes al mediano y largo plazo.

Las jóvenes adolescentes son vistas como ($M = 39.77$) más agradables que desagradables, más deseables que indeseables, admirables y maduras, es decir, les atribuyen ciertas cualidades aún aquellas jóvenes que no ven en el embarazo una forma de estabilidad.

La referencia al heurístico es la asociación que el sujeto encuentra entre una persona que ha estado embarazada, su cercanía con ella y las condiciones favorables o logros percibidos. Aunque el heurístico solo funciona en el momento que se necesite tomar una decisión, un primer indicador que nos muestra como es visto el embarazo por las adolescentes, esta dada en el objeto "si mencionaste una persona cercana a ti que haya estado embarazada, como te pareció su embarazo", los resultados muestran ($M = 36.68$) que es percibido como un hecho socialmente aceptado, es decir, es más bueno que malo, más aceptado que rechazado, deseado, favorable y fácil, con lo cual se refuerza el estereotipo de la mujer como madre y la creencia de que conlleva beneficios sociales y elicitada una toma de decisión en torno a la maternidad como una forma viable de vida.

En cuanto a los logros percibidos como consecuencia del embarazo, se encontró que para cierta parte de la muestra ($M = 49.99$), el tener un hijo a esta edad implica logros de reconocimiento por parte de su núcleo social, como son lograr estabilidad, sentir orgullo, recibir atenciones, llegar a ser madura, ser responsable, lograr ser deseables socialmente y hacer algo fácil.

Lo mismo sucede en el caso de las atenciones emocionales como resultado del embarazo ($M = 54.23$). Las jóvenes que ven en el embarazo una forma de sentir cuidados, seguridad, como algo natural que conlleva el pasar de niñas a adultas, son aquellas que no sólo tienen internalizado el estereotipo de mujer como madre, sino además tienen casos accesibles en memoria de alguien en una situación similar a la suya que se ha embarazado y como producto de ese embarazo obtuvo beneficios como estatus social, atenciones, cariño, respeto y una nueva familia entre otros.

Así, el embarazo es percibido, en general, como algo bueno, aceptado, deseado, favorable y fácil, lo que marca la diferencia entre las chicas que se embarazan y las que no, es el hecho de ver en él, además, la posibilidad de lograr estabilidad, reconocimiento social y atenciones emocionales importantes en un momento en el que no es claro el rumbo que tomara sus vidas y en un entorno donde se considera a la maternidad como la expectativa normal y natural de la mujer.

REFERENCIAS.

- Arias, Ana, V., y Morales, F, J.(1998), Medida de la estereotipia de género a través de rasgos espontáneos, <http://copsa.cop.es/congresoiberia/base/social/soct14.htm>, Madrid.
- Bendezú Guerra, Ana V. (1998). Los estereotipos de género y el riesgo del embarazo adolescente. Tesis de Maestría no publicada, México, Facultad de psicología, UNAM.
- Bustos, O. (1994). *La formación del género: el impacto de la socialización a través de la educación*. En: Antología de la sexualidad humana. Tomo I, México, CONAPO.
- Deaux, Kay y Lewis, L.L. (1984), Structure of gender stereotypes: Interrelationships among components and gender label, en *Journal of personality and social psychology*, 46,5.

- Hewstone: (1994). Atribución causal. Paidós: Barcelona
- Geis, Florence, L. (1993). Self- fulfilling prophecies: A social psychological view of gender, en *The psychology of gender*, Editores, Beall, A.E. y Sternberg, R.J., New York- London, Guilford Press
- Leyens, J., Yzerbyt, V.Y y Shadron, G. (1994). Stereotypes and social cognition. London, Sage
- Echebarría, A. y Pinedo José, A. (1997). identidad social de género: su distribución social e influencia en el juicio, en *Revista de Psicología social*, 12, 2.
- Manstead, Hewstone, Fiske, Hogg, Reis, Semin: (1995). The Blackwell Encyclopedian of psychology, Massachusetts Blackwell:
- Moya Morales, M.(1993). Categorías de género: consecuencias cognitivas sobre la identidad, en *Revista de psicología social*, 8, 12.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. In L. Berkowitz (Ed), *Advances in experimental social psychology*, 19, New York, Academic Press.
- Saldívar Garduño, cols. (1995). Evaluación de características asociadas a lo masculino y a lo femenino. UNAM. VII Congreso Mexicano de Psicología.
- Singh, S. Y Wulf. D. (1990), Maternidad, en adolescentes de hoy, padres del mañana: un perfil de las Américas, New York, The alan Guttmacher institute.
- Tversky, A., y Kahneman, D. (1981) . The Framing of Decisions and the Psychology of Choice, *Science*, 211, pg 4538-4550.
- Tversky, A., y Kaheman, D. (1983). Extensional versus intuitive reasoning: The conjunction fallacy in probability judgment, *Psychology Review*, 90, pp. 293-315.
- Tversky, A., y Kahneman, D. (1992). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. Estados Unidos de América: Cambridge University Press.