

ESTEREOTIPOS SOCIALES: DESDE EL PREJUICIO Y EL CLICHÉOLIVIA ORTEGA SOSA¹*Fecha de recepción: 2/11/2022**Fecha de aceptación: 1/12/2022***RESUMEN**

El estudio del estereotipo y su dilucidación responde a muchos años de discusión, que, desde las ciencias sociales se apoyan en aquellas características relacionadas con el bagaje emocional impregnado en el individuo y que se relaciona con determinado contexto como respuesta a sus tendencias dentro de la colectividad.

PALABRAS CLAVE: estereotipo social-identidad-prejuicio-cliché

SOCIAL STEREOTYPES: FROM PREJUDICE AND CLICHÉ**ABSTRACT**

The study of the stereotype and its elucidation responds to many years of discussion, which, from the social sciences, are based on those characteristics related to the emotional baggage impregnated in the individual and that is related to a certain context in response to its tendencies within the community.

KEYWORDS: social stereotype-identity-prejudice-cliche

INTRODUCCIÓN

Hablar de estereotipos sociales supone una amplia gama de conceptos que van desde lo antropológico, lo sociológico, hasta lo psicológico social. El estereotipo, siguiendo a Tajfel (1984) “[...] se define generalmente en términos de un consenso de opinión concerniente a

¹ Referencia biográfica. Olivia Ortega Sosa. Profesora e investigadora en la Facultad de Arquitectura y Diseño de la UAEMéx, en Toluca, México. Áreas de interés: Diseño publicitario, estereotipos sociales y culturales, imagen.

los rasgos que se atribuyen a ese grupo” (Tajfel, 1984, pág. 143), por lo que un solo individuo puede dar referencias detalladas del comportamiento de un colectivo. Igualmente, para que un estereotipo pueda ser considerado “estereotipo social”, se hace necesario un consentimiento compartido por la sociedad a través de medios efectivos de comunicación. Tal es caso de la publicidad y la imagen social publicitada.

CONTEXTO HISTÓRICO DEL CONCEPTO DE ESTEREOTIPO

Varias son las posturas que definen el estereotipo, en este sentido, la conceptualización del vocablo comparte el estudio hecho por varios autores, entre ellos Walter Lippmann, pionero de su definición bajo el aspecto social, lejos de preceptos psicológicos y tipológicos. Si bien Lippmann no establece en su prosa un concepto particular de estereotipo, aborda el tema de manera tal que se infiere el significado del vocablo, investigado con mayor rigor científico por autores posteriores.

El enfoque de Lippmann (2003) incluye la cotidianeidad y las imágenes que se forman en la mente. Dichas imágenes tienen que ver con el hecho de detectar ciertas características en los demás, y que relacionamos con lo ya conocido. Son los pequeños signos, los encargados de recrear una imagen mental en el sujeto que inmediatamente relacionará con su bagaje memorial (Lippman, 2003).

Dichos signos pueden ser encontrados, entre otros soportes, en el cine. Para dar cuenta de la noción de estereotipo y estando su texto “La personalidad autoritaria” circunscrito en la década de 1920, Lippmann (2003) dio fe del uso del cine como medio para la detección del estereotipo. En aquella época el cine gozaba (y aún goza) de una particularidad trascendental que promueve de manera más directa el uso de estereotipos. De esta manera Lippmann rescata, no sólo a través del cine, sino como información transmitida de generación en generación, aquellas “mentalidades colectivas” generando prácticamente un “factor biológico” en los descendientes (Lippmann, 2003, pág. 50).

El “factor biológico” que menciona posee relación con los estudios de T.W. Adorno, quien en su texto *La Personalité Autoritaire* (1950), presenta una comprensión del etnocentrismo y del prejuicio. Esta publicación presentada después de la Segunda Guerra Mundial resultó un análisis de las tendencias fascistas. En el mismo, el concepto de

estereotipo se vincula con la infancia, en este caso, en el autoritarismo sobre todo paternal que inculca desde edades tempranas la asimilación de estereotipos y el sucesivo rechazo a ciertas etnias.

Mediante el estudio científico de la ideología, la observación de ciertos individuos a través del análisis objetivo de sus opiniones, actitudes, y valores observables resultaron el principio de su investigación con relación a las tendencias fascistas (Adorno, 1950). En su saber, la ideología tiene que ver directamente con la personalidad del sujeto, así como el contexto o situación social en que se encuentre.

Para Adorno, la personalidad “[...] es una organización más o menos duradera de las fuerzas internas del individuo” (Adorno, et al., 1969, pág. 173). Con esto, el sujeto se predispone según la situación vivida y sus ideales. La personalidad puede resultar moldeable y evolucionar, teniendo como mayor influencia a la familia en primera instancia, derivando en distintos tipos de personalidad dentro de la sociedad y la consecuente influencia en las instituciones a nivel social, incluso económico.

La personalidad rebosa familiaridad, Lippmann (2003) lo evoca como el sentido de pertenencia y consecuentemente con la derivación en estereotipo. Recalca que los estereotipos representan “[...] una imagen ordenada y más o menos coherente del mundo, a las que nuestros hábitos, gustos, capacidades, consuelos y esperanzas se han adaptado por sí mismos” (Lippmann, 2003, pág. 51).

El estereotipo resulta entonces en un compendio de tradiciones, sentimientos e ideas enmarcadas en un contexto que parte primeramente del aspecto familiar y que resultan en la “posición adecuada” de cada individuo. De todo ello, se deriva el significado de estereotipo el cual es susceptible a interpretaciones fugaces antes de pasar por el filtro de la razón, de ahí su estrecha relación con el prejuicio.

RELACIÓN DEL ESTEREOTIPO CON EL PREJUICIO

La línea entre prejuicio y estereotipo resulta muy fina, Allport (1971), mediante el prejuicio, cataloga al estereotipo, afirma que son “[...] imágenes inherentes a una categoría, invocadas por el individuo para justificar el prejuicio de amor o el prejuicio de odio” (Allport, 1971, pág. 213). Para Allport los estereotipos se miden extremadamente por los

prejuicios, siendo el factor exageración de la realidad un motivo para catalogar a cierto grupo humano.

Otro de sus conceptos sobre el estereotipo versa en: “[...] una creencia exagerada que está asociada a una categoría. Su función es justificar (racionalizar) nuestra conducta en relación a esa categoría” (Allport, 1971, pág. 215). A diferencia de Lippman, Allport (1971) promueve el sentido teórico del estereotipo, afirma que Lippmann (2003) cataloga al estereotipo como una categoría, siendo que, para él, el estereotipo sucede cuando se carga de imágenes a la categoría (Allport, 1971).

En términos de difusión, Allport (1971) habla del estereotipo como aquel que ha recibido a lo largo de los años un apoyo social que involucra los medios de comunicación masiva. Para ello relata una serie de casos que involucran sobre todo al estereotipo del “hombre negro” y su papel en los medios masivos, casi siempre como delincuente, supersticioso y haragán.

Por otro lado, afirma que el estereotipo va perdiendo fuerza a medida que el tiempo pasa. Los estereotipos hoy en día no se catalogan de la manera en que lo hacían antes. Un factor relacionado con esto recae en las circunstancias y/o el contexto que lo rodee y la manera en que afecte al estereotipo (Allport, 1971).

EL CLICHÉ, EL PREJUICIO Y EL ESTEREOTIPO

La diversidad de maneras en las que el concepto de estereotipo ha sido manejado a lo largo del siglo XX y XXI involucran una serie de enfoques, todos ellos relacionados con la forma individual de ver al mundo. Además de Allport (1971) y Lippmann (2003), otros son los autores que han tratado el tema y varias las posturas acerca del estereotipo:

“[...] el término estereotipo continua generalmente designando una imagen colectiva cristalizada, considerada desde un ángulo peyorativo, [...] Con frecuencia se lo asimila al cliché, cuando se insiste en su carácter trivial, su carácter automático, reductor (Amossy & Herschberg Pierrot, 2010, pág. 35).

El cliché, tal y como lo mencionan Amossy & Herschberg Pierrot (2010) es otro de los conceptos relacionados con el estereotipo. El estereotipo “esquematiza y categoriza”

(Amossy & Herschberg Pierrot, 2010, pág. 33), surge por la necesidad de relacionar aquello que vemos con ideas preconcebidas a través de las que podamos comprender al mundo.

El elemento nominativo del cliché representa “[...] una expresión cristalizada, repetible bajo una misma forma” (Amossy & Herschberg Pierrot, 2010, pág. 16) se relaciona con aquello que vemos una y otra vez y que representa un cúmulo de interpretaciones y reinterpretaciones por parte del sujeto. Todas ellas dentro del marco del escenario urbano cotidiano, lugar común plagado de clichés sociales.

El conjunto de componentes relativos al estereotipo se presenta vasto. Una vez más el uso de prejuicio se propone complementar el contexto conceptual del estereotipo y el cliché con una perspectiva teórica. En las ciencias sociales, el prejuicio toma forma a partir de la carga emocional que se le adhiere a un concepto. Para Amossy & Herschberg Pierrot (2010), el uso de prejuicio en el estereotipo cobra forma a partir de Allport (1954), quien “[...] estima que el estereotipo legitima a menudo una antipatía preexistente, en lugar de ser la causa de esta” (Allport 1954 en Amossy & Herschberg Pierrot 2010, pág. 39).

Resulta entonces el motivo por el cual ciertos grupos humanos no concuerdan con las formas de vida y cosmovisión de otros. En el prejuicio como construcción social, existe una tripartición que involucra: el componente cognitivo (un estereotipo dado), el componente afectivo (prejuicio) y el componente comportamental (discriminación) (Amossy & Herschberg Pierrot, 2010). Los tres representan un todo relacionado con las pequeñas partes de la obcecación social cotidiana.

LA IDENTIDAD Y EL ESTEREOTIPO

El estereotipo se cataloga desde la identidad. Disímiles estudios demuestran que la identidad se revela bajo el influjo configurativo de una diversidad de factores que tienen que ver directamente con las relaciones humanas y la aprobación social (Giménez, 2009).

El sentido de pertenencia a cierto grupo social deviene por la interacción entre los individuos. A través de una colectividad que, por tradicional convencimiento social, define al individuo como parte de cierto grupo, el cual se reconoce por la relación de valores instaurados en su cotidianidad.

La colectividad, vista desde la identidad social, supone entonces un proceso que involucra a la identidad individual como rasgo inherente a un sujeto. De cierta manera, la identidad colectiva por sí misma no tiene ningún sentido sin la identidad individual, la cual define el accionar del sujeto.

La imagen colectiva se manifiesta determinante como parte de la identidad mediante la pertenencia a cierto grupo social, étnica, incluso de género. Todo ello como parte de una psicología cultural que involucra el aculturamiento de los individuos en algún contexto que lo demande, como por ejemplo los inmigrantes.

Entiéndase entonces a la identidad, como aquel proceso que atribuye valor al sentido de pertenencia, asimismo, no siempre el valor resulta positivo, tendiendo en ciertas situaciones a provocar la frustración y complejo de inferioridad de algunos grupos sociales (Giménez, 2009).

ESTEREOTIPOS SOCIALES Y LA TEORÍA DE LA IDENTIDAD SOCIAL DE HENRY TAJFEL

Habiendo hecho una breve referencia del concepto de estereotipo, cabe añadir los matices que puede presentar, tal es el caso del estereotipo social. Siguiendo a Tajfel, para llegar a ser “social”, el estereotipo debe ser compartido por “[...] un gran número de personas” (Tajfel, 1984, pág. 173), es decir, responde a todo un proceso de difusión que perfectamente puede encajar con la publicidad y los procesos publicitarios a lo largo de los años y en la actualidad.

Las pautas que propician el análisis del estereotipo social incurren en los procesos cognitivos por los que pasa, como por ejemplo el contexto social en que se enmarca. Tajfel (1984) menciona que,

“[...] en el caso de los estereotipos sociales, el “contexto social” se refiere al hecho de que los estereotipos mantenidos en común por un gran número de personas proceden de, y son estructurados por las relaciones entre los grandes grupos o entidades sociales. El funcionamiento y el uso de los estereotipos es el resultado de una íntima interacción entre esta estructuración contextual y el papel de los mismos

en la adaptación de los individuos a su medio ambiente social” (Tajfel, 1984, pág. 174).

El “medio ambiente social” influye en el funcionamiento de los estereotipos a nivel social. Para ello se aboca tanto a la conservación de ideologías y las acciones sociales en su nombre, como a la manera de interacción entre diferentes grupos de forma positiva sin menoscabo a su cosmovisión (Tajfel, 1984).

Tajfel involucra dos categorizaciones dentro del universo del estereotipo, ellas son: “[...] las categorizaciones sociales neutras y las dotadas de valor” (Tajfel, 1984, pág. 180). La primera de ellas está relacionada con los rasgos estereotipados que puedan presentar ciertos grupos sociales y que no se clasifican de manera positiva ni negativa (todos los mexicanos creen en la Virgen de Guadalupe), y la segunda implica una dosis de prejuicio que, si se diera el caso de una noción negativa hacia cierto grupo, por lo tanto, se haría una reinterpretación de sus atributos (Tajfel, 1984).

La segunda categorización se presenta más compleja, cargada de emotividad: “Representa una fuerte protección de sistema de valores sociales existente, y cualquier “equivocación” cometida es una equivocación en la medida en que se pone en peligro ese sistema (Tajfel, 1984, pág. 183). El prejuicio, tratado con anterioridad por Allport, toma protagonismo dentro de las categorizaciones sociales al dotar de negatividad ciertos sistemas de valores. Hasta aquí se puede confirmar el valor individual del estereotipo social, no obstante, la apertura del estereotipo social no se ciñe solamente a juicios valorativos de carácter propio, sino que abarca toda una acción social en su nombre. Las funciones relativas al estereotipo social como colectivo siguiendo a Tajfel se remiten a la causalidad, la justificación, y la diferenciación social.

La primera de ellas entra en el debate social que acarrear ciertos grupos étnicos como los judíos, en donde la incriminación de un grupo social en algún evento negativo presenta una fuerte carga de prejuicios. La segunda tiene que ver con el hecho de considerar plausible el mandato de un grupo sobre otro sólo porque el grupo oprimido no cuenta con los valores necesarios para su desarrollo civilizatorio. La diferenciación social, tiene que ver directamente con la diferenciación intergrupala y la manera en que se ven a sí mismos ciertos grupos, así como la tajante distintividad de otros (Tajfel, 1984).

La heterogeneidad de funciones del estereotipo social marca el paso de una teoría que involucra la identidad social como parte inherente del estereotipo social, para ello Tajfel formuló una serie de ideas que representaron el comienzo de la Teoría de la Identidad Social (TIS). Para que la TIS cobre sentido, Tajfel afirma que muchos de los elementos que conforman la imagen que los individuos tienen de sí mismos son una colaboración entre el ser individual y la pertenencia a ciertos grupos o categorías sociales, el autoconocimiento de pertenecer a cierto grupo social, así como el valor emocional que tiene para el individuo (Tajfel, 1984).

Dado el fallecimiento de Tajfel, la TIS fue analizada a profundidad y complementada por otros autores como Turner que propuso el Modelo de Identificación Social y con posterioridad la Teoría de la Auto-categorización del Yo (TAC) (Turner, Hogg, Oaks, Reicher, y Wetherell, 1987), ambas vinculadas con el comportamiento de la identidad social y la identidad individual en el segundo término (Scandroglio, López Martínez & San José Sebastián, 2008).

CONCLUSIONES

El autoconocimiento del ser social que deviene en estereotipo de acuerdo con su bagaje cultural representa el cúmulo de saberes con los cuales se conduce cotidianamente. El estereotipo social, como parte de un sistema complejo puede analizarse desde la religión, el género, la raza, la política, la economía, entre otros, siendo parte de la identidad, la cual se manifiesta a través de la imagen colectiva. En este sentido, el estereotipo social se desarrolla bajo el influjo del “medio ambiente social” que lo rodea, y se nutre de aquellas ideologías (prejuicios y clichés) que permite la interacción entre varios grupos sociales. Tajfel, durante el análisis hecho al estereotipo, y tomando como partida aquellos elementos que conforman la autoimagen o autopercepción, apoyó la resignificación del ser social a través de la Teoría de la Identidad Social (TIS) con la cual se sustenta la afirmación del ser individual, primeramente, y luego su pertenencia a ciertos colectivos de acuerdo a su cosmovisión. La significación del estereotipo social, por lo tanto, se manifiesta primeramente desde la personalidad individual para luego ser insertada en un contexto, donde puede tomar tintes tanto positivos como negativos, dependiendo el peso social dado por el colectivo.

BIBLIOGRAFÍA

- ADORNO, T., FRENKEL-BRUNSWICK, E., LEVINSON, D. J. & NEVITT SANFORD, R. (1969). *The Authoritarian Personality*. Nueva York: Norton and Company.
- ALLPORT, G. W. (1971). *La naturaleza del prejuicio*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- AMOSSY, R. & HERSCHBERG PIERROT, A. (2010). *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires: Eudeba.
- GIMÉNEZ, G. (2009). *Identidades sociales*. México: Intersecciones.
- LIPPMAN, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Langre.
- SCANDROGLIO, B., LÓPEZ MARTÍNEZ, Jorge S. y SAN JOSÉ SEBASTIÁN., Ma. C. (2008). La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. *Psicothema*, Vol. 20, núm.1, pp.80-89. Recuperado el 4 de septiembre de 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/727/72720112.pdf>
- TAJFEL, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder