

**LA COSIFICACIÓN Y SU EFECTO SOBRE LA
AUTOPERCEPCIÓN DE LAS MUJERES**

TRABAJO DE FIN DE GRADO DE PSICOLOGÍA

Alumna:

Claudia Villa Hernández

Tutores:

Armando Rodríguez Pérez

Ramón Rodríguez Torres

Facultad de Psicología y Logopedia

Universidad de La Laguna

Curso académico 2019-2020

Índice

Resumen	3
Abstract	3
Introducción	4
Método	7
<i>Participantes</i>	7
<i>Materiales y procedimiento</i>	7
Resultados	11
Discusión	15
Referencias	19
Anexos	24

Resumen

La cosificación ocurre cuando a una persona se la trata como un objeto en lugar de como a una persona. Una de las consecuencias derivadas de la cosificación es el proceso de deshumanización. Este proceso ha sido estudiado por medio de tres teorías: la teoría de la percepción de mente, el modelo de contenido de los estereotipos y el modelo dual de la deshumanización. Esta investigación pretende conocer si la cosificación puede modificar la percepción que poseen las mujeres de sí mismas, atendiendo a estos tres modelos. Por ello, se crearon dos condiciones experimentales, para averiguar si existían diferencias cuando las mujeres recordaban un hecho en el que se las valoraba por su cuerpo o por su forma de ser. Los resultados mostraron que cuando son cosificadas las participantes ($N = 63$) se atribuyeron menos capacidad de hacer planes, capacidad de sentir emociones, sociabilidad, competencia y humanidad. En definitiva, las mujeres al sentir que se las valora por su cuerpo y no por su forma de ser, modifican la manera en la que se autoperciben a sí mismas.

Palabras clave: Cosificación, deshumanización, mujer.

Abstract

Objectification occurs when a person is treated as an object rather than as a person. One of the consequences of objectification is the process of dehumanization. This process has been studied through three theories: the model of mind perception, the model of stereotypes content, and the dual model of dehumanization. This investigation tries to know if objectification can modify the perception that women have of themselves, attending to these three models. Therefore, two experimental conditions were created, to find out if differences existed when women remembered an event in which they were valued for their body or for their way of being. The results showed that when the participants ($N = 63$) are objectified attributed to themselves less ability to make plans, ability to feel emotions, sociability, competence and humanity. Definitely, women that feeling that they are valued for their body and not for their way of being, modify the way they perceive themselves.

Keywords: Objectification, dehumanization, women.

Introducción

Nuestra cultura, ha creado como un símbolo sexual la imagen de la mujer. Esta imagen irreal se puede encontrar en numerosas campañas publicitarias, revistas, televisión, entre otros. Pero, ¿cómo puede influir en la percepción de la mente de las mujeres el que alguien solo se fije en su cuerpo?

Esta investigación trata de conocer, en qué medida las mujeres pueden experimentar la cosificación de otros, y a su vez, saber si la cosificación modifica la autopercepción que tienen las mujeres de sí mismas.

Steve Loughnan et al. (2017), mencionan en su investigación que la cosificación ocurre cuando las personas reciben el trato de cosas en lugar de personas. Además, Fredrickson y Roberts (1997) argumentan que las mujeres son objetivadas cuando se las ve como si su cuerpo fuera capaz de representarlas.

Al mismo tiempo, Nussbaum (1995) describe 3 componentes fundamentales que se dan en la cosificación, el primer elemento se trata de la "negación de la autonomía", es decir, no se atribuye la capacidad de elección y autodeterminación. En segundo lugar, la "inercia", definida como la negación de la capacidad de agencia y acción; y por último, la "negación de la subjetividad", en donde se niega la capacidad de experiencia y la capacidad de sentir emociones.

Una de las consecuencias de la cosificación es la atribución reducida de mente, al mismo tiempo, la cosificación lleva a ver a las mujeres como un objeto sexual, afectando a la autoestima moral de ellas.

Por un lado, enfocarse en la apariencia física de alguien reduce la competencia y la mente percibida, extendiéndose a la disminución de la percepción de sensibilidad al dolor, emoción e incluso estado moral (Heflick y Goldenberg, 2009; Loughnan, Haslam, Murnane, et al., 2010). Y esto se ha demostrado con un estudio de anuncios de revistas, los investigadores han encontrado que se exhibe de manera más prominente el cuerpo de las mujeres, mientras que a los hombres se les representa mayormente por su cara (Archer, Iritani, Kimes y Barrios, 1983). En consecuencia, se encontraron efectos significativos en la percepción de la mente, debido a que las personas representadas por fotografías del cuerpo son percibidas como menos inteligentes, ambiciosas, competentes y agradables (Archer et al., 1983; Schwarz y Kurz, 1989).

Por otro lado, hace siglos, Immanuel Kant (1780) argumentó que “el amor sexual hace de la persona amada un objeto de apetito; tan pronto como el apetito se haya calmado, la persona se echa a un lado”. En otras palabras, los destinatarios del deseo sexual se ven solo como un medio para lograr la satisfacción. A través de la propuesta de Kant, se sostiene que los objetos de deseo sexual son vistos como objetos físicos sin sentido (Gray, K., Knobe, J., Sheskin, M., Bloom, P., & Barrett, L. F. (2011)).

El problema de la cosificación es que lleva a percibir a las personas en un contexto puramente sexual, como podría ser la pornografía. Además de precipitar a las personas a centrarse meramente en las características físicas, sin tener en cuenta su estado mental y moral (Dworkin, 1985; Fredrickson y Roberts, 1997; MacKinnon, 1988; Nussbaum, 1995).

Asimismo, Chen, Teng y Zhang (2013) en su investigación, descubren que la autoestima moral percibida de las mujeres, está afectada al recordar o experimentar la cosificación. Las mujeres que recibieron comentarios basados únicamente en su apariencia física (vs. carácter general), tenían más probabilidades de informar que se sentían menos morales y más pecaminosas.

Heflick et al. (2011) apuntan que las personas cosificadas tienen una tendencia a ser vistas como carentes de calidez y competencia, características que tienen relación con la percepción social. Al mismo tiempo, se consideran carentes de moralidad, tratándose de personas poco sinceras, confiables, honestas y amorales, dando lugar al pensamiento de que estas personas no merecen consideración ni protección moral (Holland y Haslam, 2013, 2016; Loughnan et al., 2010, 2013; Pacilli et al., 2017).

Además la cosificación conduce a la deshumanización. Liedner et al. (2014) define la deshumanización como la negación de características humanas a los demás. Por esta razón, cuando se cosifica a alguien, esas personas son vistas como más similares a objetos o animales, y no como humanos (Andrighetto et al., 2017; Bernard, Gervais, Allen, Campomizzi y Klein, 2012, Vaes et al., 2011).

A su vez, Bastian y Haslam (2011) estudiaron los efectos tanto cognitivos como emocionales de la deshumanización. Demostraron que la negación de singularidad humana y el ser tratado como incompetente, poco inteligente, sofisticado e incivilizado, provoca que la persona sienta culpa, vergüenza e incluso tristeza.

La cosificación conduce a la deshumanización, pero ¿cómo se deshumaniza?, hay 3 teorías que han estudiado la deshumanización, estas teorías son: el Modelo de la Percepción de Mente, el Modelo de Contenido de los Estereotipo y el Modelo Dual de la Deshumanización.

El Modelo de la Percepción de Mente expone que la mente de todo ser humano se sitúa en torno a dos dimensiones, la agencia y la experiencia. La agencia, se define como la capacidad de actuar, planificar y ejercer autocontrol sobre las acciones. Sin embargo, la experiencia incluye la capacidad de tener emociones, sentir dolor o placer. Asimismo, se ha demostrado por medio de diversos estudios, que cuando un sujeto se centra de manera exclusiva en el físico de una persona, reduce su percepción de agencia pero incrementa la percepción de experiencia. Lo que indica que cuando se deshumaniza a una mujer, la visión que se tiene de ella es de una persona menos moral o con menor capacidad de tener autocontrol y de hacer planes, pero se le adjudica mayor capacidad de tener emociones, e incluso menos probabilidad de dañar a otros (Gray et al., 2011; Khamitov, 2016).

En lo que concierne al Modelo de Contenido de los Estereotipos, se ha encontrado por un lado, la propuesta de Glick y Fiske (1999), quienes consideran que se puede clasificar a cualquier grupo por medio de los estereotipos, gracias a dos dimensiones: competencia, entendida como capacidad para alcanzar metas prestigiosas, y la sociabilidad, entendida como simpatía interpersonal (Glick y Fiske, 1999; Fiske, Cuddy, Glick y Xu, 2002).

Por otro lado, Lemus, et al (2008), relaciona la competencia con características individuales, tales como la inteligencia y ser habilidoso, asignado mayormente al hombre. Además, se ha relacionado con la percepción del status, los grupos de bajo status se perciben como incompetentes y los grupos de alto status como competentes. Al mismo tiempo, la dimensión de sociabilidad se relaciona con los siguientes rasgos, ser amable, agradable, sensible, sentimental, cotilla y tolerante. Esta dimensión, la sociabilidad, se atribuye en mayor medida a las mujeres,

En el Modelo Dual de la Deshumanización propuesto por Haslam (2006), se distinguen dos formas de deshumanización. La deshumanización animalística, donde se niegan atributos de naturaleza humana (NH), las características que tipifican a los seres humanos y también a muchos animales, pero que les diferencia de los objetos inanimados. Además de la deshumanización mecanicista o rasgos exclusivamente humanos (EH), que supone negar características relativas a la racionalidad, civismo y refinamiento cultural, es decir, habilidades que permiten distinguir a los seres humanos de los animales. En la investigación de Vaes et al.

(2011) se demuestra que las mujeres sexualizadas están implícitamente asociadas con los animales, son procesadas visualmente como objetos y no como personas, lo que las deshumaniza y las suprime de rasgos de naturaleza humana.

Por una parte, Heflick & Goldenberg (2009), encontraron que cuando los participantes de una investigación se centraban en la apariencia de las mujeres en lugar de su condición física, se las veía como carentes de rasgos de Naturaleza Humana, así como de calidez, moralidad y competencia.

Y por otra parte, cuando los cuerpos se sexualizan se atribuye menos mente, valor moral, competencia y capacidad de experimentar dolor a las mujeres y hombres (Loughnan et al. (2010)).

En conclusión, la investigación realizada hasta ahora demuestra que las mujeres cosificadas son percibidas como menos cálidas, competentes, morales y humanas. El objetivo de este estudio es, precisamente, conocer si las mujeres cosificadas se perciben como personas con menos agencia y más experiencia que otras mujeres que son valoradas más bien por su forma de ser y no por su apariencia. Además se pretende saber si las mujeres que son valoradas por su cuerpo, se sienten menos competentes y sociables, y finalmente, si creen que son más deshumanizadas y que tienen menos rasgos de naturaleza humana, que otras mujeres que piensan que se las ha valorado por su forma de ser.

Método

Participantes

En este estudio participaron 63 personas. Todas ellas fueron mujeres, con una edad distribuida en los siguientes intervalos: 18 a 24 años: N=51; 25 a 35 años: N= 4; Más de 36: N=8. Respecto al nivel de estudios, una participante poseía estudios primarios, 4 estudios secundarios y 58 poseían estudios postobligatorios.

Materiales y procedimiento

Las participantes respondieron a este estudio a través de la plataforma online de Google Forms.

Al comenzar el estudio se informó a las participantes de que “El Departamento de Psicología Cognitiva, Social y Organizacional de la Universidad de La Laguna, estaba realizando una investigación para conocer cómo piensa la gente en determinadas situaciones”. También se les indicó que ese era el motivo por lo que se les pedía la colaboración, y se les agradecía de antemano su participación. Además, se señalaba que no existían respuestas correctas o incorrectas, y que los datos que se extrajesen se utilizarían únicamente con fines académicos, siendo confidenciales e intransferibles a terceros.

Antes de comenzar con la investigación se pedía a las participantes que leyesen las preguntas con detenimiento, y las respondiesen con honestidad. Se les indicó una estimación de tiempo que les llevaría responder la encuesta, en este caso, aproximadamente 10 minutos y se les pidió su consentimiento para completar la investigación. Esta incluía los siguientes materiales e instrumentos:

Cuestiones sociodemográficas:

Este apartado incluyó preguntas sobre la edad (en intervalos) y nivel educativo (sin estudios, con educación primaria, educación secundaria y educación postobligatoria).

Activación del recuerdo en el encuentro:

Nuestra variable independiente requería activar dos tipos de recuerdo del modo en que las mujeres fueron atraídas. Por ello se les pedía que recordasen “una situación que hayas experimentado en el pasado con detalle. Tu tarea consiste en recordar la situación, y responder a las preguntas que aparecen en la encuesta. Por favor, sea lo más sincera posible”.

Atendiendo a la condición experimental, el cuestionario les pedía que pensaran en una situación pasada en que alguien se fijase en su cuerpo (condición: cuerpo) o en su forma de ser (condición: forma de ser).

La instrucción para la condición “cuerpo”, era la siguiente “Cuando alguien te conoce por primera vez, puede valorar o bien tu cuerpo o tu forma de ser. Intenta recordar un episodio o situación, con el mayor detalle posible, en el que alguien solo prestase atención a tu aspecto físico, mirase de modo ostentoso alguna parte de tu cuerpo diferente a la cara o te mirase como si fueras solo un cuerpo. Es importante que no pienses en una situación en general, sino en una situación concreta que te haya ocurrido a ti. Por favor, piensa en ello durante al menos 1 minuto.”

Y en el cuestionario para la condición “forma de ser”, contenía la misma instrucción, solo que cambiaba el recuerdo que debían memorar “Intenta recordar un episodio o situación, con el mayor detalle posible, en el que alguien se fijase más en tu personalidad que en tu cuerpo, dándole mayor importancia a tus ideas, formas de ver el mundo, aficiones, etc.”

Después, se plantearon una serie de cuestiones a las participantes, con el fin de seguir haciendo más vívido ese recuerdo.

Concretamente se realizaron 11 preguntas a las participantes, las cuales pretendían conocer distintos aspectos del recuerdo.

Estas se referían al tiempo transcurrido, lugar donde ocurrió la acción, si estaban acompañadas, si conocía a la persona del recuerdo y desde cuándo lo conocían, y por último el momento en el que ocurrió. Además, se preguntó sobre cómo se sintieron y si en ese momento, experimentaron humillación, culpa, halago e indignación.

Las respuestas de las participantes, ante las distintas preguntas planteadas, se encuentran en el anexo 2.

Después de que las participantes respondiesen las cuestiones anteriormente señaladas, se les daba una nueva instrucción.

Ahora las participantes debían de ponerse en el lugar de la otra persona, a cómo creen que esa persona las estaba visualizando en ese momento, indicando que debían evitar responder haciendo referencia a como se ven ellas a sí mismas.

Las siguientes cuestiones se respondieron mediante una escala del 1 al 7. Donde 1 corresponde a la respuesta de “totalmente en desacuerdo” con la afirmación, y 7 totalmente “de acuerdo con la afirmación”.

Con estas cuestiones se pretendía conocer como las participantes valoraban como las veía la persona de su recuerdo en las distintas dimensiones, explicadas a continuación.

a) Escala de atribución de mente: Agencia y Experiencia.

Las participantes calificaron el grado en que la persona del recuerdo les atribuía la capacidad de mente. Se emplearon las capacidades mentales a las que se refiere Gray et al. (2007) sobre atribución de mente del otro. Estas incluyen capacidades relacionadas con la agencia (autocontrol, moralidad, memoria, reconocimiento de emociones, planificación), y capacidades relacionadas con la experiencia (hambre, miedo, placer, dolor y rabia).

Para ello, se emplearon las cuestiones adaptadas sobre las capacidades mentales de Khamitov, Rotman y Piazza (2016) sobre la atribución de mente del otro. Cada escala fue representada por 4 preguntas y con una escala de respuesta de 7 puntos, las participantes debían responder en qué medida creen que el individuo que recordaron las veía capaces de..., en el caso de *agencia*, los ítems fueron: “hacer planes y trabajar hacia una meta”, “intentar hacer y decir lo correcto de lo incorrecto”, “recordar cosas” y “comprender cómo se sienten los demás”.

Por otro lado, la *experiencia* se midió con los ítems “capaz de sentir anhelo o esperar cosas”, “sentir miedo”, “sentir hambre” y “experimentar alegría”.

La consistencia interna fue alta para *agencia* y *experiencia* ($\alpha = .917$ y $\alpha = .821$) respectivamente.

b) Escala de habilidades personales: Competencia y Sociabilidad

Glick y Fiske (1999), consideran que los estereotipos clasifican a cualquier grupo de personas en relación con dos dimensiones: la *competencia*, entendida como capacidad para alcanzar metas prestigiosas, y *sociabilidad*, entendida como simpatía interpersonal. La dimensión de competencia, además se relaciona con las siguientes características individuales: inteligencia, ser competente y habilidoso.

Para trabajar la escala de habilidades sociales de competencia y sociabilidad se utilizó el estudio de Lemus, et al (2008). En su artículo se utilizaron 8 rasgos de competencia, 4 con valencia positiva (Capaz, Inteligente, Exigente y Racional) y 4 con valencia negativa (Ineficaz, Inconstante, Incapaz e Intransigente), y 8 de sociabilidad, 4 con valencia positiva (Amable, Agradable, Sensible y Sentimental) y 4 con valencia negativa (Cotilla, Intolerante, Hostil y Superficial).

En este caso, para nuestra investigación se usaron 4 ítems para competencia y 4 ítems para sociabilidad, junto a una escala de respuesta de 7 puntos. Debido a la baja consistencia interna, se tuvo que eliminar los 2 rasgos de valencia negativa de ambas dimensiones, para la escala de competencia “inconstante” e “intransigente”, para la dimensión de sociabilidad “intolerante” y “hostil”, quedando 2 ítems de valencia positiva para cada dimensión. Para evaluar la *competencia* se usaron los siguientes rasgos, “inteligencia” y “exigente” y para la escala *sociabilidad* “amable” y “sensible”. Las participantes evaluaban la competencia y sociabilidad que les atribuía la persona que recordaron.

La consistencia interna es alta en ambas dimensiones ($\alpha = .776$ y $\alpha = .823$).

- c) *Escala de negación de humanidad relativa a la dimensión de naturaleza humana y a la dimensión exclusivamente humana.*

Haslam (2006) distingue entre dos formas de deshumanización. La deshumanización animalística, donde se niegan atributos de naturaleza humana (NH), características que tipifican a los seres humanos y también a muchos animales pero que les diferencia de los objetos inanimados. Por otra parte, la deshumanización mecanicista (EH), supone negar características relativas a la racionalidad, civismo y refinamiento cultural, es decir, habilidades que permiten distinguir a los seres humanos de los animales.

En este estudio se emplearon las preguntas adaptadas por Khamitov et al. (2016). Donde se examinaban, por un lado, la “negación de la naturaleza humana” mediante cuatro ítem, donde las participantes debían indicar como la persona que recordaron las veía en ese momento: “Con una mentalidad abierta, que piensa con claridad sobre las cosas” (ítem que fue invertido), “Persona emocional, receptiva y cálida” (ítem invertido), “Superficial, sin profundidad, no le da importancia al interior” y finalmente, “Mecánica y fría, como un robot”. Por otro lado, la “negación de cualidades exclusivamente humanas” también fue medido por cuatro ítems, referidos igualmente al recuerdo de las protagonistas, de cómo las veía la persona que recordaron: “Refinada y culta” (ítem invertido), “Racional y lógica, con inteligencia” (ítem invertido), “Sin autocontrol, como si fuese un animal”, y “Persona poco sofisticada”. Con una escala de respuesta de 7 puntos.

En el análisis de la confiabilidad interna se obtuvieron unos resultados altos en ambas escalas ($\alpha = .823$ y $\alpha = .727$).

Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en relación a cada variable dependiente utilizada en este estudio.

Escala de Atribución de mente: Agencia y Experiencia.

Para comprobar si las formas de recuerdo activado ejercían algún efecto sobre el tipo de mente atribuida, se llevó a cabo un ANOVA de 2 (recuerdo activado: cuerpo vs. Personalidad) x 2 (atribución de mente: Agencia vs. Experiencia). La primera variable es intergrupo y la segunda intragrupo.

El resultado de este ANOVA, dio lugar a un efecto principal significativo de la variable recuerdo activado ($F_{(1,61)} = 8.76$; $p = .004$; $\eta_p^2 = .126$). Concretamente nuestro análisis mostró que hubo una mayor atribución de mente tanto en agencia como en experiencia en la condición de forma de ser ($M = 4.74$) que en la condición de cuerpo ($M = 3.52$).

También se obtuvo un efecto principal significativo de la variable atribución de mente ($F_{(1,61)} = 9.45$; $p = .003$; $\eta_p^2 = .134$). Concretamente nuestro análisis mostró que hubo una mayor atribución de agencia ($M = 4.35$) que de experiencia ($M = 3.90$).

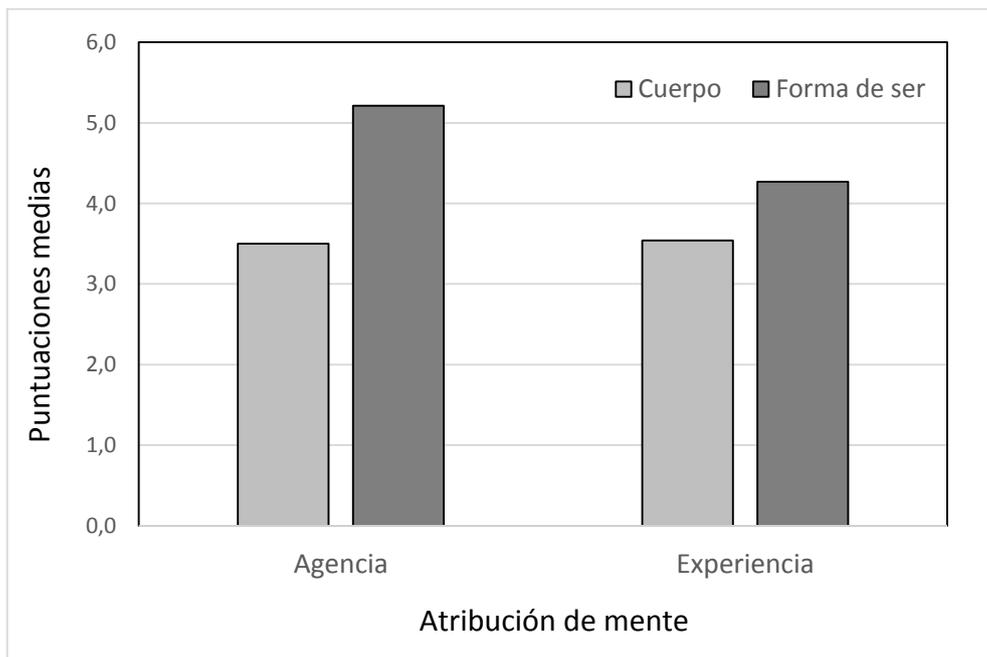


Figura 1. Puntuaciones promedio en Agencia y Experiencia en las condiciones Cuerpo y Forma de ser.

No obstante estos resultados quedan matizados por la interacción significativa entre recuerdo activado y atribución de mente ($F_{(1,61)} = 11.21$; $p = .001$; $\eta_p^2 = .155$). El análisis de los efectos simples de la interacción, muestra que no existen diferencias significativas en la

atribución de mente relativa a la condición cuerpo entre agencia (M= 3.50) y experiencia (M= 3.54; $p=.848$). Sin embargo, sí existen diferencias significativas en la condición forma de ser, ya que hay una atribución de mente significativamente mayor en la condición agencia (M= 5.21) que en la condición experiencia (M= 4.27; $p<.001$), tal y como se demuestra en la *Figura 1*.

Escala de habilidades personales

Para verificar si las formas de recuerdo activado ejercían algún efecto sobre la competencia y sociabilidad que se les atribuía a las participantes, se realizó un ANOVA de 2 (recuerdo activado: cuerpo vs. Personalidad) x 2 (Atribución de habilidades personales: Competencia vs. Sociabilidad). La primera variable es intergrupo y la segunda intragrupo.

El resultado de este ANOVA, no dio lugar a ninguna interacción pero dio lugar a dos efectos principales. En primer lugar, un efecto principal significativo de la variable recuerdo activado ($F_{(1,61)}= 14.90$; $p<.001$; $\eta_p^2= .196$). Concretamente nuestro análisis mostró que hubo una menor atribución de habilidades personales en la condición de cuerpo (M= 3.46) que en la condición de forma de ser (M=5.09), como se observa en la *Figura 2*.

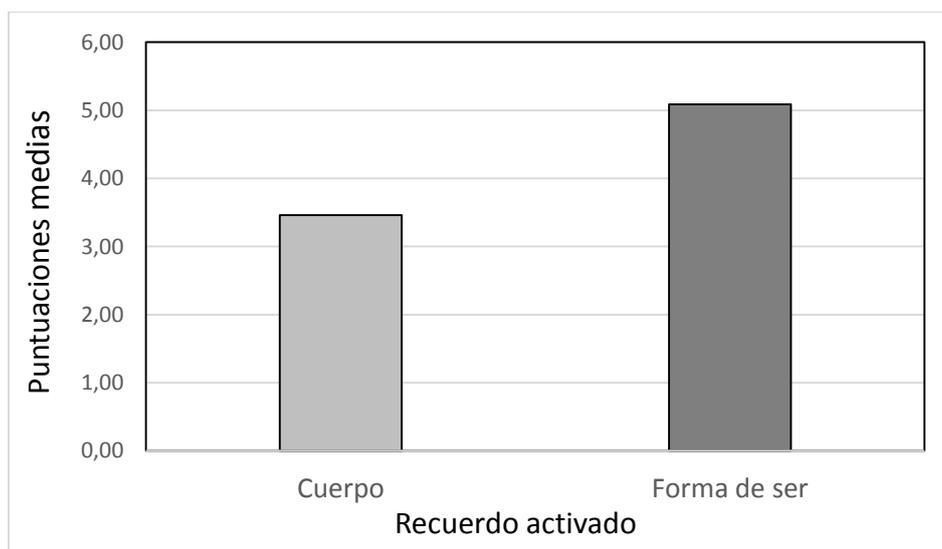


Figura 2. Puntuaciones promedio de la condición recuerdo activado en relación a la condición de atribución de habilidades personales.

También se obtuvo un efecto principal significativo de la variable atribución de habilidades personales ($F_{(1,61)} = 14.44$; $p < .001$; $\eta_p^2 = .191$). Concretamente nuestro análisis mostró que hubo una mayor atribución de sociabilidad ($M = 4.58$) que de competencia ($M = 3.97$). Ver figura 3).

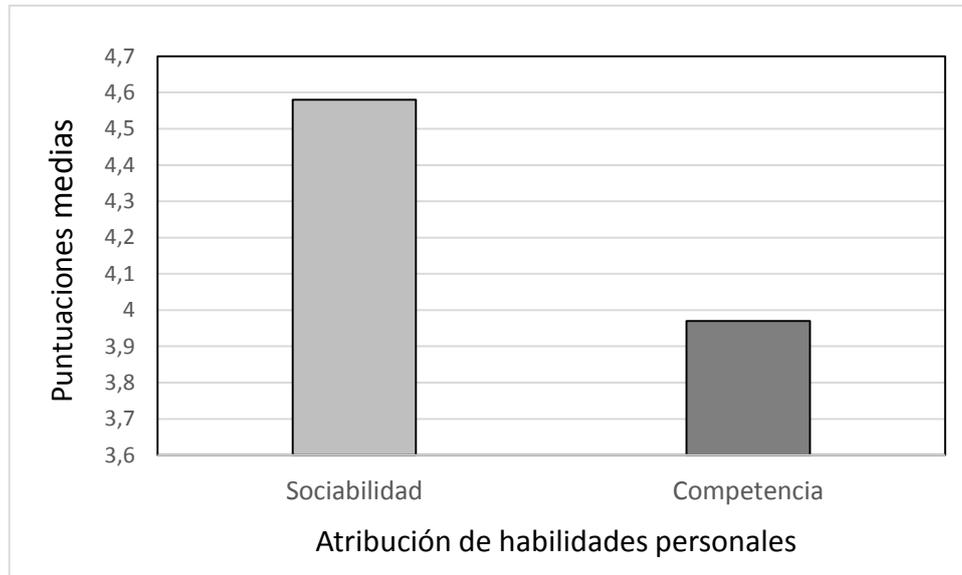


Figura 3. Puntuaciones promedio de la condición de atribución de habilidades personales independientemente de la condición recuerdo activado.

Escala de Negación de cualidades exclusivamente humanas y de naturaleza humana

Para examinar si las formas de recuerdo activado ejercían algún efecto sobre los rasgos de naturaleza humana y los rasgos exclusivamente humanos, se llevó a cabo un ANOVA de 2 (recuerdo activado: cuerpo vs. personalidad) x 2 (deshumanización: cualidades exclusivas humanas vs. cualidades humanas). La primera variable intergrupo y la segunda intragrupo.

Una vez realizado el análisis de varianza este nos dio dos efectos principales y una interacción significativas.

Un efecto principal significativo de la variable recuerdo activado ($F_{(1,61)} = 11.98$; $p = .001$; $\eta_p^2 = .164$). Concretamente nuestro análisis reveló que hubo una mayor deshumanización en la condición de cuerpo ($M = 3.48$) que en la condición de forma de ser ($M = 2.40$).

También se obtuvo un efecto principal significativo de la variable deshumanización ($F_{(1,61)} = 14.58$; $p < .001$; $\eta_p^2 = .193$). Específicamente nuestro análisis mostró que hubo una mayor deshumanización en los rasgos exclusivamente humanos ($M = 3.22$) que en naturaleza humana ($M = 2.67$).

Sin embargo estos resultados quedan matizados por la interacción significativa entre recuerdo activado y tipo de deshumanización ($F_{(1,61)} = 4.58$; $p = .036$; $\eta_p^2 = .070$).

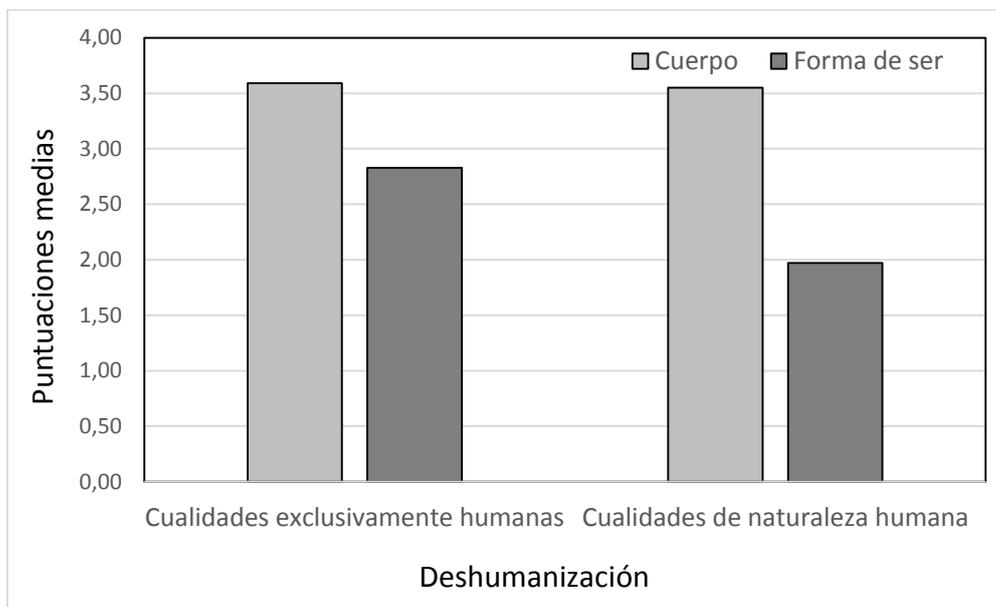


Figura 4. Puntuaciones promedio en cualidades exclusivamente humanas y cualidades de naturaleza humana para las condiciones de Cuerpo y Forma de ser.

Concretamente no se observan diferencias en la deshumanización relativa a la condición cuerpo entre las cualidades únicamente humanas ($M = 3.59$) y las cualidades de naturaleza humana ($M = 3.35$; $p = .244$). Pero sí lo hay en la condición forma de ser, ya que hay una diferencia significativamente mayor en deshumanización de las cualidades únicamente humanas ($M = 2.83$) que en las cualidades de naturaleza humana ($M = 1.97$; $p < .001$), como muestra la *Figura 4*.

Discusión

El objetivo principal de esta investigación, era ver en qué medida las mujeres podían experimentar la cosificación de otros. Concretamente, queríamos ver cómo afectaba en la

autopercepción que tenían las mujeres de sí mismas, cuando las mujeres recordaban una situación en la que otras personas se habían centrado en su cuerpo o en su forma de ser.

En relación a ello se plantearon diversas hipótesis.

En primer lugar, se esperaba que se obtuviese una puntuación menor en agencia, es decir, en la capacidad de actuar y planificar, cuando las mujeres sienten que se las valora por su cuerpo en comparación a cuando se presta atención a su forma de ser. Y en segundo lugar, que se obtuviese una mayor puntuación en experiencia cuando las mujeres son valoradas por su cuerpo, lo que incita a pensar que se le atribuye más sentimientos y emociones que a las que no se les valora de esta forma.

Los resultados de este análisis indican que, las mujeres perciben que quien las cosifica les atribuye menos agencia y experiencia en comparación con las mujeres que sienten que se las ha valorado por su forma de ser, con lo cual nuestra hipótesis se cumple para la dimensión de agencia pero no para la dimensión de experiencia.

También, se esperaba que la percepción de competencia que tiene la mujer sobre sí misma, se viese disminuida al recordar una acción donde una persona valoraba su cuerpo y no su forma de ser. Y a su vez, la percepción de sociabilidad sería menor cuando las mujeres recordaban a alguien atendiendo a su cuerpo. Por lo tanto, las mujeres cosificadas pensarían que la persona del recuerdo las consideraba como, personas poco inteligentes, hábiles, amables e intolerantes.

En los resultados encontrados vimos que, hubo una menor atribución de competencia y sociabilidad en el grupo de mujeres que recordaron una acción donde se las valoraba por su cuerpo, que las mujeres que recordaban una situación donde se le valoraba por su forma de ser. Cumpliéndose la hipótesis planteada para ambas dimensiones.

Por último, en lo que concierne a la negación de los rasgos de naturaleza humana y los rasgos exclusivamente humanos, se pretendía comprobar si estos rasgos son negados en mayor medida cuando las mujeres recordaban una situación donde alguien se fijase más en su cuerpo que en su forma de ser. Por lo tanto, las mujeres que fueron cosificadas sentirían que son personas que no se distinguen de los animales ni de los objetos inanimados.

Tal y como reflejan los resultados obtenidos, las mujeres perciben que quien las cosifica les atribuye menos rasgos de naturaleza humana y rasgos exclusivamente humanos. Por ende, se cumple la hipótesis formulada.

En general, todos los resultados comentados anteriormente, demuestran que al cosificar a las mujeres, haciéndolas sentir que se las valora solo por su cuerpo, modifica la percepción que poseen de sí mismas.

En relación a la agencia y experiencia, Khamitov (2016) mostró que cuando un sujeto se centra de manera exclusiva en el físico de una persona, reduce su percepción de agencia pero incrementa la percepción de experiencia. Lo que indica que cuando se deshumaniza a una mujer, la visión que se tiene de ella es de una persona con menor capacidad de tener autocontrol y de hacer planes, pero se le adjudica mayor capacidad de sentir dolor, placer y otras emociones.

Este estudio coincide parcialmente con los resultados encontrados, concuerdan en la dimensión de agencia. Sin embargo, no coincide con los resultados obtenidos en la dimensión de experiencia, ya que las participantes se atribuyeron menos experiencia, cuando recordaron una situación en la que alguien las valoraba por su físico. Esto podría explicarse por la representación mental que se crearon las participantes al recordar la situación o por las preguntas que se les plantearon, ya que no se encontraron diferencias significativas en la atribución de mente cuando las mujeres fueron valoradas por su cuerpo.

Por otra parte, Heflick et al. (2011) apuntan que las personas cosificadas tienen una tendencia a ser vistas como carentes de calidez y competencia. Además, Nussbaum (1999) afirma que objetivar a las mujeres lleva a que otras personas las perciban como menos competentes. Por lo tanto, los estudios concuerdan con la hipótesis y resultados planteados.

En relación a la negación de los rasgos de naturaleza humana y los rasgos exclusivamente humanos, Heflick y Goldenberg (2009), encontraron que cuando los participantes de una investigación se centraban en la apariencia de las mujeres, se las veía como carentes de rasgos de naturaleza humana, así como de calidez, moralidad y competencia. Además, Loughnan et al. (2010) estudiaron que cuando los cuerpos se sexualizan se atribuye menos mente, valor moral, competencia y capacidad de experimentar dolor. Coincidiendo estos estudios con los resultados obtenidos.

A lo largo de la investigación se han encontrado diferentes limitaciones. Por un lado, a la hora de trabajar la competencia y sociabilidad, se tuvo que suprimir 2 ítems para cada dimensión, en vez de estudiar los 4 ítems que se les habían planteado a las participantes, debido a la baja consistencia que presentaban. Por otro lado, no se ha comprobado la efectividad de la

manipulación experimental, que ha generado las diferencias entre el recuerdo de una situación en la que una mujer siente que se la valoró por su cuerpo, o por su manera de ser.

En cuanto a las fortalezas, se ha conseguido un efecto manipulativo gracias a los distintos recuerdos que debían memorar las participantes, ya que las respuestas que marcaron ante las preguntas que ayudaban a activar el recuerdo, nos llevan a pensar que realmente las participantes recordaron las distintas situaciones según la condición.

Con vista a futuras investigaciones, sería conveniente ampliar el tamaño de la muestra y tener en cuenta las limitaciones mencionadas. Con lo cual, sería interesante trabajar la competencia y sociabilidad con un instrumento que solo posea rasgos positivos o solo negativos, y no combinarlos, ya que es posible que por ello no existiesen diferencias entre competencia y sociabilidad cuando una mujer siente que es cosificada o valorada por su forma de ser. También, debería evaluarse la percepción de una forma más sutil, para prevenir la deseabilidad social, ya que las participantes pudieron contestar como ellas se ven y no como las veía la persona de la acción, que fue la instrucción dictada.

A su vez, al no confirmarse la hipótesis esperada para la dimensión de experiencia, se recomienda realizar la investigación más específicamente centrándose en esta variable, incluyendo muestras mayores y más representativas.

Al mismo tiempo, debería de haber una prueba en donde se pueda medir si realmente están recordando una acción de cosificación, una prueba que permita verificar la manipulación del recuerdo, se podría hacer que las participantes escribiesen el recuerdo y mandar esos textos a jueces para que ellos comprueben si realmente se ha recordado lo que se solicita.

A modo de conclusión, las mujeres que fueron cosificadas percibieron que se les atribuía menos capacidad de hacer planes, capacidad de sentir emociones, sociabilidad, competencia y humanidad. Por ello, la cosificación modifica la percepción que poseen las mujeres de sí mismas.

Referencias

- Andrighetto, L., Baldissarri, C., & Volpato, C. (2017). (Still) modern times: Evidence of objectification in the work domain. *European Journal of Social Psychology*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2190>
- Archer, D., Iritani, B., Kimes, D. D., & Barrios, M. (1983). Face-ism: Five studies of sex differences in facial prominence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 725–735. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.45.4.725>
- Bastian, B., & Haslam, N. (2011). Experiencing Dehumanization: Cognitive and Emotional Effects of Everyday Dehumanization. *Basic and Applied Social Psychology*, 3(4), 295-303. <https://doi.org/10.1080/01973533.2011.614132>
- Bernard, P., Gervais, S., Allen, J., Campomizzi, S., & Klein, O. (2012). Integrating sexual objectification with object versus person recognition: The sexualized body-inversion hypothesis. *Psychological Science*, 23, 469–471. <https://doi.org/10.1177%2F0956797611434748>
- Chen, Z., Teng, F., & Zhang, H. (2013). Sinful flesh: Sexual objectification threatens women's moral self. *Journal of Experimental Social Psychology*, 49, 1042–1048. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2013.07.008>
- Dworkin, A. (1985). Against the male flood: Censorship, pornography, and equality. *Harvard Women's Law Journal*, 8, 1.
- Fiske, S. T., Cuddy, A., Glick, P., & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and Warmth respectively follow from perceived status and

competition, *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 6, 878-902.

<https://doi.org/10.1037//0022-3514.82.6.878>

Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory. Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173–206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>

Glick, P. & Fiske, S. T. (1999). Sexism and other isms. Independence, status, and the ambivalent content of stereotypes. En W. B. Swann, Jr., J. H. Langlois y L. A. Gilbert (Eds.), *Sexism and stereotypes in modern society. The gender science of Janet Taylor Spence* (pp. 193-222). Washington: American Psychological Association. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/10277-008>

Gray, H. M., Gray, K., & Wegner, D. M. (2007). Dimensions of mind perception. *Science*, 315, 619. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1126/science.1134475>

Gray, K., Knobe, J., Sheskin, M., Bloom, P., & Barrett, L. F. (2011). More than a body: Mind perception and the nature of objectification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101(6), 1207–1220. <https://doi.org/10.1037/a0025883>

Haslam, N. (2006). Dehumanization: An integrative review. *Personality and Social Psychology Review*, 10, 252–264. https://doi.org/10.1207%2Fs15327957pspr1003_4

Heflick, N. A., & Goldenberg, J. L. (2009). Objectifying Sarah Palin: Evidence that objectification causes women to be perceived as less competent and less fully human. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45, 598–601. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2009.02.008>

- Heflick, N. A., Goldenberg, J. L., Cooper, D. P., & Puvia, E. (2011). From women to objects: Appearance focus, target gender, and perceptions of warmth, morality and competence. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47, 572–581.
<https://doi.org/10.106/j.jesp.2010.12.020>
- Holland, E., & Haslam, N. (2013). Worth the weight: The objectification of overweight versus thin targets. *Psychology of Women Quarterly*, 37, 462–468.
<https://doi.org/10.1177%2F0361684312474800>
- Holland, E., & Haslam, N. (2016). Cute little things: The objectification of prepubescent girls. *Psychology of Women Quarterly*, 40, 108–119.
<https://doi.org/10.1177%2F0361684315602887>
- Kant, I. (1780). *The metaphysical elements of ethics*. Fairford, England: Echo Library.
- Khamitov, M., Rotman, J. D., & Piazza, J. (2016). Perceiving the agency of harmful agents: A test of dehumanization versus moral typecasting accounts. *Cognition*, 146, 33-47.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cognition.2015.09.009>
- Leidner, M., & Castano, E. (2014). Toward a comprehensive taxonomy of dehumanization: Integrating two senses of humanness, mind perception theory, and stereotype content model. *TMP*, 21(3), 285-300.
<https://doi.org/doi:10.4473/TPM21.3.4>
- Lemus, S., Moya, M., Bukowski, M., & Lupiáñez, J. (2008). Activación automática de las dimensiones de competencia y sociabilidad en el caso de los estereotipos de género. *Psicológica*, 29(2), 115-132. Recuperado de
<https://recyt.fecyt.es/index.php/psi/article/view/2187/1596>

- Loughnan, S., Baldissarri, C., Spaccatini, F & Elder, L. (2017). Internalizing objectification: Objectified individuals see themselves as less warm, competent, moral, and huma. *British Journal of Social Psychology*, 56, 217-232. <https://doi.org/10.1111/bjso.12188>
- Loughnan, S., Haslam, N., Murnane, T., Vaes, J., Reynolds, C., & Suitner, C. (2010). Objectification leads to depersonalization: The denial of mind and moral concern to objectified others. *European Journal of Social Psychology*, 40, 709–717. <https://doi.org/10.1002/ejsp.755>
- MacKinnon, C. A. (1988). *Feminism unmodified: Discourses on life and law*. Cambridge, MA: Harvard University Press
- Nussbaum, M. C. (1995). Objectification. *Philosophy and Public Affairs*, 24, 249–291. <https://doi.org/10.1111/j.1564-913X.1999.tb00386.x>
- Pacilli, M. G., Pagliaro, S., Loughnan, S., Gramazio, S., Spaccatini, F., & Baldry, A. C. (2017). Sexualization reduces helping intentions towards female victims of intimate partner violence through mediation of moral patiency. *British Journal of Social Psychology*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1111/bjso.12169>
- Schwarz, N., & Kurz, E. (1989). What's in a picture? The impact of face-ism on trait attribution. *European Journal of Social Psychology*, 19, 311–316. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420190405>

Vaes, J., Paladino, P., & Puvia, E. (2011). Are sexualized women complete human beings? Why men and women dehumanize sexually objectified women. *European Journal of Social Psychology*, 41, 774–785.
<https://doi.org/10.1002/ejsp.824>

Anexos

Anexo 1. Cuestionario

Responsables de Investigación:

Dr. Armando Rodríguez Pérez

Dr. Ramón Rodríguez Torres

Dña. Claudia Villa Hernández

El Departamento de Psicología Cognitiva, Social y Organizacional de la Universidad de La Laguna, está realizando una investigación para conocer cómo piensa la gente en determinadas situaciones. Por este motivo solicitamos tu colaboración y te la agradecemos anticipadamente.

En este cuestionario no hay respuestas correctas o incorrectas.

Recuerda que lo que se extraiga se utilizará únicamente con fines académicos, siendo totalmente confidenciales e intransferibles a terceros.

Por favor, lee las preguntas con detenimiento y responde honestamente.

Se estima que esta encuesta puede llevarle aproximadamente 10 minutos.

POR FAVOR, ES IMPORTANTE:

- QUE SEA LO MÁS HONESTO POSIBLE. DEBIDO A QUE SUS RESPUESTAS AFECTARÁN AL CONJUNTO DE LOS DATOS QUE SE REGISTREN.
- NO DEJE PREGUNTAS SIN RESPONDER, YA QUE SON NECESARIAS TODAS LAS CUESTIONES PARA LLEVAR A CABO ESTA INVESTIGACIÓN.

Muchas Gracias por su participación.

Antes de comenzar, lea atentamente el texto siguiente y responda “Sí”, más abajo, si usted reconoce que ha leído y entiende que:

- Su participación en esta encuesta es voluntaria. Usted puede retirar su consentimiento y suspender la participación en el proyecto en cualquier momento.
- Su negativa a participar no supondrá sanción alguna.

Doy mi consentimiento para realizar el cuestionario que aparece a continuación

- Sí
- No

Por favor, indique su edad

- Menos de 18 años
- 18-24 años
- 25-30 años
- 31-35 años
- Más de 36 años

Nivel educativo

- Sin estudios
- Educación primaria
- Educación secundaria
- Educación postobligatorio (ciclos de formación profesional, universidad...)

A continuación, se te va a pedir que recuerdes una situación que hayas experimentado en el pasado con detalle. Tu tarea consiste en recordar la situación y responder a las preguntas que aparecen en la encuesta.

Por favor, sea lo más sincera posible.

Condición 1 (atención al cuerpo)

Cuando alguien te conoce por primera vez, puede valorar o bien tu cuerpo o tu forma de ser. Intenta recordar un episodio o situación, con el mayor detalle posible, en el que alguien solo prestase atención a tu aspecto físico, mirase de modo ostentoso alguna parte de tu cuerpo diferente a la cara o te mirase como si fueras solo un cuerpo. Es importante que no pienses en una situación en general, sino en una situación concreta que te haya ocurrido a ti. Por favor, piensa en ello durante al menos 1 minuto.

Condición 2 (atención a la forma de ser)

Cuando alguien te conoce por primera vez, puede valorar o bien tu cuerpo o tu forma de ser. Intenta recordar un episodio o situación, con el mayor detalle posible, en el que alguien se fijase más en tu personalidad que en tu cuerpo, dándole mayor importancia a tus ideas, formas de ver el mundo, aficiones, etc. Es importante que no pienses en una situación en general, sino en una situación concreta que te haya ocurrido a ti. Por favor, piensa en ello durante al menos 1 minuto.

Ahora te voy a hacer algunas preguntas concretas sobre esto que has recordado.

¿Cuánto tiempo hace que ocurrió el episodio?

- Hace días - semanas
- Hace meses
- 1 año - 2 años
- 3 años o más

¿En dónde ocurrió?

- En un lugar privado (en tu casa, en casa de una amiga, en el coche...)
- En un lugar público (en la calle, parque, colegio, bar...)

¿Estabas sola o acompañada en el recuerdo?

- Sola
- Acompañada

¿Qué parentesco tenías con la persona que recordaste?

- Novio
- Amigo
- Desconocido
- Otro

¿Cuánto tiempo hace que conocías a la persona que recordaste?

- Minutos - horas
- Días - semanas

- Meses - 1 año
- Años (más de 1 año)
- Otro

¿Cuándo ocurrió el recuerdo?

- Por la mañana
- Por la tarde
- Por la noche

¿Cómo te sentiste en ese momento?

<input type="checkbox"/>	Muy mal
<input type="checkbox"/>	Mal
<input type="checkbox"/>	Ni mal ni bien
<input type="checkbox"/>	Bien
<input type="checkbox"/>	Muy bien

Contesta las siguientes cuestiones

- ¿Te sentiste humillada? Sí No
- ¿Sentiste culpa en algún momento? Sí No
- ¿Te sentiste halagada? Sí No
- ¿Sentiste indignación ante la situación? Sí No

Si te paras a pensar desde tu posición y no desde el punto de vista de la otra persona, puede que pierdas cierta perspectiva, sensaciones, de lo que conlleva todo este recuerdo. Por ello te pido que a continuación, intentes ponerte en el lugar de la otra persona, en cómo crees que te estaba viendo en ese momento. Es importante que te visualices a través de los ojos de la otra persona, para evitar contestar haciendo referencia a cómo te ves a ti misma.

Para responder las preguntas, tendrás que hacerlo mediante una escala del 1 al 7, donde 1 corresponde a la respuesta de totalmente en desacuerdo con la afirmación y 7 totalmente de acuerdo con la afirmación.

Por favor, lee con atención las frases.

En ese momento pensaste que la otra persona te veía como... (1 totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo)							
	1	2	3	4	5	6	7
Alguien capaz de hacer planes y trabajar hacia la meta.							
Capaz de intentar hacer y decir lo correcto de lo incorrecto.							
Una persona capaz de recordar cosas.							
Alguien capaz de comprender cómo se sienten los demás.							
Capaz de sentir anhelo o esperar cosas.							
Que podía sentir miedo.							
Capaz de sentir hambre.							
Que experimenta alegría.							
Inteligente.							
Inconstante.							
Exigente.							
Intransigente.							
Amable.							
Sensible.							
Intolerante.							
Hostil.							
De mente abierta, como si pudieras pensar claramente sobre las cosas.							
Emocional, como si fueras una persona receptiva y cálida.							
Superficial, sin profundidad, que no le da importancia al interior.							
Mecánica y fría, como un robot.							
Una persona refinada y cultivada.							
Una persona racional y lógica, inteligente.							
Una persona con carencia de autocontrol, como si fueses un animal.							
Una persona poco sofisticada.							

ANEXO 2. *Respuestas de las participantes ante las preguntas para activar el recuerdo.*

A continuación, se muestran los porcentajes de respuesta que han marcado las participantes a las distintas preguntas realizadas para activar el recuerdo, según la condición “cuerpo” y “forma de ser”.

		Tiempo transcurrido desde que ocurrió la situación del recuerdo			
		Días-semanas	meses	1 - 2 años	3 años
Condición	Cuerpo	16.1	45.2	16.1	22.6
	Forma de ser	6.3	28.1	34.4	31.3

		Lugar donde ocurrió la situación	
		Lugar privado	Lugar público
Condición	Cuerpo	9.7	90.3
	Forma de ser	31.3	68.8

		En la situación se encontraba en compañía o no	
		Sola	Acompañado
Condición	Cuerpo	32.3	67.7
	Forma de ser	25	75

		Parentesco con la persona del recuerdo			
		Novio	Amigo	Desconocido	Otro
Condición	Cuerpo	3.2	32.3	58.1	6.5
	Forma de ser	12.5	40.6	28.1	18.8

		Tiempo transcurrido desde que conoce a la persona de la acción				
		Minutos-horas	Días-semanas	Meses – 1 año	Años	Otro
Condición	Cuerpo	48.4	12.9	9.7	22.6	6.5
	Forma de ser	28.1	18.8	25	25	3.1

		Momento del día en que ocurre la situación		
		Por la mañana	Por la tarde	Por la noche
Condición	Cuerpo	9.7	51.6	38.7
	Forma de ser	18.8	43.8	37.5

		Emoción que sintieron las participantes ante la situación							
		Humillación		Culpa		Halago		Indignación	
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Condición	Cuerpo	48.4	51.6	12.9	87.1	9.7	90.3	80.6	19.4
	Forma de ser	0	100	6.3	93.8	90.6	9.4	3.1	96.9