

DE MUJERES Y NEOMUJERES: ESTUDIO SOBRE LA PERCEPCIÓN MASCULINA DEL ATRACTIVO FEMENINO

WOMEN AND NEOWOMEN: A STUDY ABOUT THE MALE PERCEPTION OF FEMALE ATTRACTIVENESS

Recibido: 25 de Febrero del 2013 | Aceptado: 22 de Abril del 2013

ANGÉLICA **BASTÍAS** PAREDES¹; CECILIA **NUÑEZ** VIDAL²; SERGIO **AVENDAÑO** ALARCÓN³; CLAUDIA **ESTRADA** GOIC⁴
(UNIVERSIDAD DE MAGALLANES, Punta Arenas, Chile)

RESUMEN

La relación hombre mujer ha variado a medida que las expectativas de género se han ido diversificando en el mundo moderno. Esta investigación evaluó el efecto de la competencia sobre la percepción masculina del atractivo femenino. La muestra estuvo compuesta por 80 varones, quienes participaron en un estudio con una fase experimental. Se les pidió evaluar el atractivo a dos mujeres, una femenina, y otra femenina y competente. Posteriormente contestaron un cuestionario sobre la misma temática. Ambos resultados indican que los hombres que adhieren al estereotipo femenino tradicional consideran más atractivas a las mujeres femeninas, mientras que los que no adhieren, prefieren a la mujer competente y femenina. Se discuten las implicancias de estos resultados en las relaciones amorosas.

PALABRAS CLAVE: Estereotipo de género, atractivo, competencia.

ABSTRACT

The male-female relationship has altered as the expectations of gender have developed and diversified in the modern world. This study assesses the effect of competence upon male perception of female attractiveness. The sample was composed of 80 male participants who took part in an experimental stage study. They were asked to evaluate the attractiveness of two types of women: one feminine and the other feminine and competent. Subsequently they were asked to answer a questionnaire about the same topic. Both results indicate that those male who adhere to the traditional feminine stereotype consider those feminine women more attractive while those who do not adhere to that stereotype prefer women who are both competent and feminine. Implications of these results are analyzed within the context of love relationships.

KEY WORDS: Gender stereotype, attractiveness, competence.

1. E-mail: aparedes@umag.cl 2. E-mail: cnunez@umag.cl 3. E-mail: segio.avendano@umag.cl 4. E-mail: claudia.estrada@umag.cl
Correspondencia: Claudia Estrada Goic. Escuela de Psicología, Universidad de Magallanes, Av. Bulnes 01855. 6200000 – Punta Arenas, Chile. E-mail: claudia.estrada@umag.cl

Los estereotipos de género pueden ser definidos como esquemas mentales de creencias preestablecidas sobre el rol que deben cumplir habitualmente los hombres y mujeres (Baron y Byrne, 2005). Como todo estereotipo pueden llevar a sobregeneralizaciones inexactas y resistentes a nueva información (Worchel, Cooper, Goethals y Olson, 2002). Según Money (1982) desde el momento en que el niño o niña es hombre o mujer, se activa una construcción de la identidad del bebé a través del lenguaje, actitudes y expectativas, deseos y fantasías acordadas por el contexto social. Se espera que los hombres sean dominantes, asertivos, confiados e intelectuales y las mujeres emocionales, compasivas, hogareñas, altruistas, sumisas y gentiles (Eagly, 1987). Estas creencias sobre los géneros instauran una expectativa del rol en el sujeto, expectativa con la cual se identificará; así los hombres quieren ser “masculinos” y las mujeres buscan ser “femeninas”. Cuestión constatada experimentalmente por Deaux y Emsweller (1974) quienes descubrieron que si el estereotipo es lo suficientemente fuerte, hasta los miembros del mismo grupo estereotipado tienden a creer en estas ideas. A estudiantes hombres y mujeres se les presentó la actuación exitosa de un profesional de la física y se les pidió que lo evaluaran. Cuando el que había logrado tal éxito era un varón, mujeres y hombres lo atribuyeron a su habilidad, pero cuando el sujeto exitoso resultaba ser una mujer, los estudiantes de ambos sexos atribuyeron su éxito a la suerte. A pesar de que estos experimentos fueron llevados a cabo hace bastantes años y nuestra sociedad ha experimentado diversos cambios en lo que concierne a la participación de la mujer en ámbitos académicos, este estudio ha sido replicado más de cincuenta veces y en períodos recientes, dando a conocer que este efecto del estereotipo de género permanece constante (Aronson, 1999).

En la actualidad los estereotipos de género han comenzado a ser cuestionados,

ya que constituyen una presión normativa para hombres y mujeres que se alejan de los parámetros sociales tradicionales (Carreón y Ortiz, 2005). Estudios recientes muestran cambios en la percepción del rol femenino (Barberá y Martínez, 2004), variaciones que se atribuyen a transformaciones históricas e influencias socio-culturales. Un meta-análisis realizado con muestras norteamericanas señala el aumento en la percepción de rasgos masculinos tanto en mujeres como en hombres (Twenge, 1997). Otra investigación que midió el concepto de masculinidad-feminidad en profesoras de educación preescolar indica que éstas perciben a las niñas como más andróginas, es decir, como expresando la integración de aspectos femeninos y masculinos (Carreón y Ortiz, 2005).

Los cambios recientes tales como la abrupta caída de la tasa de fecundidad, altos índices de divorcios y familias monoparentales, la creciente feminización de la educación y la actividad laboral, incluso en estudios y profesiones etiquetadas como “masculinas”, dan cuenta de la crisis de los roles y estereotipos de género prescritos tradicionalmente (Barberá y Martínez, 2004). Poco sabemos sobre el impacto de estos cambios en las relaciones amorosas. En relación a la mujer que conjuga aspectos femeninos y masculinos - la que es altruista, compasiva y gentil, pero a la vez independiente y hábil, la mujer moderna o “neomujer”- ¿Resultará atractiva para los varones o preferirán a la mujer tradicional representada por una fémina hogareña y sumisa?

La atracción interpersonal ha sido definida como el deseo de aproximarse a otro individuo (Franzoi, 2007). Entre los factores estudiados respecto de este fenómeno se ha establecido que la proximidad y la familiaridad, contribuyen a su generación, en el sentido de que la cercanía y la frecuencia del contacto real con los otros llevan al agrado (Worchel et

al., 2002). Por otro lado, la teoría del equilibrio de Fritz Heider (1958) propone que las personas buscan la coherencia o “equilibrio” cognoscitivo en sus pensamientos, sentimientos y relaciones sociales. Debido a esta necesidad de coherencia, los vínculos interpersonales equilibrados deberían ser gratificantes, ya que las personas experimentan agrado hacia aquellas cosas que están asociadas positivamente con lo que ellos valoran. La investigación indica que la semejanza en las actitudes de las personas es más importante en la determinación de su atracción mutua que la equivalencia en sus personalidades (Montoya y Horton, 2004). La teoría de la necesidad de complementariedad, señala que la gente elige relaciones en las cuales sus motivaciones básicas pueden ser mutuamente satisfechas, lo que a veces da origen a que personas con características distintas se atraigan entre sí (Tracey, 2004).

Davis Buss (1989) encontró que en 37 culturas alrededor del mundo, los hombres prefieren a mujeres que son más jóvenes que ellos y las mujeres prefieren a hombres ligeramente mayores. Al analizar estos hallazgos, se concluyó que pueden reflejar una búsqueda de intercambio de estatus en las relaciones, es decir, que los hombres son atraídos por mujeres jóvenes porque la juventud es sinónimo de belleza, y las mujeres son atraídas por hombres mayores porque la madurez da cuenta de un mayor estatus social. De manera similar, Strassberg y Holty (2003) examinaron las preferencias masculinas de pareja colocando cuatro anuncios de “mujer busca hombre” en internet, modificando ligeramente las características de estas mujeres imaginarias. Su análisis de más de 500 respuestas recibidas, determinó que el anuncio más popular, las describía en términos de *“financieramente independiente...exitosa [y] ambiciosa”*, que generó 50% más respuestas que el siguiente anuncio más popular, *“encantadora...muy atractiva y delgada”*.

Franzoi (2007) postula que si futuros estudios proporcionan evidencia adicional de que las preferencias de pareja en realidad están cambiando, no necesariamente significaría que las fuerzas evolutivas no moldean las percepciones de atractivo, si no que esas tendencias heredadas han sido anuladas por fuerzas culturales más poderosas.

Como se observa, la atracción es un fenómeno complejo que está compuesto por diferentes variables, entre las que destaca la competencia (definida como conductas que dan a conocer habilidad para resolver con eficacia las demandas del contexto). La investigación ha demostrado que no siempre los más competentes y con mejores ideas resultan ser los más valorados. Aronson, Willerman y Floyd (1966) han probado que una equivocación, aumenta el aprecio hacia una persona de mucha capacidad, ya que alguien que parece demasiado perfecto también parece demasiado inalcanzable. La persona competente que se equivoca tiene cualidades humanas, por tanto su equivocación lo humaniza y hace que nos guste más. En el caso de las mujeres los entornos laborales les exigen ser más competentes que sus pares varones para demostrar que son merecedoras de puestos típicamente masculinos. Cuando cometen errores, éstos, más que ser atribuidos a su formación profesional o a su experiencia previa, son atribuidos al hecho de ser mujer, por lo que su pertenencia al género femenino termina siendo un factor que explica su incapacidad (Burin y Dio Bleichmar, 1996). Existen evidencias de que la mujer al entrar en entornos masculinos se ve obligada a identificarse con modelos masculinos para demostrar en cierta medida que su labor es seria y son merecedoras del puesto que ocupan. Al mismo tiempo temen que su progreso presuponga una apropiación de funciones que no le pertenecen y experimentan recelo por perder su identidad sexual (Dio Bleichmar, 1997).

Con relación a la pregunta acerca de los costos de ser una “neomujer” Mabel Burin (1998) refiere que la mujer moderna, producto de sus intentos de conservar su rol tradicional, debe cumplir con labores domésticas y disociarse, siendo “la ama de casa” identificada con el rol de madre nutridora y la “mujer trabajadora”, que ha sucumbido en territorio masculino, donde debe competir y tener rivales, entrando en una crisis de subjetividades. El compañero de esta mujer tiene sus propias exigencias, quizás no sólo le es molesto que su pareja esté distraída entre tantas labores, si no porque puede ser amenazante tener a una mujer exitosa junto a él, producto de la rigidez de los estereotipos. Tal como la mujer en puestos de poder teme a perder su feminidad, podemos entender que el hombre, con una mujer un tanto “masculinizada” según el juicio social, puede sentirse menos varonil, como si estuviera sucumbiendo simbólicamente en un acto “homosexual” (Burin y Dio Bleichmar, 1996).

Es en este contexto, nuestra investigación se orienta a intentar dilucidar cómo operan estas variables en sus relaciones con el atractivo femenino; específicamente nos preguntamos si: ¿Los rasgos competentes disminuyen el atractivo femenino?

MÉTODO

Participantes

La muestra no probabilística accidental se compuso por 80 hombres entre 15 y 60 años.

Diseño

Mixto en dos fases: *Fase 1*: Diseño experimental, cuasi-experimental con dos mediciones intragrupo; *Fase 2*: Diseño no experimental transversal correlacional.

Instrumentos y materiales

Escala de atractivo femenino: compuesta por 13 reactivos pre-testeados que se responden sobre una escala tipo Likert de 5 puntos (donde 1: “No la describe para nada” y 5: “La describe totalmente”), dos de ellos evalúan atractivo, mientras que los 11 restantes son distractores que sirven a la evaluación de la verificación de la manipulación. La validez de contenido fue calculada usando el “juicio de expertos” (3 jueces).

Cuestionario de evaluación de la competencia femenina: compuesto por 11 reactivos que se responden sobre una escala tipo Likert de 5 puntos (donde 1 equivale a la afirmación “En desacuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”), los cuales miden cuatro dimensiones. Estas son: (a) Aceptación del estereotipo, definido como la adhesión o no al estereotipo tradicional de mujer. (b) “Juicio de la realidad”, definido como la creencia de que en la cotidianidad es difícil encontrar a una mujer que sea a la vez competente y femenina. (c) Respuesta sexual masculina a la competencia femenina: definido como la posibilidad de considerar a una mujer inteligente como objeto de interés sexual. (d) Mujer sinónimo de atractivo: definido por la creencia de que la mujer por su condición de género debe ser atractiva. La validez de contenido fue determinada mediante un análisis factorial.

Procedimiento

Se señaló a los participantes que se trataba de una investigación para predecir personalidades femeninas y su atractivo. En primera instancia, se les presentó el formulario de participación informada consentida, explicándoles los objetivos generales e indicándoles que podían obtener sus resultados una vez finalizada la investigación.

Cada participante pasó por el estudio de forma individual. Se le entregó 16 tarjetas mezcladas de dos colores diferentes; 8 de

ellas presentando características de una mujer A y las 8 restantes presentando a una mujer B (tanto las características como el orden de presentación y colores utilizados fueron pretesteados y contrabalanceados). Uno de los set de características presenta a una “neomujer”, compuesto por 4 rasgos competentes, 3 rasgos femeninos y 1 neutro. El otro set presenta a una “mujer tradicional”, compuesto por 3 rasgos femeninos y 5 neutros. El participante debía leer en dos ocasiones las tarjetas con el objetivo de formarse una impresión de ambas mujeres clasificándolas según color en dos montones para separar la descripción de cada una de las mujeres. Una vez hecha la clasificación, debían volver a leer la información, pero esta vez de manera ordenada, es decir, todas las tarjetas de color naranja juntas y todas las tarjetas de color amarillo juntas.

Posteriormente, se les indicó que debían responder la “Escala de atractivo femenino” relacionado con la impresión que se formaron de cada mujer descrita según el color de las tarjetas. La segunda fase de la investigación consistió en contestar el “Cuestionario de evaluación de la competencia femenina”. Una vez finalizadas ambas etapas, se le agradeció por su participación.

RESULTADOS

Los análisis que asocian las diferentes dimensiones del Cuestionario de evaluación de la competencia femenina, revelaron que

la dimensión “Aceptación del estereotipo” tuvo una correlación positiva con la dimensión “Respuesta sexual masculina ante la competencia femenina”; es decir, que la aprobación del estereotipo femenino se asocia con la dificultad para considerar a una mujer inteligente como objeto de interés sexual, ($r_{(80)} = 0,30, p < 0,01$). Se encontró también una correlación positiva entre la dimensión “Juicio de la realidad” y la dimensión “Respuesta sexual masculina ante la competencia femenina”; en otros términos la creencia de que es difícil encontrar una mujer que conjugue aspectos femeninos y competentes se relaciona con la incapacidad de considerar a una mujer inteligente como objeto de interés sexual ($r_{(80)} = 0,24, p < 0,05$). La dimensión “Aceptación del estereotipo” reveló una correlación positiva con la dimensión “Juicio de la realidad”; es decir la aprobación del estereotipo femenino se asocia con la creencia de que es difícil encontrar una mujer que a la vez sea competente y femenina ($r_{(80)} = 0,24, p < 0,03$). De igual modo, la “Dimensión Juicio de la realidad” presenta una correlación positiva con la dimensión “Respuesta Sexual masculina ante la competencia femenina”; en otros términos la creencia de que es difícil encontrar una mujer que al mismo tiempo conjugue aspectos femeninos y competentes se relaciona con la dificultad para considerar que una mujer inteligente es objeto de interés sexual ($r_{(80)} = 0,24, p < 0,03$). (Ver Tabla 1)

TABLA 1.
Análisis correlacional de las 4 dimensiones

	1	2	3	4
1. Aceptación de estereotipo				
2. Juicio de la realidad	*0,24			
3. Respuesta sexual masculina a la competencia femenina	**0,30	*0,24		
4. Mujer, sinónimo de atractivo	0,13	*0,28	0,09	

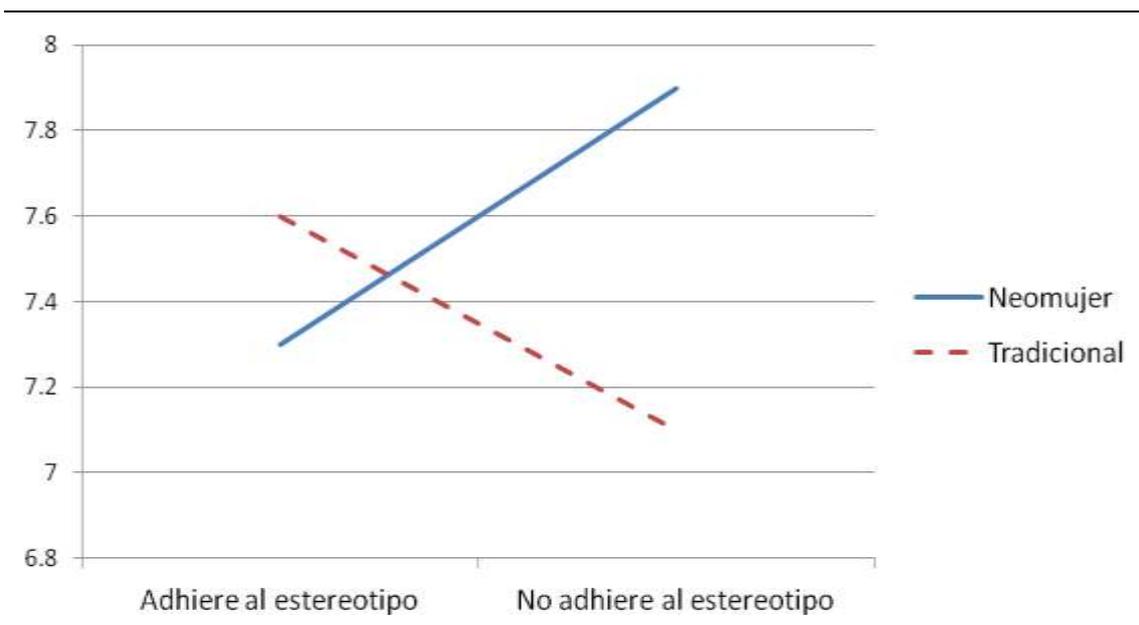
Los análisis sobre los ítems de verificación de la manipulación del experimento indican que esta fue efectiva ya que la “neomujer” ($M: 15,65; DE: 3,3$) fue percibida como más competente que la “tradicional” ($M: 13,87; DE: 3,59$), $t_{(80)} = 1,77, p < 0,002$. Al comparar las medias obtenidas para feminidad, los resultados indican que la “neomujer” ($M: 18,38; DE: 3,97$) y “la tradicional” ($M: 19,05; DE: 3,98$) fueron percibidas como igualmente femeninas, $t_{(80)} = -,66, n.s.$

Al comparar los resultados obtenidos en las preguntas de atractivo femenino, se observan diferencias entre la “neomujer” y la “tradicional” para el ítem “Probablemente cualquier hombre querría salir con ella para conocerla más”, $t_{(80)} = 1,77, p < 0,04$. La “neomujer” ($M: 3,84; DE: 1,01$) es percibida como más atractiva que la “tradicional” ($M: 3,56; DE: 1,07$). Para el otro ítem “Muchos encontrarían interesante tener más que una amistad con ella”, no existen diferencias significativas, $t_{(80)} = -0,50, n.s.$

Se realizó un análisis multivariado sobre los datos del estudio y experimento en conjunto. La dimensión “adhesión al estereotipo”, del estudio, se dividió para conformar dos grupos: los participantes que adhieren al estereotipo y los que no. Estos grupos fueron la variable intersujeto. La valoración del atractivo otorgado tanto a la “neomujer” como a la “tradicional” fue la variable intrasujeto. El análisis de medidas repetidas sobre estas variables indica que existen diferencias significativas, $F_{(1,178)} = 5,66, p < 0,02$. La “neomujer” ($M: 7,9; DE: 1,29$) resultaría ser más atractiva para los hombres que rechazan el estereotipo tradicional de mujer que la “tradicional” ($M: 7,1, DE: 1,79$). Para los hombres que adhieren al estereotipo tradicional, ambas mujeres, la “neomujer” ($M: 7,27, DE: 1,8$); y “la tradicional” $M: 7,62 DE: 1,75$) son igualmente atractivas. Por lo tanto, es posible establecer que la competencia femenina aumenta el atractivo para los hombres que no adhieren al estereotipo (Ver figura 1)

FIGURA 1.

Atractivo asignado a la “neomujer” y “tradicional” según grupo de adhesión al estereotipo tradicional femenino.



DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La pregunta que motivó esta investigación se enmarca en la idea de si los rasgos competentes generan o no una disminución en la percepción del atractivo femenino.

Los resultados del estudio indican que la aceptación del estereotipo tradicional de mujer se asocia positivamente con la percepción de que resulta difícil encontrar a una mujer que reúna lo femenino y competente simultáneamente, y que es difícil además considerar a una mujer inteligente como objeto de interés sexual. La dificultad que experimentan los “hombres tradicionales” para considerar a la “neomujer” como objeto de interés sexual puede explicarse sobre la base de lo señalado por Burin y Dio Bleichmar (1996) en el sentido de que estos tendrían la fantasía de que la mujer competente, por desarrollar áreas asociadas típicamente a los varones, se masculiniza e involucrarse sexualmente con ella implicaría sucumbir en un acto “homosexual”. Esta explicación se podría complementar con lo señalado por Aronson, Willerman y Floyd (1966), sobre el hecho de que una persona muy competente es vista por los demás como inalcanzable, por lo tanto pensar en ella como objeto de interés sexual resultaría más difícil y amenazante.

Los resultados de la medición del atractivo en el experimento indican que existe una diferencia al preguntar si los hombres querrían salir con las mujeres presentadas. La “neomujer” muestra un mayor promedio de aceptación frente a esta afirmación en comparación a la “tradicional”. Este resultado, puede indicar que el hecho de salir con la “neomujer”, puede ser una experiencia más interesante que salir con la “tradicional”, por las características novedosas de la primera, pero no implica explícitamente mantener una relación más íntima con ella o con intenciones amorosas. Por otra parte no se observaron diferencias entre la percepción de ambas mujeres

frente a la afirmación “Muchos encontrarían interesante tener más que una amistad con ella”. Este resultado podría interpretarse como que la opción de entablar una relación más íntima con la “neomujer” o la “tradicional” es una afirmación que alude sólo a una posibilidad sin implicar el compromiso en una conducta real.

Los resultados obtenidos en el cruce del experimento y los resultados del cuestionario indican que la “neomujer” fue percibida como más atractiva por los hombres que mostraron una baja adhesión al estereotipo (en adelante llamados “neohombres”) en comparación con la tradicional. En cambio los hombres que adhieren al estereotipo de mujer tradicional (en adelante llamados “hombres tradicionales”), percibieron como igualmente atractivas a ambas.

El hecho de que la “neomujer” sea percibida como más atractiva por el “neohombre” y como atractiva por el “hombre tradicional” puede encontrar su explicación en la idea de que en ciertos varones -ya sea por las fuerzas socioculturales que han impulsado a la mujer a territorios de dominio masculino, por necesidad económica o por alcanzar la aprobación social- han tendido a flexibilizar en mayor medida sus esquemas cognitivos respecto de los estereotipos de género. Esto ha venido a reforzar lo planteado por Franzoi (2007) sobre el eventual cambio de preferencias en la atracción, con relación a que las fuerzas culturales se han vuelto más poderosas que las fuerzas evolutivas respecto del moldeamiento en las percepciones del atractivo. Es importante detenerse en el hecho aparentemente contradictorio de que el “hombre tradicional” perciba como atractiva a la “neomujer”, esto podría tener su origen en una alta deseabilidad social y en un elevado grado de adhesión al estereotipo, o sea que considerarían atractiva a la mujer por el hecho de ser mujer, con independencia de

las otras características e intereses que presente.

De este modo, también se puede constatar que desde lo que plantean las teorías del atractivo, la importancia que tiene la similitud de actitudes y la búsqueda de equilibrio, dado que estas variables podría estar influyendo en que los “neohombres” prefieran a la “neomujer” y que los hombres que adhieren al estereotipo opten por las “tradicionales”. Serían las “tradicionales” quienes responden a los patrones de conducta normativa internalizadas en sus esquemas mentales, por tanto, la “neomujer” al no responder a estos patrones, no daría lugar a un equilibrio entre los aspectos de la vida que ambos valorarían. Lo mismo pasaría con respecto a la “mujer tradicional” para el “neohombre”, puesto que sus creencias, sentimientos y acciones, se enmarcan bajo distintos paradigmas sobre lo normativo de los géneros. Por otro lado, David Buss (1989) plantea que la atracción entre hombres y mujeres ha estado marcada por el intercambio de belleza y estatus, es así como los varones han preferido mujeres hermosas y éstas han optado por hombres con reconocimiento social. Sin embargo, estos patrones podrían modificarse e interferir en la formación de relaciones de pareja, ya que con el desarrollo laboral y social de la mujer, ésta ya no necesitará buscar estatus en el varón y podría inclinarse por parejas sexualmente más atractivas y por su parte, el hombre podría buscar en la mujer estatus social, lo que da cuenta de la diversificación en el atractivo y en las relaciones amorosas.

Aunque los estereotipos son difíciles de modificar existe una transformación de sus contenidos que parecen responder a los cambios en los roles clásicos. Aunque se espera que la mujer sea femenina, hoy también se le exige ser competente sin dejar de ser atractiva.

Evaluando el procedimiento de esta investigación, futuras repeticiones podrían

realizarse en torno a perfeccionar los instrumentos de evaluación, y también, explorar qué es lo que piensan las mujeres sobre la modificación de su propio estereotipo y las consecuencias de esto, ya que como señalamos anteriormente, los efectos a nivel de atractivo que se dieron a conocer en los resultados, parecen provenir del área relacional, es decir, depende no sólo del tipo de mujer, si no también, del tipo de hombre, existiendo un nuevo concepto nacido a partir de la “neomujer” y la “mujer tradicional”, se trata del “neohombre” y el “hombre tradicional”.

Estos resultados permiten afirmar que además de las características de la mujer, las cualidades de los varones toman una importancia significativa en la percepción de atractivo, ya que sus creencias y su forma de interpretar la realidad serían determinantes en este proceso. Estamos, entonces, frente a un fenómeno relacional que involucra a ambos actores en igual medida.

REFERENCIAS

- Aronson, E. (1999) *El animal social* (8a. edición). Madrid: Alianza Editorial.
- Aronson, E., Willerman, Ben and Floyd, Joanne. (1966) The effect of a pratfall on increasing interpersonal attractiveness, *Psychonomic Science*, 4: 227-8.
- Barberá, E. y Martínez, I. (2004) *Psicología y género*. España: Pearson Prentice Hall.
- Baron, R. y Byrne, D. (2005) *Psicología Social*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Burin, M. (1998) "Estudios de género: reseña histórica". *En Género y familia*. Buenos Aires: Paidós, Psicología profunda, pp. 10-29.
- Burin, M. y Dio Bleichmar, E. (1996) *Género, Psicoanálisis, Subjetividad*. Buenos Aires: Paidós.
- Buss, D. (1989) Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures. *Behavioral and Brain Sciences*, 12, 1-49.
- Carreón, L. y Ortiz, G. (2005) Concepto de masculinidad/femineidad en profesoras de educación preescolar. *Procesos Psicológicos y Sociales*, 1.
- Deaux, K. y Emswiller, T. (1974) Explanations of successful performance on sex-linked tasks: what is skill for the male is luck for the female, *Journal of Personality and Social Psychology*. 29:80-5.
- Dio Bleichmar, E. (1997) *La sexualidad femenina: de la niña a la mujer*. Buenos Aires: Paidós.
- Eagly, A. (1987) *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*, Mahwah, NJ: Erlbaum
- Franzoi, S. (2007) *Psicología Social*. México: Mc Graw Hills Interamericana.
- Heider, F. (1958) *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley.
- Money, J. y Erhardt, A. (1982) *Desarrollo de la sexualidad humana: diferenciación y dimorfismo de la identidad de género*. Madrid: Ediciones Morata.
- Montoya, M. y Horton, R. (2004) On the importance of cognitive evaluation as a determinant of interpersonal attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 696-712.
- Strassberg, D. y Holty, S. (2003) An experimental study of women's Internet personal ads. *Archives of Sexual Behavior*, 32, 253-260.
- Tracey, T. (2004) Levels of interpersonal complementarity: A simplex representation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 1211-1225.
- Twenge, J. (1997) Changes in masculine and feminine traits over time: A meta-analysis. *Sex Roles*, 36, 305-325.
- Worchel, S., Cooper, J., Goethals, G. y Olson, J. (2002) *Psicología Social*. México: Color S.A. de C.V.