



**ESTEREOTIPOS DE GÉNERO INTERGRUPALES SOBRE LAS MUJERES QUE
PERTENECEN A LA COMUNIDAD DE MOTOCICLISTAS DE ALTO
CILINDRAJE DE MEDELLÍN (COLOMBIA)**

Jessika Juliana García Mesa

Estudiante

Marda Ucaris Zuluaga Aristizabal

Asesora

Trabajo de grado para optar al título de Psicóloga

UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE ARTES Y HUMANIDADES
PSICOLOGÍA
MEDELLÍN
2024

ESTEREOTIPOS DE GÉNERO INTERGRUPALES SOBRE LAS MUJERES QUE PERTENECEN A LA COMUNIDAD DE MOTOCICLISTAS DE ALTO CILINDRAJE DE MEDELLÍN (COLOMBIA)¹

Por: Jessika Juliana García Mesa²

Resumen

Objetivo. Describir los estereotipos de género intergrupales sobre las mujeres pertenecientes a la comunidad de motociclistas de alto cilindraje de Medellín en integrantes de cuatro grupos mixtos de motociclistas de la ciudad de Medellín. **Método.** Análisis cualitativo con diseño descriptivo y enfoque etnográfico en el que se buscó recolectar la información acerca de los fenómenos que se encuentran relacionados con los estereotipos de género; para ello se utilizaron entrevistas semiestructuradas en integrantes de cuatro grupos de motociclistas que pertenecen a alguna comunidad en la ciudad de Medellín y observación participante en uno de ellos. Estas comunidades contaron con participantes del género femenino pertenecientes a los grupos de motociclistas de la ciudad de Medellín. **Resultado.** Aunque es evidente un avance en cuanto a la percepción de la mujer motociclista de alto cilindraje en los grupos entrevistados, aún en la comunidad se encuentran barreras que están relacionadas con estereotipos de género, que permiten ratificar el motivo de la creación de un grupo solo para mujeres en el que estas se puedan sentir acogidas y puedan expresarse abiertamente sin sentirse juzgadas o menospreciadas. Además, aún se encuentra arraigado el hombre como sujeto al mando de la motocicleta y un carácter de extrañeza cuando este es copiloto.

Palabras clave: *Mujeres en la comunidad de motociclistas, motociclistas de la ciudad de Medellín, estereotipo de género, comportamiento intergrupales.*

¹ Trabajo de grado para optar el título de Psicóloga. Asesora: Marda Ucaris Zuluaga Aristizabal.

² Estudiante de noveno semestre de Psicología, Escuela de Artes y Humanidades, Universidad EAFIT. jjgarciam@eafit.edu.co

Introducción

Aunque la palabra estereotipo etimológicamente hacía alusión solamente al adjetivo: “Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable” (Real Academia Española, 2006, s.p.), diversos autores alrededor de los años trajeron nuevos conceptos que han moldeado y estructurado la palabra hasta el significado dado para abordar el tema en cuestión.

Los autores Katz & Braly (1933, 1935) o Adorno et al., (1950) ofrecieron un nuevo concepto de este como sobregeneralizaciones rígidas, erróneas y/o patológicas acerca de los atributos de los grupos sociales y sus integrantes; después llegaron Brigham (1971) y Brown (1995) a resaltar que los estereotipos no son del todo errados sino que tienen una connotación de verdad consensuada para un grupo determinado y, contraponiéndose a la connotación negativa o patológica, autores como Allport (1954), Leyens et al., (1994); Oakes et al., (1994); Tajfel (1981), toman la palabra como un proceso cognitivo natural de categorización (Smith, 2006).

Los estereotipos comprenden diversas clasificaciones, pero se tomará a Varela (2020) para clasificarlos en religiosos, políticos, raciales, de clase, de género, de país, sexuales y físicos. A diferencia de los prejuicios, los cuales se explican como un conjunto de juicios y creencias de «carácter negativo» (Gonzalez, 1999), los estereotipos no siempre tienen esta carga negativa; sin embargo, vemos que en muchas ocasiones estas categorizaciones suelen convertirse en excluyentes y otorgar ciertas características a un grupo determinado que los restringe de apartarse de cierta estructura por las cualidades específicas que se les atribuyen. Por ejemplo, es el caso de los estereotipos de género asociados a la mujer, a las cuales se les otorga en muchas ocasiones la significación de ser delicadas, débiles o sensibles, lo que tiende a darles limitaciones en los cargos a desempeñar, las ocupaciones y las necesidades que pueden tener que, desde la teoría humanista de Maslow (1943), se jerarquizan

dependiendo de qué tan básica sea la necesidad.

En esta teoría, ampliando la información acerca de las jerarquías de las necesidades, encontramos que algunas de ellas son necesidades básicas, como lo son el alimento, el descanso, los recursos que les generen estabilidad económica y hay otros que se orientan hacia la autorrealización, reconocimiento y afiliación y estos pueden ser tan variados y subjetivos como la persona misma. Mas desde la teoría relativista, dentro de una perspectiva sociológica fenomenológica, nos brindan un nuevo modelo en donde la necesidad es vista como una construcción social en donde “Las necesidades son construidas socialmente, a través de las interacciones de la vida cotidiana. En la etnometodología el lenguaje y las discusiones entre grupos permiten revelar o mostrar las necesidades” (Puig, et al. 2012).

Teniendo en cuenta las necesidades como construcción social, tenemos una lista variada de necesidades que están relacionadas con el ocio, hobbies y actividades a desarrollar en el tiempo libre; entre ellas encontramos personas que se dedican en su tiempo libre a hacer un deporte, a desarrollar una actividad en bellas artes o a viajar en diversos vehículos, algunos en carros y otros optan por viajar en motos; a estos últimos se les conoce como motociclistas y, dependiendo de las necesidades que presenten o las comodidades que requieran, conducen motos de diferente cilindraje el cual puede ser bajo (hasta 200 cc), medio (entre 201 cc y 400 cc) y alto (de 401 cc en adelante).

Por lo anterior, y remitiéndose a Aristóteles (322, a. de C. p.50) cuando hace alusión a la frase “el hombre es por naturaleza sociable”, los motociclistas también conforman grupos y comunidades que tengan la misma afinidad acerca del tipo de moto, modelo e incluso el cilindraje. Estas comunidades suelen convertirse en endogrupos (grupos sociales en los que sus integrantes se identifican, experimentan sentido de pertenencia y lealtad al mismo) y construyen maneras de comunicarse que les permiten identificarse o ser reconocidos como integrantes de estos.

Por las consideraciones anteriores y teniendo en cuenta que, aunque existen estudios acerca de la influencia de las mujeres en el motociclismo, se desconocen investigaciones de lo que ocurre en el desarrollo de las relaciones al interior de los grupos, nos preguntamos sobre *¿cuáles son los estereotipos de género intergrupales sobre mujeres pertenecientes a la comunidad de motociclistas de alto cilindraje de Medellín?*

Objetivos

General

- Describir los estereotipos de género intergrupales de la comunidad de motociclistas de alto cilindraje de Medellín sobre las mujeres conductoras en cuatro grupos de motociclistas.

Específicos

- Caracterizar cuatro grupos de motociclistas de alto cilindraje en la ciudad de Medellín teniendo en cuenta su composición y representaciones compartidas
- Identificar y clasificar los estereotipos de género que se presentan al interior de los grupos de motociclistas de alto cilindraje en la ciudad de Medellín.
- Indagar por cómo influyen los estereotipos de género en las interacciones que se presentan en los grupos de motociclistas.

Marco de referencias conceptuales

Antecedentes

Siendo el objetivo del presente apartado brindar un panorama acerca de temas específicos como lo son los estereotipos de género unido a los conceptos comportamentales que abarcan la intergrupalidad y la comunidad de motociclistas en Medellín, vale la pena aclarar que la literatura que se presenta al respecto es extensa, sin embargo, su apreciación está más ligada a las concepciones históricas que a la percepción de las mismas comunidades. Aunque hay algunos estudios que se centran en descubrir la generalidad de las conductas intergrupales y cómo los aspectos disociadores de las mismas generan malestar al interior (Smith, 2006), muy pocos ahondan en aquellas características específicas que para este caso se refiere a la comunidad de motociclistas en la ciudad.

Algunos de ellos hablan sobre los lugares que han ocupado las mujeres y cómo estas se han visto relegadas a ser un mero objeto sexual, un artefacto decorativo o un medio para conseguir recursos económicos. Sitúan a la mujer como parte trasera de la motocicleta, más nunca se les ve como conductoras y, cuando lo hacen, son calificadas de forma severa, como si fuese algo escandaloso, aberrante o desviado que la mujer quiera asumir este rol (Thompson, 2010;Roster, 2007).

También en estos artículos se encontró cómo ha ido cambiando la perspectiva y en la contemporaneidad se encontró mujeres que no solo están interesadas en subirse como copiloto a una motocicleta, sino que también hay mujeres que deciden comprar una motocicleta, conducirla y asumir los riesgos que representa la exposición a las mismas con el fin de experimentar la libertad, el empoderamiento y la autosuficiencia que esta brinda (Roster, 2007).

En algunos documentos se habla de manera sucinta sobre el comportamiento que se desarrolla al interior de los grupos de motociclistas acerca de la mujer, pero este suele

referirse a población que no representa aspectos contemporáneos ni poblacionales cercanos, como es el caso de las pandillas de motociclistas en los Estados Unidos. En este caso, se encontró que los grupos de motociclistas no buscan tener problemas con la ley ya que de alguna forma se sienten excluidos de su protección y un poco estereotipados en sus comportamientos y son acusados de ser grupos al margen de la ley y que continuamente buscan problemas (Thompson, 2011).

Abordando las razones para la aproximación de las mujeres al mundo de las motocicletas, se hallan unos patrones que se repetían, algunos de ellos se encuentran relacionados con puntos de quiebre, como el fallecimiento de alguien cercano, el fin de una relación amorosa, entre otros (Thompson, 2011) y con el vínculo social con amigos del género masculino que les enseñaban y las introducían en el mundo motociclista, en oposición a los hombres, que habían incursionado en este mundo porque se les había transmitido la herencia por parte de sus padres (Borstlap y Saayman, 2018). Solo se halló un caso en el que la madre de una motociclista, la cual también lo era, le despertó su pasión por la motocicleta.

En la revisión de la literatura al respecto de las mujeres motociclistas, se identifica el temor a ser juzgadas por sus familiares, tanto que en algunos casos se esconde el hecho de pertenecer a la comunidad de motociclistas o el hecho de tener una motocicleta. Esto debido al sinnúmero de accidentes que se presentan en la vía o historias de conocidos que han fallecido en accidentes de tránsito que han involucrado motocicletas (Thompson 2010).

Sobre las motociclistas, se encuentra que en Estados Unidos se tiende a estigmatizar el cilindraje y asociar este con el género, encontrando que, si la motocicleta se encuentra por debajo de los 1000cc, es considerada moto para mujer, y por encima de los 1000cc es para hombre (Thompson, 2010).

En cuanto al tema de la percepción de la comunidad de motociclistas, hay poca

información sobre las diferencias en la estereotipación de motociclistas hombres y mujeres, más sí encontramos información relevante sobre los ciclistas que a su vez son cuidadores y transportan a sus hijos en sus bicicletas. Hallamos un estudio comparativo entre hombres y mujeres conductores de bicicletas, en la que se evidencia que los hombres son más propensos a cometer infracciones e imprudencias en las vías que las mujeres y que estas a su vez se encaminan al cuidado de la persona que llevan en la bicicleta (Montoya- Robledo et. al, 2020).

También, continuando con la línea comportamental, se halla información importante sobre el comportamiento y las motivaciones de hombres y mujeres franceses al momento de conducir una motocicleta. Se halló que para los hombres es un aspecto positivo el infringir las normas y asumir riesgos deliberados, esto es visto dentro de la comunidad con mayor valor social para los mismos, mientras que para las mujeres no es considerado un aspecto positivo el infringir la norma o asumir riesgos. Las mujeres sienten mayor atracción por socializar mientras que los hombres sienten más atracción por competir (Coquelet, 2019).

Sobre los estereotipos de género, enmarcando el asunto en Colombia y vinculada con el área profesional se encontró que, para las mujeres, aunque ha surgido un avance que les ha permitido desempeñarse en cargos que estaban monopolizados por los hombres, hay mucho terreno por ganar y en ocasiones los estereotipos de género son una limitante a la hora de acceder a un buen puesto. En muchas ocasiones, las características positivas del estereotipo de género respecto a la mujer no son considerados o son tergiversados y relegados (Giraldo et. al, 2011).

Continuando con el contexto colombiano y referente a los estereotipos de género y violencias cotidianas que sufren las mujeres, se encuentra que, debido a características específicas que están relacionadas con el conflicto armado, Colombia “ha adquirido unas características de un saqueo que trasciende lo material para posicionarse en el saqueo

simbólico, arraigando a las mujeres en la posición de indignas. Indignas de respeto, indignas de ser tratadas por igual” (Arroyo & Álvarez, 2018). En el entorno educativo, se observa que a las docentes mujeres se les asignan roles relacionados con el cuidado, y que los estereotipos de género se han interiorizado o “acogido como parte de su cotidianidad”. Estos estereotipos no solo se hacen evidentes cuando se refieren a su rol como maestras, sino a diversas situaciones que surgen con sus estudiantes (Moreno, et al., 2022).

En un ambiente social y lúdico, hay hallazgos que también se encuentran relacionados con los estereotipos de género y es que, en el caso de los niños y niñas, cuando se encuentran realizando actividades lúdicas y de juegos se cree que los juegos que son de prevalencia perceptivo–motriz, como las rondas, la golosa, las cuerdas y el catapiz son juegos para ellas, y los juegos que son de prevalencia condicional, como jugar con el carro de rodillos, la vara de premio, el trompo y las canicas son juegos para ellos y, sin embargo a “ellos, más que ellas, se autorizan a participar en todos los juegos” (Vásquez, 2012) lo que nos presenta un panorama que perpetúa las características heteronormativas que arraigan la creencia según la cual las mujeres tienen ciertas limitaciones respecto a los hombres.

En el campo del motociclismo y, siendo más específicos, en el rol de la mujer en este tipo de grupos, encontramos mucha información acerca de la percepción de la mujer, la resignificación del empoderamiento y sus intentos por alejarse de los estereotipos que las demarcan, más poco se habla acerca de la dinámica grupal y la relación intergrupal. También se encuentra que en Estados Unidos existe mucha literatura acerca del comportamiento que han tenido a través de la historia los motociclistas y estos han marcado estereotipos acerca del objetivo de los grupos, como es el caso de los “*1% Motorcycle Club*” o los cuales son conocidos por ser grupos de motociclistas por fuera de la ley (Martin et. al, 2006;Roster 2007).

Asimismo, se halló que, con el auge de la tecnología, se han diversificado los grupos

de motociclistas, en los que se ha incorporado GPS, intercomunicadores y diversos artefactos que han favorecido el recorrer las rutas. Con el auge de las tecnologías y redes sociales también se ha encontrado una nueva resignificación al aporte que el género femenino puede brindar a los grupos, generando espacios de debate y pertenencia que ofrecen debido a su condición hacia la prosocialidad y el altruismo que puede resultar atractivo para personas que quieran hacer parte de los grupos (Blankenship, 2013); (Auné et. al, 2015).

Retomando un poco de lo que se ha hablado y considerando todo lo anterior encontramos puntos de ruptura que afianzan la motivación para llevar a cabo esta investigación: la poca o nula información registrada acerca de los motociclistas en la ciudad de Medellín respecto a sus comportamientos culturales, hábitos y desarrollo, continuando con los aspectos relacionados con las conductas intergrupales en el mismo grupo. En los artículos se cumple una tendencia que centra la recolección de la información en entrevistas semiestructuradas, observación participante y grupos focales que, aunque se aíslan del contexto de la región en la que se realizaron, el público o la finalidad, sirven como punto de revisión para el proceso a realizar en la presente investigación. Algunos de ellos como Thompson (2011), Roster (2007) y Martin et. Al, (2006) se basan en entrevistar solamente a los grupos femeninos de motociclistas o a las mujeres que deciden manejar una motocicleta, otros centran su atención en estudiar y realizar un contraste entre hombres y mujeres en las comunidades de motociclistas existentes (Coquelet, 2019; Borstlap y Saayman, 2018); uno de ellos centra su atención en el grupo de contadores para identificar los estereotipos asociados al género que influyen en su área (Giraldo, 2011) y otro se centra en los ciclistas sin importar si estos son comunidad o no y ahonda en la diferenciación y el propósito de conducción de cada género (Montoya-Robledo, 2020).

Estereotipos de género: Una aproximación a su concepto

Según la Real Academia Española (RAE), encontramos que la palabra estereotipo es definida como la “imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable” siendo este subjetivo y dependiendo en sí del contexto o grupo en el que se aborda, dirigiendo sus opiniones.

Este es un concepto un tanto controvertido debido a que ha estado relacionado con el prejuicio y la discriminación, más el primero en hablar sobre esto fue Lippmann (1922) que trajo desde la literatura un nuevo concepto de esta palabra referida a “las imágenes de nuestra cabeza”; sin embargo, aunque existen diferentes autores y definiciones para esta palabra, nos centraremos en la de Tajfel (1971; 1984) para abordar el estereotipo como una categorización social que nos permite comprender y contrastar los comportamientos que se dan al interior de las comunidades.

Siendo así, inferimos que estos estereotipos, al ser de naturaleza social, tienden a ser replicados y aceptados entre las diversas generaciones y, de la misma forma, suelen variar de acuerdo con la sociedad. Por la connotación social que los estereotipos reciben podemos hablar de una clasificación tan diversa como la sociedad misma, pero para términos de este ejercicio tomaremos los principales que son religiosos, políticos, raciales, de clase, de país, de género, sexuales y físicos (Varela, 2020) y ahondaremos en los estereotipos de género definiéndose como aquellas ideas socialmente establecidas de cómo deben ser, actuar y comportarse mujeres y varones, al igual que el tipo de actividades que en lo social y cultural están establecidas como correctas o apropiadas para hombres y mujeres en lo que al ocio y el disfrute del tiempo libre se refiere.

Estereotipos de género positivos y negativos

En el artículo desarrollado por los autores Fiske et al., (2002) publicado en el *Journal of Personality and Social Psychology*, se proporciona una descripción detallada de los estereotipos de género positivos y negativos. Los autores, explican que estos estereotipos son percepciones sociales ampliamente aceptadas que atribuyen a los hombres y mujeres características específicas basadas en su género.

Los estereotipos de género positivos, según los autores, se refieren a las percepciones sociales que atribuyen a las mujeres características cálidas y amables, como la compasión, la ternura y la sensibilidad emocional. En otras palabras, las mujeres son percibidas como personas que se preocupan más por los demás y son más emocionales que los hombres. Además, se cree que las mujeres son más adeptas a cuidar y nutrir a otros, especialmente a niños y ancianos. Por otro lado, los hombres son percibidos como personas más competentes y ambiciosas, capaces de liderar y tomar decisiones importantes.

Los estereotipos de género negativos, por otro lado, se refieren a las percepciones sociales que atribuyen a las mujeres características frías y poco competentes, como la pasividad, la sumisión y la incompetencia en tareas importantes. En este sentido, las mujeres son vistas como menos capaces de tomar decisiones importantes y liderar en el mundo laboral. En el caso de los hombres, se les atribuyen características negativas como la agresividad, la arrogancia y la falta de sensibilidad hacia los demás.

Según los autores, estos estereotipos de género se basan en la percepción social de dos factores principales: la competencia y la calidez. La competencia se refiere a la percepción de una persona en términos de habilidades y eficacia en su trabajo, mientras que la calidez se refiere a la percepción de una persona en términos de su amabilidad, cooperación y altruismo. En general, los estereotipos positivos de género están asociados con la calidez, mientras que los estereotipos negativos están asociados con la falta de competencia.

Motociclistas

La RAE nos presenta la definición “persona que conduce una motocicleta”. La historia de la motocicleta está relacionada con el desarrollo de las primeras bicicletas. La primera motocicleta fabricada en serie fue presentada en 1894 por Hildebrand y Wolfmüller en Múnich, y estuvo en producción hasta 1897. Posteriormente, en 1897, los hermanos rusos Eugene y Michel Werner comenzaron a fabricar un modelo que incorporaba un motor en una bicicleta. En 1902, el francés Georges Gauthier inventó el scooter, un vehículo de dos ruedas que ganó popularidad, especialmente entre los jóvenes. Además, en 1910 se introdujo el sidecar, que permitía convertir una motocicleta en un vehículo de tres ruedas al añadir un carro lateral (Dolores & Domínguez, 2013, p.18-19).

Se puede referenciar que durante la segunda guerra mundial las motocicletas fueron utilizadas como apoyo en los enfrentamientos bélicos (Constantine & Nash, 1999), mas en el año 1954, con el inicio de la importación de las motonetas Lambretta, inició el auge de las motocicletas en Colombia. Estas fueron traídas al país por Auteco, empresa que nació en la ciudad de Medellín como estación de gasolina.

En el año 1998 se hallaban menos de un millón de motocicletas rodando por el territorio nacional (ANDI, 2017) y en julio de 2024 según un estudio de la ANDI (2024) “el país alcanzó los 12 millones de motocicletas registradas, representando un 62% del parque automotor vehicular nacional”; además, según el reporte de la misma asociación “se registraron en el país 68.502 motocicletas nuevas en Colombia” y durante del mes de septiembre “experimentó un crecimiento del 17,04% vs. el mes de septiembre del año 2023”, además de que la preferencia de compra de motocicletas nuevas se concentró en el segmento de cilindrada entre 100cc y 125cc, representando el 49,91%, seguido por el segmento de

151cc a 200cc con un 25,32%.

En cuanto a las características sociodemográficas relacionadas con la representación femenina, un informe de la Cámara de la Industria Automotriz de la ANDI señala que el uso de la motocicleta por parte de las mujeres ha aumentado notablemente. En 2011, solo el 16% de los nuevos compradores de motocicletas eran mujeres, cifra que ascendió al 25,6% en 2012, representando un crecimiento del 60%. Este incremento continuó en 2016, alcanzando el 31,6%, y para 2024, las mujeres representan el 38% de los compradores. Actualmente, "una de cada tres motos vendidas es adquirida por mujeres". También en el mismo informe presentado por la Cámara de la Industria Automotriz de la ANDI (2024) se reportan unas cifras importantes respecto a lo que motiva a los motociclistas colombianos a la adquisición de dichas motocicletas y es que, en 2023, el 44,80% de los usuarios en Colombia compraron una motocicleta para transportarse, el 12,90% compraron la motocicleta para trabajar el 75% y el 4.40% compraron la motocicleta para uso recreativo. A nivel nacional, la mayoría de los nuevos compradores de motocicletas en el último año lo hicieron principalmente para resolver problemas de transporte y movilidad.

Relaciones intergrupales: definiciones y generalidades

Las relaciones intergrupales se refieren a las interacciones y comportamientos que ocurren entre diferentes grupos sociales. Estas relaciones pueden incluir tanto la cooperación como el conflicto, y están influenciadas por la identificación de los individuos con su propio grupo (endogrupo) y su percepción de otros grupos (exogrupos). Desde una perspectiva psicosocial, el comportamiento intergrupales se define como aquel que se manifiesta cuando individuos de un grupo interactúan, ya sea colectivamente o de manera individual, con integrantes de otro grupo, en función de su identificación grupal (Fernández, 1999). Este tipo

de comportamiento se da en contextos donde existen categorías sociales claramente identificables, no se observa variabilidad en cada categoría en cuanto a sus percepciones, actitudes o conductas, lo que indica una tendencia hacia la uniformidad y donde se percibe una homogeneidad dentro de cada grupo (Tajfel, 1979, citado en Sánchez, 2002).

Tajfel (1982) afirma que un grupo puede definirse a partir de criterios externos e internos. Los criterios externos son designaciones que provienen de fuera de la persona, como "es una mujer" o "es un psicólogo". Por otro lado, los criterios internos se relacionan con la "identificación grupal", que es el grado en que un individuo se considera integrante de un grupo determinado. Esta identificación incluye componentes cognitivos, afectivos y conductuales.

El estudio de las relaciones intergrupales también abarca conceptos como el favoritismo endogrupal y la discriminación exogrupal. El favoritismo endogrupal se refiere a la tendencia de los individuos a favorecer a los integrantes de su propio grupo, mientras que la discriminación exogrupal implica actitudes y comportamientos negativos hacia los integrantes de otros grupos. Además, se ha observado que la competición entre grupos puede intensificar el favoritismo endogrupal y la discriminación exogrupal, incluso en ausencia de incompatibilidad de metas (Blake & Mouton, 1982). Investigaciones recientes han apoyado estas conclusiones, mostrando que las situaciones de competición pueden influir en la percepción de homogeneidad entre los integrantes del exogrupo.

Método

Tipo de estudio

Para los fines de esta investigación, se optó por un análisis cualitativo, dado que el objetivo principal es explorar las prácticas y experiencias dentro de los grupos estudiados. El estudio se llevó a cabo de manera transversal, ya que se centró en el contexto actual, sin la intención de realizar una comparación con periodos de tiempo posteriores.

Adicionalmente, según Martínez, (2005) el enfoque etnográfico es indicado para investigaciones debido a su capacidad para proporcionar una comprensión profunda y contextualizada de las realidades humanas. Este enfoque se centra en la descripción y la comprensión de las modalidades de vida de los grupos, lo que permite que para este estudio nos acerquemos a la verdadera naturaleza de las realidades observadas. La flexibilidad y apertura del enfoque etnográfico facilitan descubrimientos fortuitos, lo que puede llevar a la identificación de problemas relevantes que no estaban predeterminados.

Además, el proceso dialéctico de recolección de datos permite que la información acumulada y las teorías emergentes guíen la investigación, lo que contribuye a un alto nivel de objetividad y validez.

Participantes

Los sujetos participantes son integrantes de los grupos de motociclistas que pertenecen a algún grupo en la ciudad de Medellín y que se encuentren en uno o más de uno de estos. Estos grupos deben contar con participantes del género femenino para el cual tomaremos como referencia a los grupos Royal Ladies (RL), Desertores Medellín (D), Royal Enfield Medellín (REM) y a Royal Patos Medellín (RPM). Se eligieron estos grupos debido a que cumplían con el criterio de alto cilindraje el cual se presupone que no es una

moto apta para mujeres.

Para la elección de los participantes se consideró la diversidad de grupos, roles y género. A continuación, una corta descripción de los participantes:

Entrevistado	Edad	Grupo	Género	Tiempo en el grupo	Rol en el grupo
1	37	RPM	M	8 años	asistente
2	27	D	M	2 años	asistente
3	45	RPM	M	1 año	asistente
4	30	RPM	M	1 año	asistente
5	63	D	M	2 años	asistente
6	44	D	F	2 años	asistente
7	36	D	M	6 meses	asistente
8	43	RL	F	2 años	asistente
9	29	RPM	M	3 años	asistente
10	28	REM	F	5 años	líder
11	51	RL	F	1 año	asistente
12	45	RL	F	3 años	líder

Instrumentos

En la presente investigación se utilizaron dos instrumentos principales para la recolección de datos: la observación participante y las entrevistas semiestructuradas. La observación participante se realizó con el grupo de motociclistas Los Desertores y los datos fueron registrados en un diario de campo. Este método permitió a la investigadora integrarse

a la dinámica del grupo y observar directamente las interacciones y comportamientos, lo cual fue fundamental para la comprensión de fenómenos que los integrantes pueden evitar compartir de forma abierta o precisa en entrevistas (Marshall & Rossman, 1995).

A partir de las observaciones obtenidas, se diseñó una serie de preguntas para guiar las entrevistas semiestructuradas realizadas posteriormente. Este tipo de entrevista, caracterizada por preguntas abiertas, permitió explorar en mayor profundidad las experiencias y percepciones de los motociclistas, en particular sobre los estereotipos de género hacia las mujeres motociclistas de alto cilindraje.

Dado que la investigación es de carácter cualitativo, no se emplearon cuestionarios estandarizados ni escalas de medición, sino que las respuestas obtenidas en las entrevistas fueron de tipo abierto. Estas entrevistas fueron llevadas a cabo de forma virtual a través de la plataforma Microsoft Teams.

Procedimiento

La recolección de datos se llevó a cabo en dos fases. La primera fase consistió en la observación participante, que se realizó durante un evento de una rodada organizada por el grupo de motociclistas Los Desertores. Este evento se llevó a cabo desde las 7:00 a.m. hasta las 5:00 p.m., permitiendo observar a los participantes en su entorno natural de interacción. Los detalles de la observación fueron registrados en un diario de campo, el cual sirvió como base para desarrollar las preguntas que guiarían las entrevistas.

En la segunda fase, se realizaron entrevistas semiestructuradas a los motociclistas pertenecientes a varios grupos en la ciudad de Medellín, vinculados a la marca Royal Enfield, marca de la cual la investigadora es propietaria de una motocicleta. La convocatoria para las entrevistas se realizó a través de grupos de WhatsApp de dichos colectivos. Un

criterio de inclusión particular fue la presencia de mujeres motociclistas, ya que la investigación se centra en los estereotipos de género dentro de estos grupos.

Antes de iniciar las entrevistas, a cada participante se le explicó el propósito de la investigación y se les pidió su consentimiento informado, así como su autorización para grabar las entrevistas. Durante las entrevistas, la investigadora empleó la técnica de parafraseo para asegurar que las respuestas fueran correctamente comprendidas, minimizando así la posibilidad de malinterpretaciones.

Hallazgos y discusión

Para llevar a cabo el análisis del presente trabajo de grado, se definieron cuatro categorías principales. Tres de ellas están directamente relacionadas con los objetivos propuestos:

1. Caracterización de los grupos, que incluye el análisis de los grupos a los que pertenecen los entrevistados, sus valores, y su composición.
2. Identificación y caracterización de los estereotipos de género dentro de los grupos, donde se identificaron los roles establecidos y su relación con el género, así como las percepciones de hombres y mujeres sobre los pilotos y copilotos de ambos géneros.
3. Indagación acerca de la influencia de los estereotipos de género en las interacciones que se presentan en los grupos de motociclistas.

Además, en correspondencia con el tercer objetivo, se consideró una subcategoría orientada a indagar por el origen de los estereotipos y su impacto en la interacción intergrupala.

1. *Caracterización de los grupos*

Los integrantes de los grupos participaron de manera voluntaria, y con uno de estos grupos se elaboró un diario de campo, el cual permitió explorar aspectos preliminares al proceso de entrevistas. Los grupos a los que pertenecen los entrevistados son:

Los Desertores. Se fundaron en junio de 2021, luego de una salida con otro grupo en el que no se sintieron cómodos con la forma de liderazgo. En aquella ocasión, el trayecto era largo y regresaban el mismo día, lo que generaba un cansancio considerable para los conductores. Por esa razón, decidieron quedarse en el lugar junto con otras tres personas. Durante el almuerzo, uno de ellos propuso la idea de formar un nuevo grupo y, como habían "desertado" del anterior, decidieron llamarlo Los Desertores.

Comenzaron organizando salidas cada ocho días, siendo solo cuatro integrantes (dos parejas). Con el tiempo, el grupo creció hasta llegar a 40 personas. Al ser un grupo cerrado, les sugirieron abrirlo a todo el que quisiera formar parte, así que crearon el grupo de WhatsApp llamado Comunidad Desertora, que hoy cuenta con 586 integrantes. Actualmente, organizan salidas cada 15 días, lo que les permite alternar y compartir tiempo con sus familias.

El rango de edad de sus integrantes es variado, desde los 20 años y reconocen que hay integrantes con más de 50 años. El grupo es mixto, pero el género predominante es el de los hombres. Entre sus valores se encuentran la prudencia, el respeto, la camaradería, responsabilidad, empatía, disposición, consideración. Uno de los participantes para referirse al grupo mencionó "yo fui por una moto y salí con una familia" para resaltar el cómo se siente en el grupo y como éste lo acoge.

Sus integrantes indican que consideran este grupo como su grupo principal porque "es donde más se ofrecen actividades para viajar", al mismo tiempo decían que la constancia

que han mantenido en dichas actividades ha sido una razón por la que permanecen allí. Otro integrante mencionó “Siempre he querido estar en un grupo de motociclistas para vivir esa experiencia, pues como tal el viajar, el tener contacto con personas que tienen la misma pasión que uno y esto es lo que me gustó de los desertores, aparte del hecho de que obviamente compartimos el mismo gusto por el mismo tipo de motos”.

Royal Enfield Medellín. Es un grupo que tuvo sus inicios desde el concesionario de Royal Enfield en la sede del barrio El Poblado, pero que más adelante decidieron separar para que no fuera un medio de envío o de comunicación que se enfocara en lo comercial, sino que fuera un espacio de interacción y consulta.

El ingreso a este grupo es más selectivo, ya que, a diferencia de los otros grupos mencionados, está dirigido únicamente a propietarios y copropietarios verificados de Royal Enfield (verificados con tarjeta de propiedad). Este fue un acuerdo que se hizo con los que pertenecían al grupo. La decisión se toma para evitar spam o vendedores que ingresan a los grupos con el fin de ofrecer sus productos o servicios. El grupo en WhatsApp actualmente cuenta con 278 integrantes.

El rango de edad se encuentra entre los 30 y 37 años, al igual que en Los Desertores, es un grupo mixto que está compuesto mayoritariamente por hombres. Entre sus valores resaltan el respeto y la colaboración.

Royal Ladies. Este grupo surgió a raíz de la necesidad de un grupo de mujeres de crear un espacio donde pudieran compartir su pasión por las motos sin sentir que eran menospreciadas. Muchas de sus fundadoras salieron del grupo de Royal Enfield Medellín, donde a menudo sentían que sus contribuciones no eran valoradas (entrevistada 12).

Es un grupo de amantes a las motocicletas. Se compone de propietarias de

motocicletas Royal Enfield y también de personas a las que les gustan las motocicletas, pero no tienen motos o están aprendiendo sobre ellas. Se agrupan en torno a la camaradería y la sororidad. Actualmente, el grupo está dirigido por cinco mujeres que han tomado el liderazgo, asegurándose de que cada integrante tenga la oportunidad de participar y ser escuchada. Su estructura es colaborativa, y en su grupo de WhatsApp comparten mensajes de apoyo, celebran cumpleaños y cuentan anécdotas sobre sus experiencias en la carretera. El grupo en WhatsApp actualmente cuenta con 93 participantes.

Entre las integrantes entrevistadas se encuentra que, respecto a la edad, el rango es amplio, entre 20 y 50 años, todas sus participantes son mujeres. El motivo por el que sus integrantes decidieron pertenecer a este grupo varía entre la tranquilidad que sienten de interactuar, el considerar que es un grupo más acogedor; la entrevistada 12 mencionó que pertenecía a este grupo debido a que “me parece que es una comunidad más acogedora, veo que hay más empatía”.

Royal Patos Medellín. Este grupo se formó durante la pandemia. Todo comenzó en un chat de WhatsApp, creado para hacer seguimiento a un pedido de patos de goma para adornar sus motos de la marca Royal Enfield. Lo que empezó como una simple conversación entre amigos pronto se convirtió en un espacio de camaradería entre los amantes de las motocicletas.

Aunque los que pertenecen al grupo son propietarios de distintas marcas de motocicletas, la marca Royal Enfield es la que predomina. Cada semana, los Royal Patos se organizan para salir a rodar en la noche, disfrutando de la libertad que les ofrece la carretera. Su principal actividad es la “gastrorodada³”, en las que recorren rutas cercanas para conocer

³ La gastrorodada es un evento organizado por Royal Patos Medellín en el que la actividad principal se centra en reunirse e ir todos juntos a comer a un establecimiento que no es muy conocido o que está surgiendo, como una manera de apoyar su emprendimiento y compartir.

nuevos lugares y probar comidas de pequeños emprendimientos locales. Actualmente el grupo en WhatsApp cuenta con 660 integrantes.

Algunos integrantes consideran este como su grupo principal por, como lo menciona el entrevistado 1 “un tema de comodidad con las personas”, el entrevistado 4 indica que por un tiempo “dejó el grupo porque no volvieron a rodar” y el entrevistado 9, refiere que “considera este su grupo principal debido a que interactúa más con ellos”. Entre las edades de las personas que pertenecen al grupo, el rango es de 30 a mayores de 50 años. Es un grupo mixto en el que, al igual que Los Desertores o Royal Enfield Medellín, encontramos mayoría de hombres. Entre los valores destacados los integrantes mencionan el apoyo mutuo, la camaradería, el compañerismo.

Lo que observamos que sucede con los grupos es que en general la marca Royal Enfield, que es la marca que sobresale en cada grupo, promueve muchos de los valores que terminan siendo trasladados a cada uno de sus grupos. La edad varía y puede ir desde los 20 y hasta los 60 o 70 años, pero el rango oscila de los 30 a los 50 años y, aunque ha venido en aumento, en tres de los grupos, que son mixtos, se ve que la mayoría de los integrantes son hombres. También se destaca que, la consideración de un grupo como grupo principal no le impide que participe en otros grupos.

2. Identificación y caracterización de los estereotipos de género

La mayoría de los entrevistados coinciden en que no identificaron roles específicos relacionados con el género en los grupos de motociclistas. Por ejemplo, en el grupo Desertores, se destaca que "quien tenía más la voz de mando era una mujer" (entrevistado 3), lo que pone de manifiesto la capacidad de liderazgo femenino dentro del grupo. Sin embargo, en el grupo Patos, se observa que la voz de mando recae principalmente en los hombres. A pesar de estas diferencias, se evidencia que en grupos que se forman a partir de los

concesionarios predominan los hombres en roles de liderazgo y esto se debe a que en su mayoría los dueños de estos locales son hombres.

En los grupos mixtos y que además admiten motocicletas que no sean de la marca Royal Enfield, se aprecia que los roles son independientes del género, con mujeres y hombres desempeñando funciones de liderazgo y compartiendo labores administrativas, como el capitán de ruta. En este contexto, los participantes expresan que no se asignan responsabilidades basadas en el género.

Se destaca que existe "una sinergia entre ambos géneros" (entrevistada 6), lo que implica que tanto hombres como mujeres colaboran en la planificación y ejecución de las actividades grupales. Regresando al grupo Desertores, donde los líderes son Mauricio y Diana, el entrevistado 7 menciona: "ahí los líderes son Mauricio y Diana, que son los que organizan los viajes, pero lo que yo veo es que Diana es como la matriarca, porque es la que siempre mira que hay que hacer, qué vamos a organizar" Mauricio destaca como la parte administrativa, el que está atento a que la información sea oportuna y que competa al grupo.

En la observación participante, lo que se pudo observar fue que Diana era la cara visible de la actividad. Tanto así que, al inicio se percibía a Diana como la única líder del grupo. Mientras avanzaba la rodada, apareció Mauricio en un rol más pasivo y asistencial, quien estaba atento a lo que requería Diana (su esposa) para organizar a las personas. Diana presentaba a los integrantes recién llegados con aquellos que llevaban más tiempo en el grupo; también dio la información pertinente respecto a cómo iba a transcurrir la rodada y las novedades acerca de esta.

Solo un entrevistado, perteneciente al grupo Royal Patos Medellín argumentó que, mientras los hombres asumen el rol de liderazgo, las mujeres son más activas en la comunicación. En Royal Ladies, no hay diferenciación por género, ya que todas son mujeres.

En el análisis sobre la percepción de los pilotos y copilotos, tanto hombres como mujeres dentro de los grupos, se observaron múltiples dimensiones, valores y actitudes que reflejan el papel y la integración de ambos géneros en estas dinámicas de grupo. Los hallazgos permiten identificar características específicas en función de si la persona es piloto o copiloto, así como ciertos matices en la relación de género.

La mayoría de los hombres pilotos son descritos como personas abiertas y colaborativas, como aventureros, tranquilos y con un fuerte sentido de camaradería, lo que se refleja en su disposición para compartir con los otros. Una frase que menciona el entrevistado 1 sobre los hombres pilotos, es que: “La mayoría son muy abiertos, son muy colaborativos”, lo cual sugiere una atmósfera de cordialidad en la que no existe agresividad ni conflictos de ego, sino que prevalece la libertad y una falta de imposición entre ellos, como lo menciona el entrevistado 4. El comportamiento de los pilotos masculinos es de ayuda mutua y de disfrute compartido, lo cual refuerza la sensación de hermandad que define al grupo.

El entrevistado 5, como piloto, menciona que hay una frase que se ve al interior de los grupos y es “yo no voy rápido, voy lejos”, lo que denota un enfoque en disfrutar el momento y la experiencia de la conducción, más allá de la prisa o la competencia. Los hombres pilotos suelen tener profesiones diversas y, dado que no conducen motos de velocidad, muestran una cierta afinidad por un estilo de vida tranquilo y responsable. Se valora que los pilotos masculinos son conscientes de qué tipo de moto manejan y se ajustan al comportamiento colectivo, manteniendo el respeto por las normas de tránsito y la seguridad durante los viajes.

La percepción de los hombres copilotos varía considerablemente. En la mayoría de los casos, se menciona que los hombres son familiares de los pilotos, como padres, abuelos o hijos. Estos copilotos no suelen tener motos propias o, en algunos casos, su moto está averiada, lo que les impide participar activamente como conductores. Se percibe a los

hombres copilotos como individuos que, en muchos casos, ya no pueden conducir debido a la avanzada edad, pero aún disfrutan del viaje como acompañantes. En palabras del entrevistado 4: "más que todo acompañantes familiares que a veces se les pegan a los hijos o al hermano las rodadas, pero que no tienen su moto".

Algunos copilotos masculinos, según afirmaciones de los entrevistados, suelen ser esporádicos en su participación, acompañando a los pilotos por invitación, pero no manifestando una verdadera pasión por el motociclismo. Algunos simplemente disfrutan del paisaje y prefieren no asumir la responsabilidad de conducir, como lo expresa la entrevistada 6: "me he encontrado con hombres que me dicen, yo disfruto mejor el paisaje, a mí no me gusta manejar, no me gusta pensar cómo voy a coger una curva".

Curiosamente, existe una percepción de incomodidad en algunos hombres cuando asumen el rol de copiloto, particularmente si el conductor es una mujer. Una entrevistada 10 menciona que los hombres copilotos reaccionan diferente "depende de quien conduzca. Si conduce una mujer o si conduce un hombre, porque cuando conduce la mujer y el copiloto es hombre, yo he notado que tienen como más miedo, o sea, como más inseguridad, como que van más atentos, pero si conduce otro hombre van relajados, eso sí he notado". Esto sugiere que, aunque los hombres copilotos aceptan este rol de forma esporádica, existe una cierta resistencia cultural o de género que afecta su experiencia.

Las mujeres pilotos son percibidas con admiración y respeto dentro del grupo. El entrevistado 3, las describe como "seguras al manejar las motos", independientes y decididas. El entrevistado 3 habla de las mujeres pilotos como mujeres que "no se dejan intimidar de actividades que comúnmente son peligrosas, como por ejemplo conducir una motocicleta". Una de las frases que destaca esta percepción, que fue mencionada por el entrevistado 5 es: "una piloto que se aventure a andar en moto es muy, muy valiente, pues muy berraca".

Según mencionan los entrevistados (hombres y mujeres) las mujeres pilotos rompen con el estereotipo de que ciertos tipos de motos, como las más pesadas o de alto cilindraje, no son apropiados para ellas. Su actitud se define por su capacidad de superarse y asumir nuevos desafíos, tanto en la conducción como en otros aspectos de su vida personal. Esto se refleja en la frase de la entrevistada 10 sobre lo que siente al conducir su moto: "si yo soy capaz con esa moto, puedo con todo", que más allá del conducir se convierte en un sentido de empoderamiento que trasciende la actividad del motociclismo.

Por otro lado, las mujeres copilotos son principalmente las esposas o novias de los pilotos. A menudo participan en las rodadas de forma eventual, por invitación de los conductores, y aunque no suelen tener motos propias, se aprecia en ellas una disposición aventurera. El entrevistado 5 reconoce que, para ser copiloto, "tiene que tener mucha confianza en la persona que va manejando", ya que dependen del piloto para su seguridad. Las copilotos, en palabras del entrevistado 4 son, aunque más reservadas en cuanto a tomar riesgos, también muestran valentía al confiar en el conductor y participar en estos viajes.

Algunas mujeres copilotos están en proceso de aprendizaje, visualizándose como futuras pilotos. Este proceso de transición refleja un deseo de superación y de asumir un rol más activo dentro del grupo. Sin embargo, también se percibe que, algunas copilotos pueden ser más pasivas o menos dispuestas a tomar decisiones, lo que podría estar vinculado a la dinámica de género dentro del grupo. La entrevistada 11 las definió como "pasivas, menos arriesgadas, a la espera que otros decidan por ellos. Aun teniendo un criterio, no lo exponen".

Los hallazgos muestran que tanto hombres como mujeres en roles de piloto o copiloto comparten valores como la aventura, la responsabilidad y la camaradería, aunque existen diferencias culturales y de género que influyen en la percepción y el comportamiento dentro del grupo como:

La percepción de valentía y determinación en las mujeres pilotos. Una de las diferencias más notables radica en la admiración que se expresa hacia las mujeres que asumen el rol de piloto. Culturalmente, el motociclismo ha sido visto como una actividad predominantemente masculina, lo que hace que las mujeres que deciden manejar una moto sean percibidas como más valientes o audaces que los hombres. Esto se puede ver en los comentarios de los entrevistados cuando adjetivan a las mujeres copilotos como "valiente" y "berraca" denota una cualidad extra de coraje en las mujeres pilotos, algo que no se menciona en la misma medida al describir a los hombres.

Este tipo de lenguaje apunta a que, desde una perspectiva cultural, se sigue viendo la conducción de motocicletas como una actividad desafiante para las mujeres, a pesar de que ellas demuestren ser igual de capaces. Esta diferencia en la percepción subraya la persistencia de estereotipos de género donde se considera que las mujeres que manejan motos de alto cilindraje rompen con las expectativas tradicionales.

Inseguridad de los copilotos hombres cuando la piloto es una mujer. Otra diferencia de género significativa es la forma en que algunos hombres copilotos perciben el hecho de ser copilotos en una moto conducida por una mujer. Un ejemplo claro es la observación que realiza por una de las entrevistadas (anteriormente citada) acerca de cómo cambia el comportamiento cuando un hombre es copiloto y la conductora es una mujer. Ella menciona su percepción y el contraste entre el miedo que manifiestan y que no es evidente cuando el piloto es hombre.

Aunque no se menciona explícitamente que las mujeres conduzcan de manera menos segura, el hecho de que los hombres se sientan más inseguros cuando la conductora es una mujer refleja un sesgo implícito. Esto podría estar relacionado con la idea socialmente construida de que los hombres son, por naturaleza, más hábiles en tareas que implican control

sobre un vehículo. Sin embargo, la entrevistada 12 presenta un contraste en el que las conductas de los copilotos no se encuentran relacionadas con el género sino con el hecho de ser humano, menciona “cuando son copilotos y saben manejar tienden a ser condescendientes y a no ser pacientes”.

El rol de los hombres copilotos que se sale de lo que culturalmente se espera. En cuanto a los hombres que asumen el rol de copiloto, se percibe una cierta incomodidad cultural al no estar en el rol de piloto. Esto se menciona en una cita donde un amigo del entrevistado 9 expresa su resistencia a llevar a otro hombre como copiloto: “Yo de parrillero⁴ no llevo un hombre, decía un amigo”. La negativa a que este sea un hombre representa una noción cultural de que el hombre debería estar manejando, no siendo copiloto. Este comportamiento subraya cómo los estereotipos de género influyen en la percepción del papel que los hombres deben desempeñar en el motociclismo, sugiriendo que existe una expectativa de que ellos deben tener el control.

Estereotipos físicos y su relación sobre las mujeres integrantes del grupo. En otro aspecto cultural, se mencionan comentarios que refuerzan la percepción de las mujeres pilotos no solo por sus habilidades, sino también por su apariencia física. El entrevistado 5 mencionó: “hay unas niñas muy lindas, pues físicamente muy lindas, otras no tan lindas, pero igual las acogemos”. Aunque esto no afecta directamente su habilidad como conductoras, refleja un sesgo cultural donde la apariencia física de las mujeres aún se menciona en contextos que no tienen relación con su desempeño, lo que no ocurre con los hombres. Este tipo de comentario ratifica cómo las percepciones culturales tradicionales sobre la belleza femenina persisten incluso en espacios que donde lo esperable sería centrarse en habilidades o actitudes.

⁴ El término parrillero se refiere al copiloto, quien se posiciona en la parte de atrás de la motocicleta.

3. Influencia de los estereotipos de género en la interacción grupal

En general, y después de entrevistar diferentes grupos en los que predomina la marca Royal Enfield podemos encontrar que esta, se caracteriza por un diálogo basado en la igualdad y el respeto, donde el lenguaje discriminatorio no tiene cabida. En este contexto, el entrevistado 7 menciona que “si una mujer necesita ayuda, se le ofrece apoyo de la misma manera que a un hombre, sin que esto se deba a una percepción de debilidad”. Sin embargo, se reconoce que las mujeres a veces pueden sentirse tratadas de forma distinta en otros grupos de motociclistas. Este sentimiento motivó la creación de Royal Ladies, un grupo donde, según la entrevistada 8, las mujeres pueden expresar sus experiencias y vivencias sin limitaciones: “Hay algunas mujeres que no se atreven a hablar por los otros grupos sobre sus experiencias y vivencias, pero en Royal Ladies lo hacen con total libertad”, señala la entrevistada.

En comparación, algunos entrevistados perciben que el comportamiento masculino cambia dependiendo de la composición del grupo. El entrevistado 9 comenta que “entre hombres tienden a ser más ‘patos’; cuando entra la mujer, son más caballerosos”. Este comentario ilustra cómo las interacciones pueden variar según el género predominante en el grupo. No obstante, en otros espacios, como indica la entrevistada 11, los hombres pueden desplegar discursos machistas, emitiendo comentarios como “que las viejas son brutas para manejar” o “las viejas no saben nada de mecánica, son brutas para la mecánica”. Este tipo de actitudes refuerza el argumento para la existencia de un grupo conformado exclusivamente por mujeres, como Royal Ladies.

A pesar de esto, la líder de uno de los grupos mixtos, entrevistada 10, indica que “en un inicio había diferencias en cómo se trataba a las mujeres, pero nunca de manera

despectiva”. Sin embargo, esto contrasta con las experiencias de algunas integrantes de Royal Ladies, quienes justifican la creación de su espacio como respuesta a la percepción de un trato condescendiente o desigual en los grupos mixtos.

El entrevistado 7 también subraya cómo las características individuales enriquecen al grupo: “la diversidad de habilidades y perspectivas permite una mejor organización y un ambiente inclusivo, donde todos pueden contribuir”. En esta línea, el entrevistado 9 menciona que “es poca la influencia desde el género; incluso la marca tiene mecánicas mujeres que se encargan de los ‘Do it yourself’. Se puede estereotipar por arraigo, pero no es común. Hay varias mujeres comentando en los grupos, pero nunca se excluyen. Se presentan debates que no estén enfocados al género”. Esto sugiere que el respeto y la cohesión se sostienen al enfocarse en las habilidades y experiencias más que en el género.

Los estereotipos de género no solo influyen en las interacciones dentro de los grupos de motociclistas, sino que también están presentes en la sociedad en general. La entrevistada 8, por ejemplo, comparte una experiencia donde una mujer le dijo “querida, te ves tan fea montada ahí en eso” mientras ella conducía su moto. Este tipo de comentarios refleja cuán profundamente arraigados están los estereotipos de género en la sociedad, que busca limitar lo que hombres y mujeres "deberían" hacer o ser.

Conclusiones

En conclusión, los hallazgos sobre la comunidad de motociclistas de alto cilindraje en Medellín revelan una realidad que, aunque no se encuentra muy arraigada en la comunidad

Royal Enfield, sigue siendo visible que, aún nos rigen muchos de los principios sociales que se encuentran bajo la caracterización de los estereotipos de género. Es también válido que ciertos grupos aún se adhieren a patrones tradicionales, con hombres ocupando los roles de liderazgo y toma de decisiones, otros, por el contrario, rompen con esas expectativas alejándose del criterio de género. Además, en sentido general se pone en manifiesto no solo una ruptura con lo tradicional, sino la capacidad de las mujeres de tener influencia en comunidades con asociaciones que tradicionalmente han sido habitadas en su mayoría por hombres.

La diferencia entre los grupos, por lo tanto, invita a reflexionar sobre lo maleables que son las normas de género y que depende del contexto social en el que se desarrollan. Royal Enfield, al crear una estructura que es menos dependiente del género y más flexible para basarse en la afiliación a la comunidad motera, parece adquirir una visión en la que las habilidades y la influencia no se construyen con base al género, sino a la personalidad y habilidades de los motociclistas. Estas diferencias resaltan la variedad que existe entre los miembros de la comunidad motera, pero también pone el foco sobre el desarrollo de estas dinámicas en otros grupos similares.

Desde la dimensión de la perspectiva de género, hay estereotipos en cuanto a la idoneidad de las mujeres para conducir motos de alto cilindraje que se pueden ver reflejadas en la inseguridad masculina percibida por las mujeres como reacciones condescendientes hacia la mujer piloto cuando ellos son los copilotos. También está el hecho de que aún se presenta sorpresa cuando un hombre va de copiloto, ya que, sin importar si la mujer o el hombre es piloto se tiene el arraigo de que siempre tiene que ir al mando.

Por otro lado, no se puede evitar mencionar que con las entrevistas realizadas se constata que siguen existiendo actitudes discriminatorias y comentarios machistas en varios

grupos mixtos. Así, se vuelve evidente que la creación de grupos exclusivos para las mujeres, que no solo actúa como un refugio, sino también una forma de empoderamiento dado que es posible compartir las experiencias, resolver dudas y desarrollar habilidades sin que se sientan juzgadas.

Este análisis plantea la necesidad de futuras investigaciones que profundicen en aspectos aún inexplorados. Entre las muchas preguntas sin respuesta que quedan, se destaca cómo se desarrollan estas dinámicas en comunidades de motociclistas fuera de Medellín o en otras ciudades, o en contextos donde los roles de género estén aún más claramente determinados. También podría ser revelador explorar si la edad, la clase o el nivel de experiencia en estos grupos configuran estas dinámicas, y cómo interactúan esos factores con las expectativas que se presuponen desde el género. Al igual que, la perspectiva de los grupos que manejen un tipo de motocicleta diferente.

Más allá de los hallazgos, lo que emerge de este análisis es la certeza de que las dinámicas de género en las comunidades de motociclistas no son homogéneas ni estáticas. La combinación de lo tradicional y lo contemporáneo abre una ventana para seguir investigando cómo aún no son aceptadas las identidades y los cambios que surgen con el paso del tiempo. Fomentar la inclusión y el respeto, sin olvidar las particularidades de unos y otros, será un factor crucial para garantizar que en general los grupos sigan desarrollándose en una dirección encaminada a la inclusión y la diversidad.

Limitaciones

Durante la realización de la presente investigación, surgieron varias limitaciones que impidieron un mayor alcance de los resultados. En primer lugar, se consideró incluir a otros motociclistas y miembros de comunidades de diferentes marcas de motocicletas. Sin

embargo, dado que la investigadora es propietaria de una Royal Enfield, fue posible acceder únicamente a los grupos relacionados con esta marca, aprovechando una conexión previa.

La participación en una rodada (observación participante) ayudó a generar confianza y facilitó la realización de las entrevistas. No obstante, el acceso a otras comunidades de motociclistas fue más complicado debido a que algunos de estos grupos son cerrados y exigen demostrar la propiedad de un vehículo de la marca para poder acceder a sus grupos, lo que redujo la diversidad de los participantes en la investigación.

Por otro lado, la recolección de datos presentó algunos retos logísticos. Si bien se había planificado realizar las entrevistas de manera presencial, el factor tiempo obligó a que se llevaran a cabo de forma virtual. Esto pudo haber afectado el nivel de interacción y la profundidad de las respuestas. Además, inicialmente hubo dificultades para acceder al grupo de mujeres motociclistas Royal Ladies, ya que fue necesario buscar intermediarias que pertenecieran o tuvieran contacto con alguna de las integrantes con el fin de facilitar el contacto.

A pesar de estas dificultades, una vez que las participantes entendieron el objetivo del estudio, se mostraron más abiertas a colaborar, lo que permitió que otras mujeres del grupo también se unieran a la investigación.

Referencias

- Adorno, T. et al., (1950). The authoritarian personality. New York: Harper & Row.
- Allport, G. (1954). The nature of prejudice. Reading, MA: Perseus Book Publishing.
- Aristóteles (322, a. de C.). Política.
- Arroyo, A. & Alvarez, M. (2018). Violencias cotidianas: perspectivas situadas desde las experiencias de niñas y mujeres en el municipio de Medellín, Colombia
<https://www.redalyc.org/journal/2933/293362739007/>
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (2017). Las motocicletas en Colombia: aliadas del desarrollo del país. Estudio del sector.
<http://www.andi.com.co/Uploads/LasMotocicletasEnColombia.pdf>
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (2024). Las motocicletas en Colombia: aliadas del desarrollo del país. Estudio del sector.
[https://www.andi.com.co/Uploads/Estudio%20-%20Las%20Motocicletas%20en%20Colombia%20Aliadas%20del%20desarrollo%20del%20pa%C3%ADs%20-%20V17%20Final%20Design%20\(Lowered%20case\).pdf_compressed.pdf](https://www.andi.com.co/Uploads/Estudio%20-%20Las%20Motocicletas%20en%20Colombia%20Aliadas%20del%20desarrollo%20del%20pa%C3%ADs%20-%20V17%20Final%20Design%20(Lowered%20case).pdf_compressed.pdf)
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (2024). Boletín: Registro de motocicletas nuevas en Colombia.
<https://andi.com.co/Uploads/09.%20Informe%20Motocicletas%20ANDI-FENALCO%20-%20Septiembre%202024%20-%20V2.pdf>
- Auné S. et. al., (2015). Conducta prosocial y estereotipos de género.
https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/56202/CONICET_Digital_Nro.8eca2

[ee2-32f1-46d9-b168-9e7afabfb104_D.pdf?sequence=5&isAllowed=y](#)

Blake & Mouton (1982) Training and Development Journal

Blankenship, P. (2013). Gender, Style, Technology: The Changing Landscape Of Motorcycle Culture. <https://rc.library.uta.edu/uta-ir/handle/10106/24172>

Borstlap H. & Saayman M. (2018). Is there difference between men and women motorcyclists? <https://actacommercii.co.za/index.php/acta/article/view/526/792>

Brigham, J. C. (1971). Ethnic stereotypes. Psychological Bulletin, 76, 15-38.

Brown, R. (1995). Prejudice: Its social psychology. Oxford: Blackwell.

Conceptos psicológicos. (2020). Relaciones intergrupales. Recuperado de https://psicologosenlinea.net/301relacionesintergrupales.html#Revistas_academicas

Constantine C. & Nash B. (Guionistas). (1999). Maravillas Modernas: motocicletas [Documental]. Al Roker Productions.

Coquelet, C. (2019). Conformity to gender stereotypes, motives for riding and aberrant behaviors of French motorcycle riders. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13669877.2018.1454494?src=recsys>

Dolores, E. & Domínguez, R. (2013). Diseño del marco de una motocicleta. Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica. <https://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/12635/1/1936%202013.pdf>

Fernández, M. (1999): Aspectos positivos y negativos del conflicto. En J. F. Morales y S. Yubero (coord.), El grupo y sus conflictos (pp. 25-46). Cuenca: Eds. de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Fiske, S. T., et al., (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.

Giraldo, D. et. al., (2011). Influencia de los estereotipos de género en el área contable en las grandes empresas de Medellín. *Contaduría Universidad De Antioquia*, (58-59), 197–231. <https://doi.org/10.17533/udea.rc.14636>

Gonzalez, B. (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Revista de psicología social*, 14(1), 95-108. <https://www.redalyc.org/pdf/158/15801212.pdf>

Katz, D. & Braly, K. (1933). Racial stereotypes of one hundred college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28, 280-290.

Katz, D. & Braly, K. (1935). Racial prejudice and racial stereotypes. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 30, 175-193.

Leyens, J. P., Yzerbyt, V. & Schadron, G. (1994). *Stereotypes and social cognition*. London: Sage.

Marshall, C., & Rossman, G. B. (1995). *Designing Qualitative Research*. London: Sage Publications. <https://doi.org/10.4236/jss.2018.63007>

Martin, D. et. al., (2006). Claiming the Throttle: Multiple Femininities in a Hyper-Masculine Subculture.

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10253860600772206?src=recsys>

Martínez, M. (2005). El Método Etnográfico de Investigación. https://uis.edu.co/wp-content/uploads/2022/09/13_Investigacionetnografica.pdf

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.

Moreno, D., et. Al., (2022). Estereotipos de género en la escuela: estudio de caso con maestras de secundaria, Antioquia-Colombia

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8543499&orden=0&info=link>

Montoya-Robledo, V. et. al., (2020) Gender stereotypes affecting active mobility of care in Bogotá.

https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S136192092030657X?casa_tok=en=dTO-DuLFvDgAAAAA:-daLFRSf20YXTXw62B3VFad5m7yclitMqaeJLw1tvUdPf4voUg7QgaXibwEh7DJdL Lw6rU268Q

Oakes, P., Haslam, A. & Turner, J. C. (1994). Stereotyping and social reality. Oxford: Blackwell.

Puig, M., et al., (2012). Necesidades humanas: evolución del concepto según la perspectiva social. Revista de Trabajo Social, (16), 47-57.

<https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950250005.pdf>

Real Academia Española. (2006). Estereotipo. En Diccionario de la lengua española.

<https://www.rae.es/desen/estereotipo>

Roster, C. (2007). “Girl Power” and Participation in Macho Recreation: The Case of Female Harley Riders <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01490400701544626>

Sánchez, C. (2014). Psicología de los grupos. Teorías, procesos y aplicaciones. Editorial McGraw-Hill.

Smith Castro, V. (2006). La psicología social de las relaciones intergrupales: modelos e hipótesis. Revista de Psicología, 21(2), 261-282.

<https://www.redalyc.org/pdf/1332/133212642003.pdf>

Tajfel, H. (1981). Human groups and social categories: Studies in social psychology.
Cambridge: Cambridge University Press.

Tajfel, H. (1984). Grupos humanos y categorías sociales. Herder.

Tajfel, H., et al, (1971). Social categorization and intergroup behavior. European Journal of
Social Psychology, 1(2), 149-178.

Thompson, W. (2011). Don't call me "biker chick": Women motorcyclists redefining deviant
identity. Journal of Contemporary Ethnography, 39(3), 281-306.

<https://doi.org/10.1177/0891241609348112>

Varela, Itziar. (2020). Los 8 Tipos de Estereotipos y sus Características. Lifeder. Recuperado
de <https://www.lifeder.com/tipos-de-estereotipos/>

Vasquez, A. (2012). Representaciones sociales, inclusión de género y sexo en los juegos
recreativos tradicionales de la calle de Caldas-Antioquia, Colombia

https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07052012000400020

Anexo 1

Consideraciones éticas y consentimiento informado

A continuación, se plantean las consideraciones éticas, procedimentales y consentimiento informado que, antes de aplicar los instrumentos, se le dará a conocer a cada uno de los participantes:

Usted está siendo invitado(a) a participar en un estudio de investigación sobre los estereotipos de género intergrupales en la comunidad de motociclistas de alto cilindraje en Medellín, Colombia. El objetivo de este estudio es describir los estereotipos de género intergrupales de la comunidad de motociclistas de alto cilindraje de Medellín sobre las mujeres conductoras y asimismo tiene miras académicas e investigativas.

La información recopilada será tratada de manera confidencial. Todos los datos se analizarán de forma conjunta y se presentarán de manera que no sea posible identificar a participantes individuales. La participación en este estudio no presenta riesgos significativos.

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. En cualquier momento durante el estudio, puede optar por retirarse sin consecuencias negativas. Su decisión de participar o no participar no afectará su relación con la investigadora ni con la comunidad de motociclistas.

Al aceptar participar en este estudio, doy mi consentimiento para que la investigadora principal recopile y analice la información relevante para los fines de la investigación.

Entiendo que mi participación es voluntaria y que puedo retirarme en cualquier momento sin consecuencias. He recibido una copia de este formulario para mi referencia.

Firma: _____ **Fecha:** _____

Anexo 2

Formato de diario de Campo

Fecha:
Hora de inicio y fin:
Lugar:
Condiciones ambientales:
Descripción del escenario:
Descripción del grupo:
Observación de las dinámicas grupales
Interacciones generales:
Roles de género:
Lenguaje y comunicación:
Incidentes críticos
Incidente 1:
Reflexión:
Incidente 2:
Reflexión:
Incidente 3:
Reflexión:

Síntesis del día:
Preguntas o dudas surgidas:

Anexo 3

Guía de entrevista

Nombre:

Edad:

1. ¿A cuál o cuáles grupos de motociclistas perteneces y hace cuánto? ¿Cuál de ellos consideras como el grupo principal? ¿Por qué?
2. ¿Cómo describirías la composición de tu grupo en cuanto a género, edad, y ocupación?
3. ¿Qué características o valores crees que comparten la mayoría de los miembros de tu grupo?
4. ¿Hay roles o funciones específicas que desempeñan hombres o mujeres en tu grupo? ¿Puedes darme algunos ejemplos?
5. ¿Consideras que hay alguna diferencia en la manera en que se trata a hombres y mujeres dentro de tu grupo? Por favor, ilustra tu respuesta con algún ejemplo o situación que te haya tocado vivir.
6. ¿Qué características consideras que tiene las mujeres conductoras del grupo?
7. ¿Qué características consideras que tiene las mujeres que no son conductoras del grupo?
8. ¿Qué características consideras que tienen los hombres conductores del grupo?

9. ¿Qué características consideras que tienen los que no son conductores del grupo?
10. ¿Consideras que las características específicas de hombres y mujeres afectan positivamente al grupo? ¿De qué manera?
11. ¿Consideras que las características específicas de hombres y mujeres afectan negativamente al grupo? ¿De qué manera?
12. ¿De dónde crees que provienen las tradiciones que tu grupo tiene en particular? ¿Qué consideras parte de la cultura?
13. ¿Consideras que las tradiciones o la cultura favorecen o limitan la comunicación entre los que pertenecen al grupo? ¿Crees que existe alguna tensión debido a esto? Cuéntame algunos ejemplos.
14. Considerando que los estereotipos atribuyen características positivas o negativas a hombres y mujeres, como por ejemplo percibir a las mujeres como cálidas, pero menos competentes y a los hombres como competentes, pero menos sensibles, ¿has presenciado alguna situación en la que estos estereotipos de género hayan influido en la toma de decisiones dentro del grupo? Por favor, describe la situación.
15. ¿Cómo describirías la percepción que tienen los hombres de tu grupo sobre las mujeres que manejan motocicletas?
16. ¿Crees que las mujeres motociclistas son tratadas de manera diferente en otros grupos de motociclistas que conoces? ¿De qué manera?
17. ¿Qué diferencias percibes entre la forma en que se trata a las mujeres en tu grupo comparado con otros grupos? Ejemplifica.
18. ¿Consideras que los estereotipos de género afectan la interacción entre diferentes grupos de motociclistas?

19. ¿Cómo te sientes al ser parte de tu grupo de motociclistas?

20. ¿Cambiarías algo respecto a la forma de comunicarse, interactuar o actuar en tu grupo? ¿Qué? ¿Por qué?