

EL ESTEREOTIPO DE “SER MUJER” EN LAS ESTUDIANTES DE PSICOLOGÍA

Patiño Tovar Hilda*, Valderrama Hernández Roberto*, José Luis Rodríguez Sánchez*, Alejandro Cortés Patiño**

*Facultad de Psicología, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, en Puebla, México.

patinotovar@yahoo.com.mx, roberto.valderrama623@gmail.com, jrodsan@hotmail.com

** Universidad Iberoamericana – Puebla, cortespatinho@outlook.com

INTRODUCCION

El movimiento feminista, a partir de su inicio hace casi un siglo, ha encontrado su espacio no sólo en los ámbitos intelectual y académico, sino también en el político, lo cual ha propiciado su difusión en distintos sectores de la sociedad, generando mucha información a través de la publicación de libros, artículos en revistas, congresos internacionales, programas culturales y de gobierno, por lo que se puede considerar que las estudiantes de la carrera de psicología han tenido acceso a la información sobre el tema, y aunado a esto, la propia disciplina les permite comprender la forma en que se construyen significados a partir de la realidad. Sin embargo, esto en ningún momento supone un cambio interno, pues lo cultural pesa y es aquí en donde se reproducen las formas de ver la realidad.

En todas las culturas el proceso de “ser hombre” y “de ser mujer” se construye socialmente, desde el nacimiento (la familia, la comunidad, las instituciones), y se va fortaleciendo con el tiempo a través de los medios masivos de comunicación. Así nos encontramos con un deseo social de cómo deben ser los hombres y cómo deben ser las mujeres. Para Cazés (2005, p. 90) este deseo social induce a los hombres, al “conocimiento, la fortaleza, la autonomía económica, el desarrollo personal, la autoafirmación. En cambio a las mujeres las encierra en la sumisión, la ignorancia, la debilidad, la pobreza, la dependencia”.

Schnaith (en Lamas, M., Sall, F., 2003) propone tres definiciones de cultura que permiten entender la situación social de la mujer en un ámbito en el que han predominado los valores culturales de la masculinidad (p. 46). Esas definiciones son, a saber: a) la cultura como experiencia vivida, b) la cultura como dimensión consciente de la vida y c) la cultura como dimensión no consciente de la vida. La primera hace obvio como, en diferentes momentos de la historia, el lugar cultural de la mujer siempre giro en torno a satisfacer las necesidades del hombre (sexuales, domésticas y reproductivas). La segunda nos permite entender “las construcciones ideales” de categorizaciones vigentes en cada sociedad (op. cit. P.53). En la última es en donde se ponen en acción esas construcciones de significados compartidos, por ejemplo, el ser mujer y el ser hombre.

Ciertamente el ser mujer, se aprende desde que ésta nace, las mujeres adultas de la familia se encargan de ir introduciendo a las pequeñas en esas construcciones de significados compartidos, como son la forma en que deben verse a sí mismas y, socialmente, lo que se espera de ellas conforme vayan creciendo. Su educación gira en torno a los hombres, “gustarles, serles de utilidad, propiciar que las amen y honren, educarlos cuando son jóvenes, cuidarlos de mayores, aconsejarles, consolarlos, hacer que la vida les resulte agradable y grata, tales son los deberes de las mujeres en todos los tiempos” (Lipovetsky, 1999, p. 19). También es en el hogar donde aprenden todo lo relacionado con la feminidad, como, su identidad sexual. Tubert hace referencia a la propuesta de Chodorow (en Lamas, Saal, 2003, p. 148) en la que sitúa la subordinación psíquica de la mujer en la crianza de los niños. Al ser la madre la encargada de la crianza, ésta ve como una prolongación de sí misma a la hija (no así a su hijo) por lo que a través del juego y sus juguetes ira enseñando a su hija su papel, que corresponderá al “ideal de mujer” acorde a las expectativas culturales. Tubert critica esta posición en el sentido de que se está dejando de lado el que los papeles parentales son un constructo también histórico (op.cit. p. 149).

A partir de las interacciones sociales que las personas entablan con otras personas, van adquiriendo categorías cognitivas que emplean a fin de codificar la información que obtienen y que son compartidas socialmente. Estas categorías reciben el nombre de estereotipos, que cumplen con algunas funciones, como facilitar la selección de información relevante, lo que contribuye a agilizar las interacciones. Además, son socialmente compartidos y sirven para explicar la realidad (Gómez, 2007, pp. 214)

Cada cultura establece sus estereotipos a partir de las dimensiones descriptivas y las dimensiones prescriptivas para mujeres y hombres. Los estereotipos que nos interesan en este trabajo son los de género, ya que se relacionan con las creencias socialmente compartidas sobre las características que se les atribuyen a mujeres y hombres, mismas que los definen y que además son socialmente deseables (dimensión descriptiva). Pero también establece el comportamiento que mujeres y hombres deben tener (dimensión prescriptiva) (Cuadrado, 2007, pp. 245pp. 247). Son estas dos dimensiones las que nos interesa conocer.

Se parte de la siguiente Hipótesis:

A pesar de la difusión de nuevas formas de ver a la mujer, en las jóvenes estudiantes prevalecen los estereotipos culturales del sistema patriarcal.

OBJETIVO

Conocer si en las jóvenes estudiantes prevalecen los estereotipos de “ser mujer” establecidos por el sistema patriarcal o si éstos han sufrido algún cambio.

MÉTODO

Se usó el método cuantitativo a un nivel descriptivo. Hernández Sampieri (2010) considera que este método tiene las siguientes características:

- Se encarga de medir fenómenos observables.
- Tanto la recolección como el análisis de los datos se llevan a cabo por medio de técnicas estadísticas.
- La hipótesis se genera antes de la recolección y el análisis de los datos.
- El investigador debe llevar a cabo los siguientes pasos dentro de este enfoque de investigación: planteamiento del problema, revisión de literatura, construcción del marco teórico, hipótesis, someter a prueba dicha hipótesis por medio de diseños de investigación apropiados, recolección de datos, comprobación de la hipótesis.
- Principio de causa-efecto.
- Debe ser lo más objetiva posible.
- Intenta controlar el entorno en el que ocurre la investigación, para evitar que las variables externas afecten el resultado del mismo.
- Considera que la realidad es un hecho externo al individuo e independiente del mismo.
- Su proceso es deductivo, secuencial y probatorio.
- La validez y la confiabilidad de los datos obtenidos dependerán del principio de representatividad y cuál rigurosamente se hayan seguido los pasos de la investigación.

Siendo un trabajo descriptivo, el interés es recoger información con la finalidad de establecer si las jóvenes estudiantes han ido cambiando el estereotipo dominante de “ser mujer”. Esto se logrará por medio de la aplicación de un cuestionario en el que deberán escribir las características tanto de la dimensión descriptiva, como de la dimensión prescriptiva de los estereotipos de género. El cuestionario estuvo integrado por 8 preguntas. Las preguntas 1 a 4 se enfocan a la dimensión descriptiva, a través del conocimiento de los juegos y juguetes de su infancia y como describirían a la mujer y sus sentimientos. Las preguntas 5 a 8 se enfocan a la dimensión prescriptiva, encaminadas a conocer lo que socialmente se espera de ellas en cuanto a su comportamiento, expectativas profesionales y personales. La muestra la integraron 92 mujeres entre 18 y 21 años.

RESULTADOS

Dimensión descriptiva: el 98 % de la muestra tuvo juegos y juguetes relacionados con la mujer madre–ama de casa, o sea muñecas, jugar a la comida, etc. En cuanto al aspecto afectivo, las características que la muestra expresa tienen que ver con la emotividad, la expresividad y la sensibilidad.

Dimensión prescriptiva: El 10% de la muestra no respondió ninguna de las cuatro preguntas de esta parte. El 90% respondieron que el comportamiento deseable es que sean protectoras, sensibles, comprensivas, afectivas, lo cual coincide con el establecido por la cultura tradicional. Con respecto a las actividades que consideran más propias de la mujer, el 72.8% respondieron que las domésticas, las de madre y las que no impliquen fuerza física. El 17.4% respondieron que todas las actividades. En cuanto a las profesiones más adecuadas para las mujeres, 30.8% escogieron aquellas que tienen que ver con cuidar, educar y que no impliquen fuerza física (maestras, enfermeras, doctoras, estilistas, psicólogas), 59.2% todas, y el 10% no respondió. A la pregunta de la mejor forma de realización de la mujer, el 56.5% respondieron que alcanzar metas y

objetivos personales y profesionales, 20.6% casarse y tener hijos, 13% ser independientes, 10% no respondió.

CONCLUSIÓN

En los años sesenta surgieron varios movimientos contra-culturales, entre ellos el feminismo, el cual enfrentaba al sistema patriarcal en búsqueda de mayor equidad para las mujeres, a partir de cuestionar los valores tradicionales y su papel social (Montesinos, 2002, p.104). Lo anterior aunado a las crisis económicas (entre otros aspectos) les ha permitido a las mujeres salir del espacio privado en donde se les había encerrado, para participar en el espacio público que se consideraba exclusivo del hombre. Su incorporación al mundo laboral les ha exigido mayor preparación profesional, lo que a su vez se ha traducido en ocupar puestos de toma de decisiones con mejores salarios y por lo tanto les ha brindado independencia y autosuficiencia.

Pero, aunque la situación económica de las mujeres ha cambiado con mucha rapidez, la cultura lo hace lentamente (Bell, en op.cit) y por esa razón encontramos que las jóvenes mujeres desde su infancia fueron educadas para responder a las características establecidas para su identidad genérica dentro de la cultura tradicional, es decir, a través del juego y sus juguetes se les fue condicionando su dimensión descriptiva, al papel de mama-ama de casa, junto con la afectividad necesaria para cumplirlo, como son el amor, la ternura, la comprensión, etc. Aunque en la dimensión prescriptiva, encontramos por un lado, un cambio en cómo se ven a sí mismas, como seres independientes y fuertes, expresando que la mejor manera de realización es el de alcanzar sus metas y objetivos, antes de vivir “para otros”, por otro, consideran que el comportamiento y las actividades más propias para las mujeres son aquellas que corresponden a su papel tradicional, la mujer comprensiva, sensible, amorosa que cuida su hogar y sus hijos. Por lo que podemos concluir que aunque la identidad genérica de la mujer ha sufrido cambios en la nueva forma de verse, aún enfrenta a culturas tradicionales que se resisten al cambio y siguen reproduciendo el sistema patriarcal.

BIBLIOGRAFIA

Cazés, M. Daniel (2005) *La perspectiva de Género*. México: Ed. Conapo- UNAM

Cuadrado G, Isabel (2007) *Estereotipos de Género*, En: Morales, Moya, Gaviria, y Cuadrado, (Coords) *Psicología Social*, 3ª Edición. España, Cap. 9, Ed. McGraw – Hill. Pp. 213-241.

De Beauvoir, Simone (2012) *El segundo sexo*. Ed. Random House Mondadori, S.A. México, D.F.

De Miguel, A. (2005) *Los feminismos a través de la historia*, artículo tomado de Celia Amorós (comp.) *10 palabras clave de feminismo*, Asociación de Padres de Familia Separados: En: www.apfsasturias.org/feminismo.htm consultado el 20 de enero de 2012

Gómez Jiménez, Ángel, (2007) *Estereotipos*, En: Morales, Moya, Gaviria, Cuadrado (coords.) *Psicología Social*, 3ª Edición. España, Cap. 8, Ed. McGraw – Hill. Pp. 213- 241.

- Hernández S, Roberto, Fernández C. Carlos, Baptista L. Pilar (2010) *Metodología de la investigación*. 5ª Edición, Ed. McGraw-Hill, México, D.F.
- Ladi, L. M. (1989) *Para acercarnos hay que alejarnos, o sea caminar en dirección contraria*, en El problema es la norma, enfoques liberadores sobre sexualidad y humanismo. Colombia: Ed. Prensa Colombiana. Pp. 145-161.
- Lamas, M. (2006) *Feminismo*. México: Ed. Taurus.
- Lamas, M, Frida Sall. Coord. (2003) *La bella (in)diferencia*, XXI Siglo Veintuno Editores, México.
- Lipovetsky Gilles (1999) *La tercera mujer*, Ed. Anagrama, Colección Argumentos, Barcelona.
- Millet, K., (1995) *Política Sexual*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Montesinos, Rafael (2002) *Las rutas de la masculinidad. Ensayos sobre el cambio cultural y el mundo moderno*. Editorial Gedisa S.A. España.
- Rodríguez, A., (1991) *Psicología Social* Ed. Trillas, 4ª Edición, México.
- Tinat, Karine, Coord. (2011) *La Herencia Beauvoir*. El Colegio de México, México.