



139
2 ej'

Universidad Nacional Autónoma de México

FACULTAD DE PSICOLOGIA.

PERCEPCION SOCIAL HACIA LA MUJER
CON PUESTOS DE MANDO

TESIS PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN PSICOLOGIA
P R E S E N T A
BLANCA ESTELA PORTALES GARGES

1 9 8 5



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

I N D I C E

	Pág.
INTRODUCCION	1
CAPITULO I. INFLUENCIA DE LA CULTURA EN NUESTRA PERCEPCION.	
1.1 El individuo, la cultura y la sociedad	5
1.2 Subsistemas de la cultura	11
1.3 México, país de aculturación	14
1.4 Esteretipos tradicionales	20
CAPITULO II. PERCEPCION SOCIAL.	
2.1 Definición del concepto	27
2.2 Posición, estatus y rol	31
2.3 Esteretipos, actitudes y expectativas	33
2.4 Dimensiones de la causalidad social	35
2.5 Empatía	36
2.6 Habilidad para juzgar a la gente	36
CAPITULO III. FUNCIONES EJECUTIVAS Y LIDERAZGO.	
3.1 Marco en el que se dan las funciones ejecutivas	37
3.2 El proceso administrativo	39
3.3 Características del líder	40
3.4 Orientaciones teóricas sobre la eficacia del liderazgo ...	42
3.5 El líder como modelo	46
CAPITULO IV. TECNICAS PARA MEDIR LA PERCEPCION SOCIAL HACIA LA MUJER CON PUESTOS DE MANDO	48
4.1 Efectos del lenguaje sobre nuestra percepción social	48
4.2 Diferencial semántico	49
4.3 Análisis de contenido	53
4.4 Aplicaciones	55
4.5 Características	56

CAPITULO V. INVESTIGACION DE CAMPO

5.1 Planteamiento del problema	60
5.2 Muestra	61
5.3 Procedimiento	62
5.4 Expectativas	63
5.5 Obtención de Resultados	64
5.6 Resultados de datos generales	65
5.7 Resultados del Análisis de Contenido	70
5.8 Resultados del Diferencial Semántico	73
CONCLUSIONES	87
GLOSARIO DE TERMINOS	90
BIBLIOGRAFIA	93
ANEXO	97

I N T R O D U C I O N

I N T R O D U C C I O N

Peter Drucker, teórico de la administración, señala en su libro La Gerencia de Empresas que las organizaciones de trabajo sólo podrán sobrevivir, si logran la eficiencia en la persona que dirige a los demás. Y como la participación de la mujer en el trabajo se ha ido extendiendo a todos los niveles, incluyendo el ejecutivo, es necesario conocer cómo se le está percibiendo en el ámbito laboral.

El presente estudio contribuye al desarrollo de la mujer, detectando a través del análisis y descripción de las variables más significativas cuál es la percepción social que se tiene de ella cuando ocupa puestos de mando. La información que nos brindan este tipo de estudios permite la superación y el mejoramiento de los programas que se destinan a la formación de los recursos humanos de un país.

Entre los criterios que guiaron el desarrollo del tema, así como su elección tenemos:

- a) Que debido a la gran movilidad social de nuestros días, la participación de la mujer en actividades económicas, políticas, sociales y científicas es cada vez mayor.
- b) Que poco más del 50 % de la población mundial está constituido por mujeres; representando potencialmente, fuerza de trabajo con una tendencia constante a incrementarse e incorporarse a la población económicamente activa.

- c) Debido a este incremento de la mujer en la población económicamente activa, también aumentan las oportunidades para que participe en todos los niveles organizacionales y se le brinde la oportunidad de ascender a puestos de mando.
- d) Debido a que México es un país en vías de desarrollo (dentro del marco capitalista), es un país con un sistema económico de competencia, en el que la calidad y desempeño de quien dirige determina el éxito de la organización.
- e) Integrando los cuatro criterios anteriores, podemos afirmar, que mediante el proceso de percepción social hacia la mujer que ocupa puestos de mando podremos obtener datos e información del medio social que evalúa y juzga el rol de jefe en la mujer.

El estudio consta de cinco capítulos:

Capítulo I: Influencia de la Cultura en nuestra Percepción.

Aquí, se subraya la influencia que tiene la cultura, a través de sus subsistemas, para moldear ciertos rasgos a la personalidad del hombre y de la mujer. Se analizan los valores que sustentan a nuestra cultura mexicana, así como el continuo proceso de acomodamiento de nuestra sociedad.

Capítulo II: Percepción Social.

Los teóricos del comportamiento han encontrado que el ser humano en sociedad, aprende normas y valores que

condicionan las actitudes y el comportamiento de cada uno de sus integrantes. De ahí, que en este segundo capítulo revisemos algunos conceptos que sustentan el Proceso de la Percepción Social, como son los estereotipos que la sociedad utiliza para caracterizar a cada individuo, los roles que desempeñan, las actitudes que se atribuyen a cada rol social, lo que la sociedad espera de cada persona; así como la empatía y la habilidad que adquirimos para juzgar a los demás.

Capítulo III: Funciones Ejecutivas:

En este capítulo, describimos el marco organizacional en el que se dan las funciones administrativas dentro de los puestos de mando. Se analizan, brevemente, las fases del proceso administrativo como la Planeación, Organización, Integración, Dirección y Control, considerándolas como estrategias de intervención de un jefe para coordinar y optimizar los recursos técnicos, materiales y humanos con los que cuenta toda organización.

También se analizan las características de un líder y las teorías que existen al respecto.

Capítulo IV: Técnicas para medir la Percepción Social hacia la Mujer con Puestos de Mando.

En base al contenido de nuestra investigación, se decidió emplear como técnicas de medición al Diferencial Semántico y al Análisis de Contenido; ya que para conocer la Percepción Social que tienen las

personas por los demás, se utiliza el lenguaje como medio para explicar nuestro entorno.

En este capítulo se describen los efectos del lenguaje en nuestra percepción, ya que el ser humano representa a todo objeto que le rodea y al mundo en el que habita mediante palabras que lo simbolizan. El significado de las palabras, como patrones esquemáticos, que nos dan seguridad y apoyo para interactuar con los demás nos permiten convivir adecuadamente en sociedad, de tal modo que juzgamos y evaluamos su comportamiento a través del significado de las palabras.

Capítulo V: Investigación de Campo.

Aquí describimos el tipo de investigación que llevamos a cabo para obtener información sobre el Proceso de Percepción Social hacia la mujer con puestos de mando en México. Se describe el procedimiento que seguimos, así como el tipo de muestra que se eligió, tipo de cuestionario, interpretación de resultados y conclusiones.

Al final del trabajo, se incluyen glosario de términos y bibliografía que se utilizó para el desarrollo del estudio.

CAPITULO I

INFLUENCIA DE LA CULTURA EN NUESTRA PERCEPCION

CAPITULO I

INFLUENCIA DE LA CULTURA EN NUESTRA PERCEPCION:

1.1 El Individuo, la Cultura y la Sociedad.

Definiremos a la cultura como el conjunto de conocimientos, valores y creencias que aprendemos como miembros de un grupo social y que dan sentido a nuestra vida. Todo lo que pensamos y sentimos, está condicionado por la cultura, que a través de sus subsistemas como el Ideológico, Sociológico y Tecnológico van conformando nuestro modo de ser.

Desde que nacemos estamos expuestos a una variedad infinita de factores que van imprimiendo ciertos rasgos a nuestra personalidad. Las actitudes, creencias, juicios de valor, etc., que existen en un momento determinado se perpetúan a través de nuestra familia y de generación en generación. La influencia de factores económicos, políticos y sociales, tienden a modificar dichas estructuras.

Estos sistemas de valor que nuestra sociedad sostiene y que implican ciertas actitudes y creencias sobre la vida humana son unos de tantos elementos que se perfilan para la división del mundo en sexos y que subrayan el tipo de actividades que un hombre o una mujer deben desempeñar.

Remontándonos en el tiempo, encontramos en las culturas ancestrales como la China que ya se habían concebido los principios masculino y femenino, Yang y Ying respectivamente. Según esta fórmula, los hombres son activos, las mujeres, intuitivas; a los hombres les interesan los objetos y las ideas. A las mujeres, la gente y las emociones o sentimientos. Varios investigadores como Anastasiow, Moore, Erickson, etc.

han realizado experimentos que demuestran cómo los niños utilizan y escogen juguetes con los que construyen escenas al aire libre, en donde la acción y la confrontación juegan un papel importante; en cambio las niñas al jugar, - prefieren los interiores, juegan a que son las madres de sus muñecas y se -- sirven el té unas a otras, o tocan el piano, etc. A través de estos expe - rimentos, podemos observar como estas tendencias aparecen ya desde la infan - cia y al parecer son bastante constantes. Además, cabe hacer la mención de = que estas tendencias representan un esquema en el que existe un modelo a imi - tar, es decir, los niños y niñas imitan a sus padres o personas adultas con las que conviven diariamente y que hacen referencia a un mundo del hombre y el lugar de la mujer en este mundo. Todos estos comportamientos aprendidos prevalecen debido a que sugieren control sobre la vida, al prometer una ex - plicación del cómo se unen los acontecimientos que nos salen al paso, a la - vez que dan sentido a nuestras vidas.

"La Sociedad en diversas maneras ha tejido una serie de ideas con el -- fin de dar sentido a nuestra existencia, y una de ellas ha sido la diferencia basada en el sexo. La sociedad sigue dando atributos psicológicos a cada - sexo, sigue asignando diferentes obligaciones y estilos de vida a hombres y mujeres, respectivamente, pues supone que unos y otros tienen diferentes ap - titudes morales, sociales e intelectuales, así como diferentes capacidades - físicas": (1)

Sin embargo, no podemos negar que en nuestros días, una minoría de nota - bles mujeres como Isabel I de Inglaterra, Marie Curie, Florencia Nightingale, Maria Montessori, Rosario Castellanos, etc., contradicen lo anterior. Mino - ría que no ha podido aumentar, en virtud de que la sociedad ha -- proyectado la imagen del hombre como triunfador y que por lo mismo no pro --

1) Janeway, Elizabeth. EL LUGAR DE LA MUJER EN EL MUNDO DEL HOMBRE. México, Extemporáneos, 1973, p. 10

picia el aumento de este reducido grupo; incluso en el aspecto físico podemos afirmar y confirmar, a través de la observación, cómo la mujer ha demostrado que puede trabajar durante largas jornadas, que demandan de ella una gran resistencia y esfuerzo físico.

Estas obligaciones y estilos de vida que se atribuyeron al hombre y a la mujer se propagaron mediante la cultura, a través de la imitación y la educación que tienden a uniformar el comportamiento de cada uno de los miembros que integran un núcleo social.

A la imitación la podemos concebir como la producción o reproducción que hacemos de los sonidos articulados o de las acciones que vemos en otras personas que son significativas para nosotros. El niño y la niña al observar a su padre y a su madre reproducen total o parcialmente el tipo de conducta que realizan y se van identificando de acuerdo con su mismo sexo, perpetuando de esta manera los modelos tradicionales.

La imitación se puede dar de dos maneras diferentes: en forma lógica o extralógica. La primera se refiere a las ventajas que se obtienen por imitar al modelo, por ejemplo; si mi madre es hacendosa y ordenada, y yo la imito, tendré ventajas en el desempeño de todas mis actividades; de no imitarla estoy propiciando el desorden que entorpece las actividades y deriva en un posible fracaso.

La imitación extralógica es aquella que se propaga por la apariencia agradable, las ocasiones propicias, la eficacia de la propaganda o el prestigio de la novedad, por ejemplo: si una mujer se pinta sucabello o utiliza "x" ó "z" producto de belleza, entonces podrá ser "más bonita y atractiva".

Vemos, que tanto en la imitación lógica como en la extralógica, la atención juega un papel importante. Nuestro modo de conducirnos puede verse facilitado u obstaculizado por el grado de atención que nos presten los demás, así como por el grado en que esa atención nos sea favorable o desfavorable.

Nuestros padres tienen una alta capacidad reforzante, como modelos, que determinan nuestra forma de comportarnos con los demás.

El niño trata de parecerse a su padre y la niña a su madre. Esta práctica continua de observación hacia los padres ofrece la ventaja de promover nuestra evolución perceptual, que a su vez nos permite desenvolvemos adecuadamente en nuestro medio social.

Así como la imitación, la educación también propaga determinados estilos de vida que son aceptados por los demás. La educación es transmitida por nuestros Padres, nuestros maestros, nuestros compañeros, la prensa y la televisión, que a su vez tienden a perpetuar lo ya establecido y aceptado socialmente. Sin embargo, hemos de considerar en este punto, que la uniformidad social no se extiende de manera idéntica en todos los miembros de un grupo social; ya que no todos estamos expuestos a los mismos estímulos y condiciones ambientales, que pueden variar en grado e intensidad afectando de diferentes maneras nuestra percepción hacia lo que nos rodea. De aquí, que surjan excepciones dentro de una sociedad tan vasta y dinámica como a la que pertenecemos; imprimiendo diversos grados de eficiencia en las actividades que desempeñamos, así como gran variedad de roles sociales (término que será explicado más adelante).

Dentro de las organizaciones laborales, también se presenta una estructura de roles y de posiciones interactuantes que delimitan el comportamiento de cada trabajador dentro de las mismas. Surgen grupos informales dentro y fuera de la estructura formal con su propio medio cultural que no se sustraen del medio social externo. Se confirma cuando observamos que a la mujer se le ubica en puestos de relaciones públicas (con poca responsabilidad y baja remuneración), o en puestos secretariales o de apoyo de algún profesionista (que en muchas ocasiones es un hombre). En cambio, al hombre se le ubica en puestos en donde se requiere mayor responsabilidad, audacia, autoridad y toma de decisiones.

El medio cultural en el que nos encontremos señala, tajantemente, el tipo de identidad que nos hemos forjado; el cual determina quiénes somos y a quién nos parecemos en particular.

La clase de significado que tiene la identidad, desde el punto de vista

social, tiene un valor fundamental en todas las relaciones sociales en las que intervengamos.

Todo análisis que se realice, en el sentido de conocer cómo se llevan a cabo las relaciones entre la estructura social y la personalidad individual ha de considerar el proceso de identidad. Ya que al saber quiénes somos y lo que la sociedad espera de nosotros, nos permite y facilita asumir diferentes roles sociales que nos ayudan a comprender el significado de nuestras propias acciones y las de los demás. Estas relaciones entre la estructura social y la personalidad individual están enmarcadas dentro de los patrones culturales que hacen posible la sociedad, que a su vez determinan el modo de comportarse y actuar tanto de los hombres como de las mujeres.

Tradicionalmente, la identidad de la mujer se ha relacionado con aspectos de naturaleza afectiva y contemplativa. "Todas las mujeres tienen una sola misión: amar." Parafraseando a Augusto Comte (1798-1857), quién afirmaba que la vocación de la mujer era ser humilde y dócil compañera del marido, extendiéndose esta vocación al papel de madre; y por lo tanto, la mujer no debía pretender participar en cuestiones políticas.

Como observamos en estas ideas planteadas por Comte, la mujer no debía involucrarse en cuestiones públicas, ni alejarse del ámbito doméstico; debía conservarse dentro de su vocación "natural" (amar y contemplar, pero no pensar).

Este tipo de ideas reflejan la imagen que la sociedad y la cultura esperan de una mujer; las cuales representan un enorme obstáculo para que se pueda enfrentar al mundo que hemos hecho posible en la actualidad.

Al frenar todo desarrollo mental y social de la mujer se la pone en desventaja para que asimile todos los cambios que se están llevando a cabo en una sociedad tecnológica e industrial.

El consumismo, los problemas inflacionarios y la carestía de la vida, obligan a participar a un número mayor de mujeres en la fuerza productiva de un país. ¿Cómo es posible que puedan tomar decisiones adecuadas, cuando por años se les re-

lego del campo público?

Cuando la mujer busca trabajo remunerado se enfrenta a muchos problemas; algunos, por no estar bien preparada y otros por la discriminación de sueldos y actividades asignadas a la misma. Sin contar con el conflicto de roles que representa el desempeñar diferentes papeles sociales a la vez, y tratar de hacerlos lo mejor posible (quedando siempre un sentimiento de no haberlo hecho bien).

Este desfase entre el papel doméstico y el papel productivo de la mujer ocasiona un doble esfuerzo para la misma, provocando angustia y ansiedad durante las decisiones que debe tomar. La concepción que ha tenido hacia el interior de la familia tiene que cambiar, así como la forma en la que se organizan; la transmisión de pautas de conducta hacia los hijos se ven cuestionadas, así como todos los valores que la cultura le ha forjado. Esto, trae como consecuencia todo un cambio en la dinámica social, desde el punto de vista de las estructuras y los procesos sociales a los que nos confrontamos diariamente.

Es un hecho irreversible, que no podemos seguir viviendo como en el siglo pasado en el que las clases medias y altas eran las únicas que podían permitirse el lujo de no trabajar, manteniéndose en un ámbito ideal.

Sin embargo, para que el trabajo femenino pueda convertirse en una fuerza valiosa para el desarrollo económico de un país, es necesario desmistificar ciertas cuestiones.

Primero, las mujeres no se integran al trabajo asalariado por necesidades de tipo espiritual. Lo hacen, cuando los salarios de los hombres no alcanzan para sostener una familia.

Segundo, el trabajo femenino lejos de propiciar la construcción de sociedades más estables, han ocasionado un desempleo mayor y una crisis económica mayor.

Tercero, es un error pensar que si una pequeña proporción de las mujeres trabaja por un salario, el resto no trabaja. En México, la gran mayoría de las mujeres trabaja, no solamente en los quehaceres del hogar, sino directamente en la producción. En el campo, contribuyen al trabajo agrícola, a la producción

artesanal y el trabajo comercial, en empresas familiares donde no se les paga. En las ciudades muchas mujeres venden mercancías que ellas mismas elaboran, o bien vendiendo ropa y alimentos, etc. El desconocimiento de este trabajo se debe a que como no percibe un salario no se contabiliza en las estadísticas.

Cuarto, las mujeres que con su trabajo asalariado obtienen mejores condiciones de vida son minoría absoluta. El mayor porcentaje de asalariadas, lo constituyen las trabajadoras domésticas. Ellas y otras mujeres que desempeñan trabajos no calificados, como sería la albañilería, en realidad carecen de seguridad y de las prestaciones que por ley corresponden a los trabajadores mexicanos.

En la mayoría de las mujeres existe una capacidad creadora, que de ser impulsada adecuadamente, sería capaz de fomentar la producción. Sin embargo, tradicionalmente la política se ha concebido como una actividad de especialistas, que por lo general son hombres. La participación femenina en los puestos de poder es tan escasa que se ha llegado a percibir como incompatible al rol prescrito de ser mujer.

Estos esquemas conceptuales "ser hombre", "ser mujer" están enmarcados en la Cultura de cada pueblo, de cada país y de cada grupo en particular; que a su vez se encuentran en íntima relación con los tres subsistemas culturales: (4)

- a).- Ideológico
- b).- Sociológico y
- c).- Tecnológico.

1.2 SUBSISTEMAS DE LA CULTURA.

Las instituciones, las ideas, los productos materiales o artefactos que el ser humano produce y utiliza a lo largo de su vida colectiva, son algunos de los componentes culturales que dan sentido a su existencia. Entre los componentes ideológicos, tenemos: las creencias, las ideas, la Filosofía y el modo en el que una sociedad concibe al Universo. Los componentes sociológicos se

4) Chino, Ely. Introducción a la Sociología. Buenos Aires, Paidós, 1979, p. 57

refieren a las normas, a los roles o papeles sociales que desempeñamos en nuestro sistema social; también se incluyen el estatus o posición que tenemos dentro de nuestro núcleo social, rituales y costumbres que son esenciales para el bienestar del grupo.

Finalmente, el aspecto tecnológico hace referencia a los utensilios o artefactos que se emplean para obtener satisfactores para cubrir las necesidades colectivas. Implica, frecuentemente, una metamorfosis en los valores, las creencias, las normas y el lenguaje. (5)

Numerosos autores, han subrayado la influencia de la tecnología en la estructura de las sociedades. (6) Incluso, se señalan los efectos que tiene toda innovación. " Todo cambio ha de ir probablemente en contra de ciertos intereses creados y ha de violar ciertos derechos de circunscripción". (7) Sentimiento de desconfianza que se refleja en la gente al sentirse afectada por estos cambios, que implican una nueva manera de percibir su ambiente.

En las sociedades industrializadas de nuestro tiempo, sobre todo desde principios de este siglo, la importancia y difusión de los cambios tecnológicos (aquellos ligados a la producción en serie) han multiplicado sus efectos sobre la estructura, el volumen, la densidad de los grupos de trabajo; así como de las categorías profesionales.

5) Chinoy, Ely. La Sociedad. México, F. C. E., 1978, p. 38

6) Friedmann, George, y Naville, Pierre. Tratado de Sociología del Trabajo. México, F.C.E., 1971, p. 68.

7) Margulies, Newton. Desarrollo Organizacional. México, Diana, 1979, p. 74

Incluso, las características de los puestos de mando y de autoridad se han visto afectadas; ya que hay que reconsiderar de nuevo las funciones y los cuadros directivos. La fluidez del trabajo estará determinada por los procesos de mecanización, por las formas de división del trabajo, por los métodos de racionalización y organización científica del trabajo. (Fiedmann, George, y Naville, Pierre. Tratado de Sociología del Trabajo. México, F.C.E., 1971, p. 69)

Con ésto, no necesariamente, estamos afirmando que la Tecnología, por sí sola, sea el único factor que modifique la estructura social y cultural. Es importante subrayar que las relaciones entre los subsistemas culturales son recíprocas. Cuando se efectúa un cambio o modificación de alguno de ellos, los otros, también se modifican y cambian.

Esta relación recíproca entre los sistemas es lo que confiere una gama diversa de situaciones e interrelaciones. Cada cultura, ya se trate de países en vías de desarrollo o países desarrollados tienen su peculiar forma de ser. Esta peculiaridad, en el caso concreto de México, se ve afectada, entre otras cosas, por el proceso de aculturación. Este proceso afecta también a los demás subsistemas que están en el país, y por consecuencia a la -- mujer que trabaja.

Este proceso se genera a través del tiempo por circunstancias históricas y que de una u otra manera explican las situaciones particulares que se dan simultáneamente en una sociedad dividida en clases en donde coexisten distintas formas de producción, realidad común en la mayoría de los países de -- América Latina.

La expansión del sistema, al ser progresiva, aumenta la necesidad de dinero y cada vez resulta más indispensable que otros miembros de la familia entren a trabajar en el mercado (ya sea vendiendo productos o su fuerza de trabajo).

"Para estudiar las causas de la participación de la mujer en actividades económicas en el mercado de trabajo y poder explicar las diferencias, en tiempo y espacio, en los niveles que dan en la PEA (población económicamente activa) femenina, es necesario captar y analizar una serie de variables que se -- pueden agrupar en dos grandes rubros: estratificación y composición familiar"(8)

1,3 MEXICO, PAIS DE ACULTURACION

En México, además de la problemática general, la mujer trabajadora se ve supeditada a su pertenencia a una sociedad cuya estructura socio --

8) Pedrero, Mercedes. LA PARTICIPACION FEMENINA EN LA ACTIVIDAD ECONOMICA Y SU PRESUPUESTO DE TIEMPO. Serie de Avances de Investigación #3. Secretaría del Trabajo y Previsión Social. p.24. (1977)

cultural es ambigua y complicada, que vive un continuo proceso de aculturación y que por lo mismo no es congruente.

"Esta ambigüedad, afecta tanto al desarrollo del trabajo de la mujer en sí como al de las instituciones de las que ésta está ligado. De una manera muy especial, la posibilidad de que el trabajo de la mujer constituya una alternativa de cambio y responda a un sentido liberalizante, depende de la estructura familiar vigente.

El trabajo femenino en un sistema familiar donde prevalece una dependencia y separación de funciones por sexo, y donde la mujer no comparte status y autoridad, estará reforzando el mismo sistema, al tratar de no interferir con él: de esconder los aspectos que pudiesen parecer conflictivos". (9)

México, al igual que otros países de América Latina presentan una unidad difícil de identificar debido a la superposición y transitoriedad de las diferentes culturas que se dan en cada uno de estos países. Al realizar un estudio sobre el comportamiento humano, es necesario que se haga una revalorización de estos aspectos. Que se tomen en consideración las diferentes clases sociales que existen en el país, tanto las urbanas y las rurales.

En México, los sistemas de valores que sustentan a nuestra cultura están en continuo proceso de acomodamiento. Que es consecuencia de la existencia de tres subculturas estratificadas^{que} se entremezclan complicadamente en un número ilimitado de combinaciones que hacen de México un gran mosaico de formas de ser.

9) Elú de Leñero, Ma. del Carmen. LA MUJER QUE TRABAJA EN MEXICO., IMES, A.C. México, 1979, pp. 85.

Ma. del Carmen Elú de Leñero encontró en un estudio, que realizó en el Instituto Mexicano de Estudios Sociales, que en México existen tres culturas: la Folk o Indígena, la Tradicional rural o urbana y la Moderna.

A cada una de ellas corresponden un conjunto de valores, es decir, elementos de un sistema simbólico compartido, que sirven de criterio para la selección, entre las alternativas de orientación que se presentan en un momento determinado, por ejemplo, la mujer al elegir una carrera o algún tipo de trabajo lo hace en función al rol que se espera que socialmente desempeñe. Los valores vigentes en su grupo social de referencia, determinan si el trabajo que va a realizar estará en función de la comunidad, de la familia o hacia el exterior (basado en la capacidad personal).

La sociedad espera que tanto el hombre como la mujer realicen actividades de acuerdo con su sexo. Y por lo tanto, la mujer que no ha tenido una orientación profesional adecuada para trabajar productivamente en una sociedad de consumo, sigue los lineamientos impuestos sobre su rol femenino y acepta pasivamente casarse, tener hijos y administrar los bienes familiares. La realidad nos ha demostrado que muchas son las mujeres que enviudan y otras más se separan del marido o son abandonadas por éste, teniendo uno ó más hijos que mantener. Esta situación les dificulta integrarse plenamente al trabajo remunerado.

"Es así como la elección entre las diferentes disyuntivas que idealmente se presentan, ante el trabajo de la mujer, como ante la mayoría de las circunstancias que conforman la vida familiar y social, está fuertemente condicionada por el sistema de valores que la determina, orienta y protege conforme a su lógica interna." (10)

10) Idem., p. 88

Este sistema de valores destaca la función reproductora y por lo tanto ser mujer es sinónimo de ser madre. Es una situación que limita el trabajo de la mujer en el plano económico.

Al considerar estos rasgos, es conveniente, como lo afirma Elúde Leñero, tener en cuenta que se refieren a rasgos ideales o tipos ideales, lo que significa que no todos actúen del mismo modo. A continuación haremos una breve descripción de estas tres subculturas.

SUBCULTURA FOLK O INDIGENA.

"Los tipos de valores ideales de la subcultura Folk o indígena son básicamente los derivados de un sincretismo sacral, fatalista, donde el hombre depende del medio y de fuerzas ajenas a él. La magia y el Tabú se confunden. todo conlleva a una moral de prohibición. La búsqueda de valores se enfoca hacia el pasado. El prestigio social responde a un status de adscripción, es decir, a condiciones heredadas o preestablecidas. Los individuos nada pueden y nada quieren hacer para cambiarlas.

A esta subcultura corresponde un trabajo de la mujer enfocado en función de la comunidad, que forma parte de una economía de subsistencia. El ámbito físico puede rebasar los linderos de una unidad doméstica, pero responde a la característica de trabajo de la mujer realizado al "interior", del grupo primario. Sea en el campo, o en las labores artesanales, su trabajo permanece generalmente anónimo y escondido, bajo la idea de "ayuda".(11)

" En este tipo de subcultura predomina una actitud pronatalista, dado que la mortalidad es todavía elevada y es ésa la única manera de preservar la especie. De esta manera, la función tradicional de la mujer - ser madre se ve acentuada, ya que no es asunto privado y personal, que concierna sólo a ella y a su pareja, sino que es una cuestión que atañe a la familia-comunidad, que prácticamente se confunden en una sola unidad estructural." (12)

SUBCULTURA TRADICIONAL.

" Representada por un 60 % (aproximadamente) de la población mexicana. Aun cuando se encuentra preferentemente en el medio rural, rebasa ese ámbito, para persistir en los medios urbanos, e incluso, en las grandes metrópolis.

En la subcultura tradicional existe un control social acentuado en el "qué dirán" que tiene como marcos de autoridad los poderes de la Iglesia y del Estado.

La concepción ante la vida es de tipo estático. Lo ideal es que cada generación repita a la anterior, en una permanencia de valores, normas y conductas. El prestigio social responde todavía a situaciones de adscripción, heredadas y revalidadas por un sentido de lealtad a dicha inscripción predeterminada. Cuestiones como el apellido y la ascendencia familiar en que se nace, tienen extraordinaria importancia. En mucho va a depender de ellos la importancia del papel que se juegue en el teatro de la vida. El parentesco resulta así un elemento básico del sistema total.

Los roles que se le asignan al hombre y a la mujer están perfectamente delimitados y diferenciados. Cualquier pretendida evasión de los mismos, se hace acreedora a una fuerte sanción social.

El trabajo de la mujer está definido en función de la "unidad familiar" y por supuesto, se realiza "al interior". Los valores sociales ante la natalidad son pronatalistas. De ahí que no se interfiera en la función procreadora de la mujer, de la cual ésta recibe su *status* familiar y social," (13)

SUBCULTURA MODERNA.

"Sus rasgos predominantes son: concepción desacralizada de la vida,

13) Idem., pp. 92 y 93.

proyectada hacia el futuro; moral de libertad de conciencia basada en la auto-responsabilidad, una sustitución de la idea de la providencia por la de la ciencia y la tecnología; proliferación de múltiples instituciones que satisfacen necesidades, que antes cubría la familia, y transformación de la familia de tipo nuclear-conyugal, de unidad de producción a unidad de consumo, básicamente.

El status social que detectan los individuos se basa en valores de adquisición y no de adscripción.

Esto significa que ya no es tan importante lo que se ha recibido, como lo que uno es capaz de hacer.

Esto genera un fuerte sentido de competencia. Supuestamente, el pertenecer a uno u otro sexo no determinaría en esta subcultura ninguna situación básica de diferenciación. Ante el crecimiento demográfico, la sociedad es antinatalista y la fecundidad individual responde cada vez más a una búsqueda cualitativa, que cuantitativa.

De esta manera se produce y se favorece la disociación entre la función social amplia de la mujer como persona, y la parcial de la mujer como madre.

Los roles masculino-femenino, tanto al nivel social como al familiar, en el que aquí se refleja, no mantienen ya con la misma fuerza su carácter diferenciado. Tanto al interior como al exterior de la familia se produce un intercambio, basado en la capacidad personal, aptitudes y gustos personales."

Hay que hacer notar de nuevo que al hablar de estas tres subculturas, estamos hablando de formas ideales, que corresponden básicamente a etapas claves en el proceso de la historia de las sociedades occidentales;

ya que de hecho la participación de la mujer en el mundo del trabajo responde más a una vocación personal.

Por otro lado, tenemos que la mujer que trabaja en México también se encuentra afectada por los estereotipos que cada grupo tiene del papel que ha de desempeñar un hombre y una mujer. Estas impresiones generalizadas y cargadas de valor que los miembros de un grupo utilizan para caracterizar a los miembros de otro grupo, los podemos observar claramente cuando se considera que el hombre es un ser fuerte, conquistador, dominante y pendenciero; mientras que a la mujer se le considera como un ser dependiente, conformista, rutinario y tímido.

Todos estos estereotipos que de alguna manera alteran la realidad y que probablemente surgieron en base a algún evento determinado, no son verdades infalibles. Ya que no todos los hombres son pendencieros y no todas las mujeres somos conformistas, etc.

Para poder determinar con mayor precisión cómo se da la problemática femenina en México, es conveniente que conozcamos los estereotipos que existen tanto en el sector urbano como en el sector rural del país.

De esta manera, estaremos en mejores posibilidades de comprender la realidad que afecta a la PEA femenina y de tal suerte poder corregir las impresiones negativas que se tiene de ella.

1.4 ESTEREOTIPOS TRADICIONALES EN LOS MEDIOS RURALES.

I. Población esencialmente indígena.

"Representada por un sector monolingüe y bilingüe de más de tres millones de personas, es decir, casi un 10 % de la población mexicana. Es el sector del país que cuenta con los más bajos niveles de vida. La fami-

lia indígena es la unidad fundamental de producción, y como la situación económica es siempre difícil, la mujer debe participar también casi siempre en el trabajo económico (siembra, recolección, artesanía, etc.)

"En la mayoría de las comunidades indígenas, la norma tradicional parece ser que agudiza los caracteres de superioridad del hombre y de inferioridad de la mujer. El nacimiento de una mujer no suele ser deseado. el de un hombre es casi siempre bien recibido. Se percibe así que existe entre ellos una preferencia por el sexo masculino."(15)

II. Población Mestiza Campesina (pobre).

"Este sector de la población mexicana es, indudablemente, el más numeroso. Podría calcularse en casi el 30 % de la población mexicana, la que trabaja directamente en el campo y vive de su propio esfuerzo cotidiano. Este grupo se diferencia del anterior por tener un mayor contacto con la civilización moderna, aunque ésto no signifique todavía una variación decisiva en lo que se refiere a las diferentes pautas de conducta de la mujer ante el hombre."(16)

En este grupo es frecuente observar que el esposo sale de la comunidad para trabajar como bracero, fuera del país, por lo tanto, la mujer tiene que afrontar todas las situaciones completamente sola (alimentación y cuidado de los niños, además de las tareas físicas propias del hombre).

III. Población Rural Acomodada.

"Dentro de este grupo está considerado el conjunto de familias que, aun viviendo en el campo directa o indirectamente de la agricultura, ga-

15) Elí de Leñero, Ma. del Carmen. ¿HACIA DONDE VA LA MUJER MEXICANA?

Instituto Mexicano de Estudios Sociales, A.C., 1973, pp. 26, 28, 29 y 30.

16) Ídem., pp. 30 y 31

nadería, silvicultura u otra actividad similar, goza de una situación económica desahogada, que lo hace diferente de los anteriores tipos comentados. Posee, en general, grandes extensiones de tierra, negocios comerciales o talleres más o menos tecnificados, y la suficiente mano de obra barata para trabajarlos. Este grupo constituye poco menos del 10 % de la población mexicana." (17)

Aquí la mujer es preparada desde su infancia para desempeñar el papel de ama de casa y mientras más se parezca al papel que desempeña su madre, más cerca estará del ideal de este grupo. Al hombre se le da mayor libertad de acción, él puede realizar estudios más allá del nivel primario, siempre que los recursos económicos de la familia lo permitan; en cambio en la mujer existen prejuicios que impiden siga del nivel primario.

ESTEREOTIPOS TRADICIONALES EN LOS MEDIOS URBANOS.

I. Población Urbana de Clase Humilde.

"Esta constituida por un gran conjunto de familias de obreros, artesanos, prestadores de diversos servicios, y comprende desde los desocupados hasta ciertas clases de obreros calificados. González Cosío, habla de un 32 % de la población mexicana correspondiente a este tipo de familias" (18)

En este grupo la mujer se encuentra insegura por el factor económico; ya que su esposo por encontrarse desocupado o trabajando como peón, vendedor ambulante, etc., propicia el que la mujer tenga que buscar los medios necesarios para poder sobrevivir con sus hijos. Aquí, la autoridad

17) Idem., p.32

18) Idem., p.35;

del hombre sigue estando presente. así como el sentimiento de inferioridad en la mujer.

II. Población Urbana de Clase Media.

"Este grupo comprende una extensa gama de familias: desde los burócratas hasta la de los profesionales, incluyendo la de los comerciantes en pequeño, la de los técnicos, los empleados de oficina y de comercio, etc." (19)

El estereotipo de la mujer, en esta clase social, es divulgado a través de la prensa, el cine, la radio, etc., como el de esposa abnegada y como "madre ejemplar". También se difunde la idea de una supermujer que se las arregla de maravilla para poder atender su casa, a sus hijos, a su marido y a su trabajo.

Todas estas ideas imbuidas en la cabeza de las mujeres de este grupo, solamente hacen que lleven un nivel de vida superior a sus propias posibilidades "para tratar de asimilarse a los patrones de vida de la clase acomodada, son múltiples los "equilibrios" que la mujer debe hacer, para guardar las apariencias y lograr que alcance el "gasto diario". (20)

La actitud de la mujer de esta clase es conservadora por lo que le resulta difícil aceptar los cambios que afectan su estructura familiar o del trabajo.

19) Idem., p. 37

20) Idem., p. 38

III. Población Urbana de Clase Alta.

"Está integrada por antiguos o nuevos ricos, y, según González Cosío, constituyen menos del 1% de la población total del país; sin embargo en un criterio más amplio podríamos extenderla hasta el 4 o 5% de la población. A esta clase se pueden atribuir, en general, los mismos caracteres señalados como propios del hombre y la mujer mexicanos, derivados de la clase media.

La nota más sobresaliente de la mujer sigue siendo la absoluta dependencia económica del hombre, aun cuando en su vida personal goce de las comodidades que da el dinero." (21)

El cuidado de los hijos está bajo la responsabilidad de la mujer, ya sea que los atienda personalmente o lo que es más frecuente contrata personal salariado para que cuide de sus hijos. La figura paterna está ausente y se considera normal, ya que él está atendiendo los negocios de la familia.

Como hemos podido observar durante el desarrollo de estos estereotipos, vemos que la descripción se hace de una manera simplista y estática, sin considerar la dinámica social contemporánea.

Básicamente se hace una descripción como producto de la mezcla de dos razas la indígena y la mestiza; sin considerar el tiempo que ha transcurrido desde el momento de la

21) Idem., p. 39.

conquista. La realidad nos demuestra que estos estereotipos no son reflejo exacto de lo que estamos viviendo en la actualidad.

Debemos considerar estos estereotipos tradicionales con cierto relativismo y como un marco de referencia del cual partir para llevar a cabo observaciones más sistemáticas y más cercanas a la realidad de las mujeres mexicanas y entonces poder situarlas y proyectarlas mejor en el trabajo.

A través de la evaluación y análisis que hagamos de los roles masculino y femenino en cada uno de los estereotipos tradicionales, mencionados anteriormente, estaremos en la posibilidad de erradicar prejuicios al ponernos en contacto con la realidad de cada estrato social; y a la vez, al considerar el sistema de valores que subyace a cada una de las tres subculturas mexicanas podremos tener un panorama más amplio para comprender y ubicar la problemática femenina en México.

Por otro lado, se consideró que si la supervivencia de un organismo social depende en gran parte de la eficiencia de la persona que dirige, sería conveniente evaluar cómo juzgamos a las personas con puestos de mando.

Y por ello, el presente estudio busca conocer, explícitamente, cómo se percibe a la mujer mexicana cuando realiza actividades de dirección o de mando dentro del ambiente laboral. La selección a un nivel ejecutivo fue dada en fun-

ción a los criterios, mencionados en la introducción.

A continuación se hará una revisión de conceptos sobre el Proceso de la Percepción Social, que determina el grado de habilidad que tenemos para jugar a los demás. Dentro del Proceso de Percepción Social, consideramos que para conocer el rol de jefe, es necesario que la persona que evalúa este rol, también ocupe un puesto semejante; ya que de esta manera está en mejores posibilidades de jugar en base a su experiencia.

CARACTERES, VALORES Y ACTITUDES MAS CARACTERISTICAS DE LAS TRES SUBCULTURAS

		Cultura Arcaica	Cultura Tradicional	Cultura Moderna
Explicación de la vida.	Valores	Míticos y mágicos	Religiosos racionales	Centrados en el hombre (Antropocéntricos)
	Actitud humana	Fatalista	Providencialista y metafísica	Científica y realista
Normas de Conducta	Valores	Moral de Prohibición o tabú	Moral de la costumbre o del " qué dirán "	Moral de la libertad de conciencia.
	Actitud humana.	Miedo-respeto	Compromiso social, amistad y lealtad.	Auto-responsabilidad y vocación personal.
Proyección dada a la vida.	Valores	Del pasado	Del presente permanente.	Del futuro.
	Actitud humana.	Imitación de la naturaleza	Imitación social-generacional.	Creatividad e invención.
	Actividades predominantes	Recolección, caza, pesca y agricultura rudimentaria.	Agricultura y servicios	Industria y servicios.

CAPITULO II

PERCEPCION SOCIAL

C A P I T U L O I I

P E R C E P C I O N S O C I A L

EL ser humano, en sociedad, aprende una serie de normas y actitudes que subyacen a su comportamiento y que le permiten dar sentido a su existencia. Los teóricos sociales han encontrado que es un fenómeno único que se da entre las personas y que nos permite conocer y entender a los demás. Este fenómeno o proceso es conocido como percepción social.

2.1 DEFINICION

"Heider (1958) escribe que nos referimos a la percepción de las cosas cuando se trata de objetos inanimados, y cuando nos referimos a la percepción de las personas o a la percepción social cuando interpretamos, evaluamos o juzgamos las características personales de los demás. Sin embargo, el rango de la percepción social es muy amplio, dada la relación en el trato con los demás, que determina una compleja y elaborada inferencia acerca de los rasgos de la personalidad." (1) Lindsey y Aronson afirman que existe dificultad para especificar la transición de la percepción a inferencias, categorizaciones o juicios, ya que es un continuo que no tiene segmentaciones estrictas.

Por otro lado, la Psicología Social ha estudiado esta dificultad en respuesta a un ambiente social, pero no ha reconocido que cada uno de

1) Lindsey & Aronson, THE HANDBOOK OF SOCIAL PSYCHOLOGY. 2nd. Ed. Vol. III, Addison -Wesley Publishing Company, USA, 1969, pp. 490.

nosotros percibe su ambiente en términos de los propios hábitos de percibir, y que los grupos culturales difieren conductualmente de uno a otro (Sherif 1935). La dificultad se acrecienta cuando no consideramos que los antecedentes sociales y culturales de un individuo han moldeado su conducta y su experiencia en diversas formas. En el caso de la mujer, se le ha enseñado tradicionalmente que su papel social está asociado a un papel de dependencia. "El aprendizaje social es el factor primordial, en el sentido de que aprendemos a imitar la conducta paternal de los modelos de mayor edad, particularmente con respecto a la conducta congruente con nuestro sexo." (2)

El continuo de la percepción social, que no tiene segmentaciones estrictas ha sido objeto de diferentes enfoques; por ejemplo:

En el Manual de Psicología Social de Lindsey y Aronson, podemos encontrar el relato de varios de los estudios que han realizado los investigadores de este campo, por ejemplo: Brech y Crutchfield (1948) nos hablan de la identidad de los factores motivacionales en la percepción y el estudio de la percepción social. Entendían que los juicios de valor y las normas sociales frecuentemente tienen una condición causal en la percepción incierta.

Gluckhohn, distingue los conceptos espacial y temporal en un nivel elevado de abstracción y los problemas de la percepción. Clay Lindgren, Henry, Introducción a la Psicología Social. México, Brillos, 1979, pp. 208.

latividad lingüística. Estos conceptos representan una determinación cultural de la manera en que el individuo percibe el mundo físico alrededor de él.

French (1963) intentó una explicación entre los dos conceptos: la Percepción puede ser definida como el proceso de conocimiento inmediato en los organismos, mientras que la experiencia llega a ser menos inmediata. Por otro lado, estudió que la cantidad de inferencia se incrementa y que los procesos de conocimiento llegan a ser involucrados por el organismo.

Pages (1965) realizó una revisión acerca de los problemas de la percepción personal y concluye que la percepción personal es principalmente un dominio de juicios evaluativos, mientras que la percepción de los aspectos físicos del ambiente están confinados a respuestas que son un hecho para el que percibe.

Considerando los aspectos antes mencionados, podemos afirmar que la percepción social se basa en un proceso de "interacción social (relación recíproca que existe entre dos o más individuos cuya conducta es mutuamente dependiente). La mayor parte de la conducta observable se halla influida de un modo u otro por las interacciones sociales anteriores o actuales." (3)

"La interacción cara a cara se funda en las expectativas sociales que residen en el campo psicológico y se rela-

3 Hollander, Edwin. Principios y Métodos de Psicología Social. Argentina, Amorrortu Editores, 1978, pp. 24-7

ciona en gran parte con las experiencias anteriores. Las expectativas orientan a los individuos con el fin de disponerlos para ciertos resultados de la conducta interdependiente y de permitirles una evaluación de estos últimos." (4) Estas evaluaciones se basan en la percepción que tiene una persona hacia otra, "atribuyéndole motivos que determinan sus acciones; el individuo percibido es él mismo un perceptor que puede reaccionar ante su propia percepción del otro." (5)

El proceso perceptivo puede considerarse como una necesidad más general de "dar sentido a nuestra experiencia", que tiende a generalizar a partir del "yo", a atribuir o a dar por supuesto en otras personas la dependencia, la agresividad o la sociabilidad que uno ve en sí mismo. Esto puede propiciar dos cosas, una que la percepción sea inexacta y otra, que a partir del conocimiento que tenemos acerca de lo que haríamos en condiciones similares, estemos en mejor situación de comprender los motivos e intenciones que subyacen a una acción específica de otra persona". (6)

Muchas de las situaciones en las que se da la Percepción Social involucran sistemas de rol. "Sobre la base de las prescripciones de rol se puede predecir exactamente la conducta del individuo, sin necesidad de juzgar sus características personales." (7)

4 *Idem*,

5 *Idem*,

6 Mann, Leon. *Elementos de Psicología Social*. México, Litmus Wilcox, 1972. pp. 123.

7 *Idem*, pp. 128.

"Aun en un sistema de rol altamente institucionalizado se requiere de cierta exactitud para un funcionamiento eficiente, porque las percepciones erróneas de lo que esperamos de un rol puede llevar a fricciones y conflictos. Además, las relaciones de rol entre el que percibe y el percibido pueden introducir desviaciones selectivas en la percepción de la persona; el poder o la dependencia del otro con respecto al juez, puede llevar a éste a exagerar los defectos y virtudes del otro, produciendo una conducta social ineficaz." (8)

La influencia de los prejuicios, de los estereotipos, del sistema de roles, así como las posiciones sociales y el estatus otorgado a dicha posición van a moldear nuestra forma de percibir nuestro ambiente. Esta forma de percibir estará determinada por el grado de conocimiento del papel social que cada individuo desempeña dentro de la sociedad. Lo cual propiciará una conducta social más eficaz.

A continuación explico brevemente algunos conceptos que sustentan a la percepción social.

2.2 POSICION, ESTATUS, Y ROL.

La posición se refiere a el lugar que ocupamos dentro de la sociedad, por ejemplo: la familia está formada por el padre, el hijo, la hija, el hermano, la hermana, etc; la organización de trabajo, por el Director, el Gerente, los supervisores, o jefes, los empleados, el personal de

8 Idem., pp. 128.

mantenimiento, etc. Todos ellos ocupando un lugar o nivel en la estructura social. Cada uno de ellos tiene un papel (rol) que desempeñar, del cual, el grupo espera cierto grado de eficiencia (de acuerdo con las normas vigentes del mismo grupo en cuestión).

El conocimiento que el individuo tiene de lo que la sociedad espera de él le lleva a tener las mismas expectativas sobre su propia conducta. Los roles influyen en los valores que tienden a ser sostenidos por las personas que ocupan una posición, los valores influyen en las actitudes, éstas en la forma en la que percibimos nuestro ambiente y a nosotros mismos. La percepción que tenemos influye en el desempeño de nuestros roles.

A su vez, la posición influencia, en ciertas ocasiones, al estatus individual. El estatus depende de cómo otros nos perciben y nos evalúan, es decir, la cantidad de prestigio que se nos concede o el grado de poder que se nos atribuye. Esto conlleva a la persona que tiene un estatus elevado a recibir muestras de respeto y de que pueda ella misma tomar sus propias decisiones. (9)

La posición que ocupamos dentro de la estructura social va forjando ciertos rasgos y características similares de unas personas con otras. Estas semejanzas facilitan la atracción y el agrupamiento que se conoce como clase social. Otro punto que habría que considerar en este apartado,

9 Clay Lindgren, Henry. Introducción a la Psicología Social. México, Trillas, pp. 173 y 174.

es la variable situacional en la que nos encontramos, ya que ésto puede cambiar las posiciones y por ende el rol que desempeñemos. Los roles que corresponden a ciertas posiciones por lo general son más o menos uniformes.

"A medida que nos familiarizamos con nuestros roles lo hacemos, también, con los de los demás. Los roles suelen ser recíprocos." (10) Cuando conocemos a una persona hacemos inferencias acerca de la posición social que tiene y por ende de los roles que desempeña. Esto nos facilita la interacción personal con los demás. Como mencionamos al principio de nuestro capítulo, el aprendizaje social se hace congruente con nuestro sexo; de ahí que en la mayoría de las culturas a el hombre se le enseñe a ser autosuficiente, agresivo, activo e independiente. A la mujer se le enseña a ser dependiente, intuitiva, pasiva y cauta. El hombre está orientado hacia la tarea y la mujer hacia las relaciones sociales. Todas estas conductas aprendidas son respuesta a las expectativas que tienen los demás de nosotros.

2.3 ESTEREOTIPOS, ACTITUDES, Y EXPECTATIVAS.

Los estereotipos son impresiones generalizadas y cargadas de valor que las personas de un grupo utilizan para caracterizar a las de otro grupo. Generalizaciones que pueden ser infundadas, por ejemplo: no todos los mexicanos somos chaparros y gordos, no todas las mujeres son abnegadas y pasivas, etc. Los estereotipos cuando impiden ver la con-

ducta tal y como es, perpetúan a los prejuicios. Estos sólo se corrigen a través del contacto con la realidad. Aprender lo que los miembros del grupo objetivo piensan de ellos mismos es una manera de corregir nuestros estereotipos acerca de ellos.

Las expectativas o lo que los demás esperan de nosotros es el puente de comunicación por medio del cual recibimos retroalimentación de nuestro comportamiento y que nos permite mejorarnos y ajustarnos al creciente fenómeno de movilidad social.

Las actitudes son una reacción del organismo, que dependen de factores individuales y sociales, y que orientan el comportamiento del individuo con respecto a su medio social y físico. Implica que hay una motivación y una acción movilizadas para acercarse o para evitar el objeto en cuestión.

Krech, Crutchfield y Ballachey señalan que las actitudes sociales tienen un significado adaptativo, puesto que representan un eslabón psicológico entre las capacidades de percibir, de sentir, y de emprender de una persona, al mismo tiempo que ordenan y dan significación a su experiencia continua en un medio social complejo.

Las actitudes pueden organizarse en estructuras coherentes que reciben el nombre de sistemas de valores.

Thurstone y Osgood consideran a la actitud como una evaluación o reacción afectiva.

En términos generales, la actitud consta de tres componentes: el componente afectivo, el cognoscitivo y el conductual.

El componente afectivo se refiere a los sentimientos de la persona con respecto al objeto; el componente cognoscitivo es el conjunto de categorías que el ser humano utiliza para denominar a todos los estímulos, y el componente conductual es aquel que mueve al individuo a actuar o a reaccionar de cierto modo con respecto al objeto de su actitud.

Estos componentes de la actitud surgen de las interacciones sociales por las que un individuo pasa y por ende su experiencia social afectará o modificará sus actitudes y éstas modificarán su percepción social.

2.4 DIMENSIONES DE LA CAUSALIDAD SOCIAL.

"En la mayoría de las situaciones, el modo de reaccionar de una persona a las acciones de los demás está influenciado por su modo de percibir o de interpretar la causa de la conducta. Heider (1958) establece que una de las mayores causas de error en la percepción social es la tendencia a ver las personas, y no las situaciones, como la causa de la acción. Demasiada significación se atribuye a la conducta y a sus efectos y muy poca al contexto situacional; en consecuencia, eventos que en realidad están controlados externamente, son vistos como si dependiesen del propio control de la persona.

Pepitone ha establecido una valiosa distinción entre tres dimensiones de la causalidad percibida que influyen en la interpretación de las acciones: la responsabilidad de la persona en el acto, las intenciones acerca de él, y la justificación del mismo." (11)

Generalmente, tendemos a atribuir mayor responsabilidad a las personas

11) Mann, Leon. ELEMENTOS DE PSICOLOGIA SOCIAL. México, Limusa Wiley, 1972, pp. 129.

atractivas, de status elevado. De igual manera, justificamos sus actos y les concedemos que tuvieron buenas intenciones al realizar determinada acción, a diferencia de lo que ocurre con una personalidad poco atractiva y de bajo status social.

2.5 EMPATIA

Se refiere a la habilidad que tenemos para captar el rol de otro y ser capaces de comprender sus sentimientos, actitudes, valores y creencias, esto nos permite y facilita tener éxito en nuestras relaciones interpersonales.

La empatía reside en la base de la identificación y la comprensión psicológica de los demás.

2.6 HABILIDAD DE JUZGAR.

Existen dos clases diferentes de habilidad para juzgar a la gente:

a) Sensibilidad al otro generalizado.- se basa en el conocimiento que tenemos de cómo se comporta la gente en general. Se refiere a la exactitud que tenemos de percibir las normas sociales, las actitudes y los estados de ánimo de la gente que nos rodea, así como las tendencias sociales en la comida, diversiones, moda, etc.

b) Sensibilidad interpersonal.- es la habilidad para percibir cómo se siente una persona en una situación o interacción específica.

Una vez descritos los elementos que sustentan el proceso de Percepción Social estaremos en mejores posibilidades de comprender y evaluar el comportamiento y las actitudes que orientan el rol de mando de un jefe. Para ello es pertinente que revisemos, también, algunos conceptos sobre las funciones ejecutivas.

C A P I T U L O I I I

F U N C I O N E S E J E C U T I V A S Y L I D E R A Z G O .

CAPITULO III

FUNCIONES EJECUTIVAS Y LIDERAZGO.

3.1 Marco en el que se dan las funciones ejecutivas.

Como primera consideración, a este aspecto, debemos tomar en cuenta que nuestro contexto social obedece a una variedad de contradicciones que se dan tanto en lo social, en lo económico y lo político. México, al igual que muchos países en Latino América, crearon una organización político-administrativa con un carácter excesivo e injustificadamente formalista, tendiente a idealizar una situación que, en realidad, se traducía en una explotación de hombres y de recursos por las clases en el poder.

"La mayoría de las constituciones latinoamericanas reflejan intenciones idealistas y hasta socialmente revolucionarias que no corresponden a la realidad objetiva." (1)

Esta situación idealista es la que mantiene a un numeroso sector de la población al margen de las decisiones que se centralizan en el poder de unos cuantos.

"Tomar parte en las decisiones es algo que se debe otorgar no como dádiva, sino como respeto a un derecho inalienable de las personas. Y lo que se necesita, para poder promover un frente general de avanzada humana, es la posibilidad de participar, de sentir que se es miembro activo de este avance de la humanidad, localizada y circunscrita en este pedano de la tierra que por azares de la historia se llama México." (2)

1) BASES PARA LA PLANEACION ECONOMICA Y SOCIAL DE MEXICO. Seminario celebrado por la Escuela Nacional de Economía de la UNAM, abril 1965, p. 3

2) Michel, Guillermo. ECOLOGIA DE LA ORGANIZACION. México, Trillas, 1978, p. 8

Las organizaciones de trabajo que hay en México son del tipo mixto, es decir, públicas y privadas. Por lo general encontramos que una organización está integrada por un conjunto de individuos, con funciones específicas, interdependientes y complementarias, unidas para lograr un objetivo común .

El modelo de desarrollo organizacional en México debe realizarse tomando en cuenta su realidad. Y es a través de ciertas características que subyacen a toda organización social que debemos partir para nuestro propio desarrollo.

Schein ha establecido seis características de una organización:

1. La organización debe concebirse como un sistema abierto, en interacción constante con su medio ambiente, del cual obtiene materias primas, gente, energía e información, para convertir estos insumos o transformarlos en bienes y servicios que serán exportados al medio ambiente.
2. La organización debe concebirse como un sistema con múltiples propósitos o funciones, los cuales implican varias interacciones de ésta y su medio ambiente. Muchas actividades de los subsistemas, dentro de la organización, no podrán comprenderse sin tener en cuenta todas sus funciones e interacciones.
3. La organización consiste en varios subsistemas que interactúan dinámicamente entre sí.
4. Debido a que los subsistemas son mutuamente dependientes, los cambios en cualquiera de ellos afectarán el comportamiento de los demás.
5. La organización está en un medio ambiente dinámico, el cual consta, a su vez, de otros sistemas; algunos mayores y algunos más pequeños que la misma organización.

6. Finalmente, las relaciones múltiples entre la organización y su medio ambiente dificultan especificar claramente las fronteras de una entidad dada, por ejemplo: dentro de la Facultad de Psicología tenemos diferentes sistemas que están interactuando como serían el sistema académico, el sistema político (sociedad de alumnos), el sistema de investigación, etc.; cada uno de estos sistemas tienen objetivos sumamente diversificados que siguen procedimientos diferentes para la consecución de sus fines.

Este conjunto de procesos plenamente diferenciados e integrados en un sistema, es lo que define a una organización. Y toda organización para que funcione y sobreviva debe coordinarse y cumplir un objetivo común. Para ello recurre al proceso administrativo.

3.2 PROCESO ADMINISTRATIVO.

Tradicionalmente se consideran cinco etapas básicas del proceso administrativo:

- 1) Planeación.- determina el curso de acción que se va a seguir, fijando los objetivos y principios que lo presidan y orienten, así como la secuencia de operaciones necesarias en un organismo social para alcanzarlo.
- 2) Organización.- establece la estructura técnica de las relaciones que se dan entre las jerarquías, funciones y obligaciones individuales de los integrantes de una organización de trabajo.
- 3) Integración.- dota a la organización de todos los medios necesarios para que funcione eficazmente.
- 4) Dirección.- impulsa, coordina y vigila las acciones de cada miembro y grupo que integran a la organización.
- 5) Control.- establece sistemas que le permitan a la organización medir o evaluar los resultados en relación con lo que se espera.

Este conjunto de elementos administrativos, nos permite trabajar efectivamente con un grupo de personas, ya que determina cuáles serán sus funciones. Determinan la presencia de objetivos claros y precisos en cada puesto o cargo en el trabajo. También delimita las áreas de autoridad de cada persona de tal manera que cada quien sepa lo que puede hacer para obtener los resultados deseados.

En este sentido, de estructura de funciones, toda organización formal puede organizar y agrupar las actividades necesarias para alcanzar ciertos objetivos, asignar a cada grupo un administrador con la autoridad necesaria para supervisarlo y coordinar tanto en el sentido horizontal como vertical toda la estructura de la dependencia.

Es evidente, que algunos individuos son los que dirigen y que otros son los que se someten a dicha dirección. Ya sea por la estructura formal de la organización, que otorga el poder a alguien en especial; o ya sea que en los grupos informales surja una persona que influye sobre otras personas para que actúen o piensen en cierta dirección. Lo cierto es que hay una relación interdependiente entre los miembros de un grupo social y que hay alguien que influye más que otros.

3.3 CARACTERISTICAS DEL LIDER.

"La mayoría de las definiciones actuales de liderazgo implican influencia interpersonal: se dice que una persona ocupa un puesto de liderazgo, en la medida en que procura influir sobre otras personas para que actúen. Se es de hecho un líder, en la medida en que los esfuerzos en cierta dirección tengan éxito." (3)

3) Howell, William C. PSICOLOGIA INDUSTRIAL Y ORGANIZACIONAL. México, El Manual Moderno, 1979, p. 99

La posición que ocupa un líder, oficial o no, le da más ventaja sobre los demás miembros del grupo en lo que se refiere a poder e influencia.

"El poder es el grado en que los líderes influyen en la conducta de los demás. El poder varía según el prestigio del dirigente, es decir, según el grado en que los demás consideren que sus actos son significativos, pertinentes o importantes." (4)

"Según French y Raven, existen cinco bases de poder; las primeras tres se derivan básicamente de la organización formal:

1. Poder de gratificación, o la habilidad para controlar la administración de los incentivos.
2. Poder coercitivo, o la habilidad para controlar la administración de los castigos.
3. Poder legítimo, o la autoridad que se concede a un puesto, por parte de la política organizacional o por un acuerdo social.

Las otras dos bases de poder se derivan principalmente del dirigente mismo:

4. Poder de referencia, o el grado en que los subordinados desean identificarse con el dirigente.
5. Poder de pericia, o el grado en que los subordinados perciben al dirigente como muy conocedor en su campo.

Se puede decir que estos tipos de poder tomados en conjunto son los que determinan la estima o el respeto en que se tiene al dirigente."

Pese a todo su poder formal, el dirigente que no se gana el respeto de sus subordinados está en desventaja de poder ejercer toda su

4) Lindgren, Henry Clay. INTRODUCCION A LA PSICOLOGIA SOCIAL. México, Trillas, 1979, p. 377

influencia en el grupo. De tal suerte que en las ocasiones que se encuentre ausente, el grupo trabajará con baja intensidad, sino es que ni siquiera trabajen.

Generalmente, las consideraciones que subyacen a la concepción del liderazgo se han basado en cuatro aspectos fundamentalmente:

1. la estructura formal de la organización y su planeación,
2. la personalidad de quien dirige,
3. las condiciones necesarias para que se dé la influencia, y
4. la comprensión de los factores que influyen en los procesos de pensamiento y de toma de decisiones propios de la posición de jefe en las organizaciones de trabajo. Este interés nace por el hecho de que toda persona que dirige o manda, debe ser eficaz en su toma de decisión, lo que implica una aceptación del riesgo.

3.4 CONSIDERACIONES TEÓRICAS.

A través de estas cuatro consideraciones, han surgido tres orientaciones teóricas sobre la eficacia del liderazgo;

- a) Teoría de la personalidad, se refiere a las características personales del individuo que dirige y que permiten que sea un jefe bueno o malo.

Este enfoque surgió a partir de las décadas de los 30 y de los 40 cuando el uso de pruebas psicológicas estaba en auge para la selección de candidatos a puestos ejecutivos. Mediante estas pruebas se comprobó que los líderes mejor aceptados tienden a manifestarse mejor adaptados en las diferentes pruebas de la personalidad.

Algunos estudios sobre liderazgo, realizados dentro de este enfoque, han demostrado que los líderes tienden a dar mayor información y a interpretar con mayor frecuencia la situación que el resto de los miembros.

Se han hecho varios intentos por desarrollar técnicas que identi- fiquen a las personas que tienen rasgos importantes para ser líderes eficaces. Estos procedimientos van desde pruebas con papel y lápiz a pruebas de ejecución en condiciones reales.

En este punto entran los valores que se consideran con mayor regularidad para determinar un buen líder, entre éstos tenemos, una moral elevada, una productividad alta, igualdad y autoritarismo.

Sin embargo, han sido decepcionantes los intentos por descubrir los rasgos que distinguen a los líderes de los no líderes. Bird examinó a fondo las investigaciones relevantes y pudo compilar una larga lista de rasgos que, en uno ó en más estudios, parecen diferenciar a los líderes de los no líderes. Sólo un 5 % de los rasgos descubiertos fueron comunes en cuatro ó más investigaciones.

Stegdill concluye que los líderes sobrepasan a los no líderes en inteligencia, conocimientos, confiabilidad y responsabilidad, actividad y participación social y status socio-económico.

La lista de rasgos clave que propone Ghiselli consta de inteligencia, iniciativa, habilidad de supervisión, seguridad de sí mismo, y nivel ocupacional a que se aspira.

Todos estos rasgos deben ser considerados con cautela, ya que la combinación de éstos con la personalidad de los subordinados, el clima organizacional, así como otros factores determinan la efectividad del liderazgo.

"En la actualidad un número cada vez mayor de teorizantes está poniendo en tela de juicio esta opinión. Su argumento es que las constantes en el comportamiento de una persona (su "personalidad")

explican muy poco de lo que se hace; lo demás es una función de la situación en la que se encuentra." (5)

Estos teóricos hacen hincapié en la interacción del individuo y la situación en la que se encuentra; de ahí que surjan dos enfoques o teorías que explican esta interacción: Enfoque sobre el comportamiento y el enfoque situacional.

b) TEORIA DEL ESTILO DE COMPORTAMIENTO.

Se basa en el estilo que tiene el dirigente de conducir a su grupo. Estos patrones de comportamiento pueden identificarse como autoritarios, participativos o democráticos, o liberales o laissez faire.

Filley señala que la aplicación de uno u otro estilo gerencial depende de la situación con respecto a las tareas y a las características de los sub alternos.

En la práctica se ha comprobado que los estilos gerenciales se encuentran en un continuo que va desde lo democrático en un extremo, hasta lo autoritario en el otro extremo. En el estilo democrático existe mayor satisfacción entre los miembros del grupo, pero la eficiencia es mucho menor que en el grupo con líder autoritario.

El liderazgo participativo es efectivo cuando: la tarea envuelve decisiones no rutinarias, y cuando las decisiones no requieren hacerse con prontitud, y donde los subalternos sienten una fuerte necesidad de independencia, y sienten que deben involucrarse en la toma de decisiones y contribuir a ellas; por otro lado tienen confianza en su habilidad para trabajar sin una dirección muy cercana.

De acuerdo con Howell esta es una descripción burda del estilo directivo

5) Howell, William C. PSICOLOGIA INDUSTRIAL Y ORGANIZACIONAL. México, El Manual Moderno, 1979, p. 121.

ya que contempla una sola dimensión. Afirma el autor que por lo menos se necesitan dos dimensiones para describir acertadamente la función del líder.

Muchos otros autores coinciden con esta aseveración, entre ellos podemos mencionar a Mouton y a Blake, quienes han trabajado en la demostración de la eficiencia directiva y han encontrado un continuo de por lo menos dos dimensiones, v.gr. máxima preocupación por la persona y por la producción).

c) TEORÍA DE LA SITUACION.

Presupone que para que exista eficiencia, es necesario que el líder sea el más adecuado para cada una de las situaciones que se presentan. Las situaciones, como los sistemas motivacionales, se presentan como algo extremadamente complejo.

Se han hecho diversos intentos para vincular los factores de situación con las teorías de la personalidad o del estilo de comportamiento, encontrándose con la sorprendente aparición de escasas variables que vinculen estos factores con las otras teorías. Cuando mucho se ha estudiado el "Clima Organizacional" más que la definición de las situaciones.

Aparecen dos teorías sobre este aspecto: la teoría de la contingencia de Fiedler y un modelo prescriptivo explícito de Vroom y Yetton.

Según Fiedler dice que la favorabilidad o grado en que las condiciones otorgan al dirigente un poder potencial para influir en el comportamiento de sus subordinados, está determinando lo favorable de una situación en la que se combinan tres factores: estructura de la tarea, relaciones entre dirigente y miembros, y poder de puesto. Al estar bien determinada la tarea que hay que realizar, al existir respeto entre las personas que van a realizar las actividades para la consecución de la meta y al tener el jefe la autoridad necesaria para influir legal y coercitivamente, la situación es favorable para que el rol de líder sea satisfactorio.

El modelo de Vroom y Yetton proporciona una taxonomía de tipos de problemas, un procedimiento para identificar un problema determinado dentro de este esquema, y un conjunto de alternativas de comportamiento para cada problema identificado. Distinguen siete tipos de comportamiento para la Toma de Decisiones, en combinación con ocho atributos de problemas. Este modelo presupone un conjunto de valoraciones basadas en la experiencia. El modelo está realizado en base a un árbol de decisiones.

Una última postura teórica que combina elementos de la teoría situacional es el modelo de "Camino Hacia la Meta". Presupone cuatro estilos de actuación en base a la efectividad para moderar las contingencias esfuerzo ejecución, y ejecución compensación. Al igual que el modelo de Vroom y Yetton, se efectúan predicciones.

En realidad, como hemos podido observar, las características del líder giran en torno de una variedad de pposiciones que van desde los rasgos de la personalidad (inteligencia, dominancia, adaptación, actividad, distancia social, etc.) hasta factores del comportamiento y del clima situacional. Aun faltan estudios al respecto que determinen con más precisión las características del líder.

3,4 EL LIDER COMO MODELO.

Ya en el primer capítulo vimos cómo todo individuo que está aprendiendo se basa en alguna persona como modelo para forjar su identidad; es un proceso importante para la formación de normas sociales.

En este aprendizaje, los líderes desempeñan un rol principal, por ser notables entre los miembros de un grupo y por esforzarse en la consecución de los fines del grupo. De ahí que la participación de la mujer como líder

sea importante, ya que es evidente que un porcentaje cada vez mayor de la población económicamente activa está formada por ellas.

Hablar del líder como modelo, implica un estudio cuidadoso de las características tanto del hombre como de la mujer dentro de la estructura organizacional; atendiendo a las necesidades del trabajo, es decir, el líder enfocado u orientado hacia la tarea o hacia los aspectos socio-emocionales. También, habría que considerar la congruencia entre la situación y las características de la persona que dirige en el proceso de interacción entre el dirigente y los seguidores; así como la participación del líder en la Toma de decisiones críticas.

En síntesis, si queremos comprender el liderazgo debemos visualizar la situación entera.

Una forma de aproximarnos al estudio del liderazgo conllevaría al análisis de las creencias y actitudes que tienen al respecto dentro de las organizaciones laborales los mismos jefes. Y como las creencias y actitudes no las podemos observar directamente, se hace indispensable el empleo de técnicas de medición actitudinal como son el Diferencial Semántico y el Análisis de Contenido, que a continuación explicamos en el siguiente capítulo.

CAPITULO IV

TECNICAS PARA MEDIR LA PERCEPCION SOCIAL HACIA LA MUJER

CON PUESTOS DE MANDO.

CAPITULO IV

TECNICAS PARA MEDIR LA PERCEPCION SOCIAL HACIA LA MUJER
CON PUESTOS DE MANDO.

4.1 Efectos del lenguaje sobre nuestra percepción social.

Como hemos podido observar durante el desarrollo de nuestro tema, el lenguaje es el elemento central de nuestra investigación. No podemos pensar en la percepción social, aisladamente, sin haber considerado los efectos que sobre ella tiene el desarrollo del lenguaje.

El ser humano representa a los objetos que le rodean, así como al mundo en el que habita mediante ideas que los simbolizan. La sociedad en conjunto determina cuáles serán los esquemas conceptuales y simbólicos que expliquen de alguna manera la existencia humana en algún grupo específico; así como el tipo de actividad que desempeñan de acuerdo con ciertos criterios. Una variedad de patrones esquemáticos se relacionan continuamente entre los objetos, las personas y nuestro ambiente; asociamos una palabra con un objeto particular " Hombre " o " Mujer " y estos a su vez impregnados de una serie de adjetivos que los identifican; por ejemplo; si asociamos el sonido de "mamá", pensamos en una mujer, si es el sonido de "papá" lo asociamos con un hombre, etc., y así sucesivamente; y en la medida que el individuo incrementa sus conocimientos del mundo que le rodea, aprende que ciertos sonidos tienen referentes muy específicos y poco a poco comienza a representar las cualidades abstractas simbólicamente. Aprende las palabras "bueno" y malo", "bonito y feo", "activo y pasivo", etc., y así un sin fin de calificativos que juzgan a las cosas y personas que le rodean. De igual manera aprende a evaluar su propio comportamiento y el de los demás como "bueno o malo", como aceptable o rechazable".

Por esta razón, en el presente estudio, la unidad de análisis será el significado de las palabras y nos apoyaremos en dos técnicas;

el Diferencial Semántico y el Análisis de Contenido; que nos permiten la cuantificación científica de datos cualitativos.

4.2 DIFERENCIAL SEMANTICO.

El significado de las palabras, frases, objetos, etc., como fenómeno se ha venido estudiando recientemente por filósofos, psicólogos, sociólogos y lingüistas, en forma sistemática. Y es así como surgen las teorías estructurales del significado que han dado origen a un amplio cuerpo de investigación.

"Podríamos definir, en forma esquemática, dos grandes categorías de aproximación al problema del significado: las teorías estructurales y las teorías del proceso mental. En general se podría afirmar que la forma en la que los investigadores, tanto aquellos que parten de las teorías estructurales como los que se fundamentan en las de proceso, han abordado el problema del significado, es aislando el significado de las palabras de aquél de las frases y oraciones" (1).

Tal es el caso del Diferencial Semántico; a través del cual podemos medir el significado de las palabras, así como las actitudes que conllevan. Se basa en las preguntas de selección múltiple.

El Diferencial Semántico es una técnica de medición muy generalizable que se adapta a los requisitos de cada problema de investigación al que se aplique. Cumple los requisitos de objetividad, confiabilidad, validez, sensibilidad y comparabilidad; constituye un instrumento que debe ser construido y reconstruido según las necesidades específicas de la investigación, las condiciones en que se realiza y su propósito.

Osgood utilizó y elaboró una teoría psicológica del significado y la propone como fundamento de la técnica del Diferencial Semántico.

1) Díaz Guerrero, Rogelio y Salas, Miguel. EL DIFERENCIAL SEMANTICO DEL IDIOMA ESPAÑOL. México, Trillas, 1975, p. 12

Tiene su origen en las teorías de Hull y constituye esencialmente una elaboración del concepto del acto del estímulo puro.

La hipótesis de la mediación y el proceso representacional constituyen el modelo conductual de la teoría que fundamenta el D. S. También se observa en esta técnica que el significado está constituido por un espacio de n° dimensiones a través de un continuo experiencial, de las cuales tres son fundamentales:

- Evaluativa.- implica una valoración de los conceptos: bueno-malo, valioso-sin valor, bello-feo, etc.
- Potencia.- implica una valoración de los conceptos: fuerte-débil, pesado ligero, etc.
- Actividad.- implica una valoración de los conceptos: rápido-lento, activo-pasivo, etc.

Osgood cita que estas tres dimensiones representan un continuo de la experiencia que diferentes personas tienen para los mismos estímulos, palabras u objetos y que determinan el significado que cada una de ellas le esté dando, de acuerdo con:

- a) el comportamiento que tienen hacia los objetos que representan.
- b) la frecuencia con que el signo y el objetivo se asocien y
- c) la frecuencia de la asociación de un signo con otros signos.

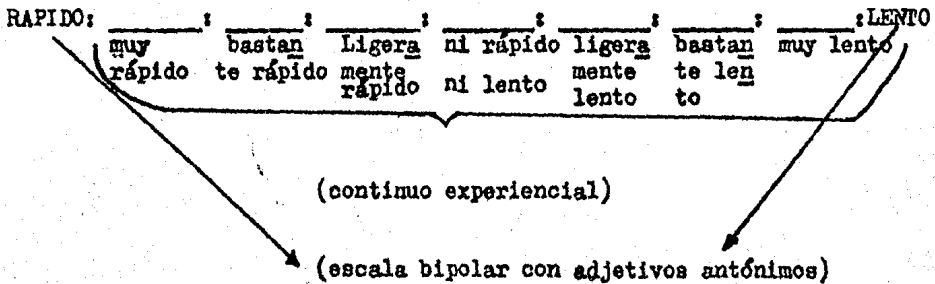
El D.S. se basa en el procedimiento de asociación de palabras en el que se pide a los sujetos que respondan a una palabra estímulo con la primera palabra diferente del estímulo, que se les ocurra.

Se forma a través de escalas bipolares, en las que se presenta una palabra o frase estímulo, a la que deberán contestar los sujetos de la investigación. Se califica la palabra o frase estímulo por medio de las escalas bipolares que contendrán adjetivos antónimos como justo-injusto, bueno-malo, fuerte-débil, etc., a través de un continuo experiencial que

va desde MUY BASTANTE LIGERAMENTE NEUTRO LIGERAMENTE BASTANTE y MUY.

Una forma de poder ejemplificar ésto es la siguiente:

COCHE (palabra estímulo)



Como podemos observar, en el ejemplo anterior, las escalas o adjetivos bipolares suelen ser escalas estimativas de siete puntos, cuya naturaleza ha sido determinada empíricamente. De acuerdo con el problema que se esté investigando se adaptan las escalas estimativas.

En el caso de nuestra investigación se emplearon escalas estimativas de cinco puntos. El sujeto calificaba el estímulo según la percepción que tenía de la relación entre la palabra estímulo y la frase estímulo y uno de los polos de la escala. (Ver cuestionario)

La calificación en el intervalo central, es decir, aquella que deja dos intervalos a la derecha y dos a la izquierda, indica que el sujeto considera al estímulo como neutro. Las calificaciones indican la dirección e intensidad de la relación del estímulo con los adjetivos.

Esta técnica puede ser empleada a través del método gráfico o por medio de proyectores de diapositivas y la medición del tiempo de latencia. Estos dos últimos métodos solo pueden emplearse con una persona a la vez, lo cual incrementa el tiempo para la recolección de los datos.

En la presente investigación, preferimos utilizar el método grá

fico, ya que aumenta considerablemente la recolección de los datos con economía de tiempo y material, además de ser el más fácil de tabular y de concentrar en tarjetas de computadora para su análisis estadístico.

Un estudio parecido a la presente investigación fue el de Haire, Ghiselli y Porter llevado a cabo en 1976 sobre las actitudes de 3,641 directivos de empresas, pertenecientes a catorce países. El contenido de su estudio está reducido a tres áreas principales: liderato, la función del directivo de empresa en su cultura y los motivos que desean satisfacer en su trabajo, así como el grado en que tales directivos encuentran haber alcanzado aquellas satisfacciones.

Para medir el liderato, emplearon ocho reactivos para ser calificados a través de una escala de cinco posibilidades que van desde "totalmente de acuerdo" a "totalmente en desacuerdo". Para medir la función del directivo utilizaron la técnica del Diferencial Semántico con quince palabras estímulo y nueve escalas bipolares. De los quince conceptos o palabras estímulo, ocho se referían a tipos de funciones directivas (dirigir, persuadir, decidir, cooperar, crear, reprender, cometer un error y engañar); seis se referían a las posiciones en la jerarquía de dirección (supervisor de taller, capataz de taller, coronel, sargento, obispo y sacerdote); el último se refería a una posición en relación con el trabajo o la profesión (concepto de médico).

Para la tercera parte de su investigación, emplearon once reactivos basados en la jerarquía de necesidades de Maslow en lo que concierne a Seguridad, Necesidades Sociales, Necesidades de Estimación y necesidades de Autonomía y Autorrealización. (Haire, Ghiselli y Porter. "ACTITUDES DE LOS DIRECTIVOS". Madrid, España, Ed. Marova, 1976.)

4.3 ANALISIS DE CONTENIDO.

Esta técnica responde a la necesidad de analizar material simbólico o "cualitativo", que se da a través de productos verbales.

La formación y transmisión de normas, valores, actitudes, y habilidades de grupos se realizan en gran parte por medio de la comunicación verbal. De tal suerte, que podemos afirmar que el Análisis de Contenido es un método de estudio de las comunicaciones. " Se desarrolló en los Estados Unidos en la rama de la psicología social llamada communications research". (2) Es una técnica de investigación cuya finalidad es la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación.

Berelson señala tres enfoques del análisis de materiales simbólicos:

- a) características del propio contenido.
- b) inferencias válidas a partir del contenido .
- c) interpretación del contenido con la finalidad de revelar algo sobre la naturaleza de los receptores a los que se dirige o de sus efectos.

"En el primer enfoque, el investigador, según cual sea su interés, concentrará su atención sobre la naturaleza sustantiva o sobre la forma del contenido." (3)

" El segundo enfoque importante en el análisis de contenido es la búsqueda de conocimientos sobre el sujeto productor del material o, en un sentido más general, de las causas del material simbólico, estudiadas a partir de las características del mismo material." (4)

" En el tercer enfoque importante del análisis de contenido, el

2) Diverger, Maurice. METODOS DE LAS CIENCIAS SOCIALES. Barcelona, España, Ed. Ariel, 1980, p. 166

3) Festinger y Katz. LOS METODOS DE INVESTIGACION EN LAS CIENCIAS SOCIALES.

4) Idem., p. 398. Argentina, 1978, p. 392

material se toma como base para inferir las características del público al cual se dirige o para determinar los efectos de la comunicación. Es evidente que para hacer inferencias sobre las características del público a partir de las características del contenido sólo es posible si se adoptan determinados supuestos (por ejemplo, que la comunicación refleja acertadamente los intereses del público) acerca de la situación en que se produce el contenido. " (5)

5) Idem., p. 398

4.4 APLICACIONES:

Usos del contenido de acuerdo con la naturaleza sustantiva o la forma del mismo.

- para describir tendencias en el contenido de la comunicación.
- para rastrear el desarrollo de los trabajos científicos
- para detectar diferencias internacionales en el contenido de la comunicación
- para comparar medios o "niveles" de comunicación
- para construir y aplicar estándares de comunicación
- para colaborar en operaciones de investigaciones técnicas
- para detectar técnicas de propaganda.
- para medir la "legibilidad de los materiales de comunicación"
- para descubrir aspectos estilísticos.

Usos del contenido en base a las causas del material simbólico.

- para identificar las intenciones y otras características de los autores de la comunicación.
- para determinar el estado psicológico de personas y grupos
- para detectar la existencia de propaganda (principalmente con fines legales)
- para obtener información política y militar

Usos del contenido para inferir las características del público al cual se dirige.

- para reflejar actitudes, intereses y valores (pautas culturales) de grupos de población
- para detectar el foco de atención
- para describir respuestas que configuren conducta y actitudes ante las comunicaciones.

4.5 CARACTERISTICAS:

El análisis de contenido, se sitúa a un nivel intermedio entre las técnicas profundas de la semántica cuantitativa y los procedimientos elementales de las tablas de materias cuantificadas, ya que no considera todos los vocablos, todas las asociaciones de palabras, todas las concordancias, como el primer procedimiento, pero tampoco se limita a la visión global y sumaria del segundo.

Una consideración importante, es saber si el análisis se efectúa sobre la totalidad de los documentos estudiados o sobre una parte de ellos, determinada por un sistema de selección o sondeo. Todo depende de la amplitud de los documentos estudiados. En los análisis de prensa se utilizan a veces sistemas de selección por "rotación", es decir pueden elegirse las ediciones matutinas de los periódicos locales de la primera semana de febrero, la segunda de mayo, la tercera de agosto y la cuarta de noviembre o bien los diferentes días de la semana sucesivamente.

El análisis de contenido consiste en agrupar en cierto número de categorías preestablecidas, los elementos de un texto, ya sean frases, palabras o párrafos, según la unidad analítica elegida. Se clasifican todos los elementos de un texto, encasillándolos. Una vez determinadas las categorías, se disponen los elementos de manera objetiva a fin de facilitar la determinación, *de los vocablos. Este es el primer paso para construir el plan de análisis o código.* De esta forma, el texto se ha traducido y descompuesto en cifras que se manejan conforme a los procedimientos matemáticos ordinarios. El rigor de los resultados obtenidos dependerá del valor de las catego-

rías y la exactitud de la disposición de los vocablos.

UNIDADES DE ANALISIS.

Los elementos a analizar elegidos, pueden clasificarse en dos grandes grupos: elementos de origen gramatical y aquellos que no lo son, Los primeros son esencialmente: el vocablo, la frase o el párrafo.

El análisis de los vocablos, está constituido por las palabras seleccionadas; pueden ser todas o sólo algunas de ellas. Si se eligen palabras claves o símbolos, se redacta una lista de éstas, de manera tal que expresen determinadas actitudes o tendencias y se buscará en los textos analizados, el número de veces que cada una de las claves aparece.

De esta manera, más que la palabra como unidad gramatical, es su significado lo que se utiliza como materia de análisis.

El análisis general de los vocablos de un texto, es utilizado en literatura como método de estudio del estilo de los autores, también utilizado en ciencias sociales, pero en menor proporción.

La unidad de análisis de las frases y párrafos será un grupo de palabras reunidas gramaticalmente, si un párrafo se repite tres o cuatro veces en un mismo tema, se contará una sola vez, pero si desarrolla dos o tres temas diferentes se contará una vez cada uno de ellos.

CATEGORIAS DE ANALISIS:

Es muy importante formular cuidadosamente las categorías que servirán de marco para examinar un documento. Así pues, pueden considerarse categorías de forma referentes a la manera en que el texto trata o expone los temas, la intensidad desde el punto de vista del efecto supuestamente pro

ducido por la pregunta analizada sobre la respuesta que emita el sujeto de acuerdo con su experiencia.

En el caso de nuestro estudio las categorías de apreciación se basan en los valores a los que se refiere el sujeto acerca de la posibilidad de que cualquier persona puede adquirir la habilidad para dirigir, así como a las características de personalidad que debe tener un jefe, la opinión que tiene el sujeto acerca de la mujer que ocupa puestos de mando, además de la apreciación que hace sobre la mujer en lo que respecta a ambición y dirección.

Para llevar a cabo la formulación de las categorías, es preciso determinar las hipótesis de trabajo sobre las que se efectuará el análisis de contenido.

El tratamiento cuantitativo de los datos categorizados consiste en tabular las frecuencias obtenidas para cada categoría. Si el sistema de categorización es una dicotomía, la frecuencia de cualquier categoría determinada se calcula generalmente como un porcentaje de todos los entrevistados.

Los datos categorizados implican una definición operacional, previa, para cada categoría.

Comenzamos por establecer las unidades de análisis que emplearemos. "Existen básicamente dos tipos de unidades que debén especificarse: la unidad de registro y la unidad de contexto. La primera es el segmento específico del contenido que se caracteriza por su colocación en una categoría determinada. Y la segunda unidad de análisis es la extensión más amplia de contenido que puede examinarse al caracterizar una unidad de registro. Por ejemplo, el codificador podría contar cada palabra emocionalmente cargada como una unidad de registro, pero tomar como referencia

la totalidad de un párrafo para tener la seguridad de que registrará su significado correcto". (6)

" Cuando consideramos el problema de la generalización es conveniente distinguir dos tipos diferentes de inferencia que pueden estar comprendidos en el proceso. El primero se basa en el supuesto de que los materiales analizados constituyen una muestra representativa de algún universo específico (real o potencial) de materiales. La necesidad de hacer este tipo de inferencia deriva de consideraciones prácticas en la conducción de la investigación. Se ahorrará tiempo y dinero si podemos considerar la descripción de una pequeña muestra como una segura descripción de todo el universo. El segundo tipo de inferencia descansa sobre el supuesto de que las relaciones " descubiertas " entre determinadas condiciones y consecuencias son universalmente verdaderas.

En este tipo de generalización se afirma que, siempre y dondequiera que se logren las condiciones especificadas, se presentarán las consecuencias especificadas y en ese caso no es necesario hacer ninguna suposición sobre el hecho de que la incidencia cuantitativa de determinadas condiciones encontradas en la muestra también se registrará en el universo." (7)

6) Idem., p. 403

7) Idem., p. 415

CAPITULO V

M E T O D O L O G I A

C A P I T U L O V

M E T O D O L O G I A

El tipo de investigación que se utilizó fue un estudio de campo de tipo exploratorio; ya que nos permite conocer mejor cuáles son las variables significativas que afectan la percepción social hacia la mujer con puestos de mando.

Es de tipo exploratorio, debido a que en México no existen antecedentes sobre el problema planteado. A través de él obtendremos un conocimiento más amplio del problema que nos permita identificar nuevos aspectos del mismo antes de formular hipótesis.

Además de que este estudio nos reportará las variables más significativas que intervienen en este proceso, nos permitirá construir instrumentos adecuados para posteriores estudios, aumentará la familiaridad del investigador con el problema planteado para que proyecte posteriormente un estudio más completo y mejor estructurado, además de aclarar conceptos y formular otros nuevos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

A través del estudio de campo exploratorio analizaremos y describiremos "Cómo se percibe a la Mujer Mexicana con puestos de mando".

La mujer, como fuerza de trabajo potencial, ha ido ocupando puestos de mayor responsabilidad y, dado que forma parte de la fuerza de trabajo, en términos globales, es indispensable conocer cómo está siendo percibida en dicho rol, y retomando lo expuesto en capítulos anteriores debemos considerar que la supervivencia de las organizaciones laborales solo se dará cuando existan personas (hombres o mujeres) capaces y eficientes que cubran estos cuadros ejecutivos.

Por otro lado, las expectativas de Jefes y Jefas sobre este rol desempeñado por la mujer, permitirá de alguna manera la retroalimentación necesaria para conocer como se le juzga en este puesto, y le facilitará su superación, además de ampliar el campo de acción de la misma.

Lo anterior se resume en las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuáles son las características que debe tener un Jefe independientemente de su sexo?
2. ¿Se puede adquirir la habilidad de dirigir?
3. ¿Cuáles son las expectativas que tienen los jefes (H y M) hacia las mujeres con puestos similares?
4. ¿Cómo maneja la mujer ejecutiva el proceso administrativo?

ELECCION DE LA MUESTRA.

La muestra fue elegida a través de testimonios privilegiados, la cual establece un mínimo de requisitos deseables para que el sujeto pertenezca a la población que queremos estudiar.

REQUISITOS:

1. Ser Jefe (hombre o mujer)
2. 50 personas del sector público
50 personas del sector privado

Se eligió la muestra con la condición de ser jefe o persona con actividades de mando, porque son quienes mejor pueden evaluar y juzgar el rol de jefe, debido a la experiencia que tienen como jefes, ya que conocen los requisitos mínimos deseables en lo que respecta a autoridad, responsabilidad y funciones que implica este puesto.

PROCEDIMIENTO:

Se elaboró un cuestionario, la primera parte con datos generales, la 2a, con preguntas abiertas y la 3a. parte con 36 escalas bipolares en base al D.S. que responden a 6 fases del proceso administrativo.

Previamente a su aplicación definitiva, fue piloteada a 10 personas (para ver la confiabilidad y validez del mismo) que reunían los requisitos de nuestra muestra, posteriormente al piloteo se modificaron algunas preguntas y se elaboró el cuestionario definitivo que fue aplicado a 100 personas, a nivel ejecutivo (Directores, Gerentes, Jefes de Departamento y Jefes de Sección, tanto hombres como mujeres). Se entregaron 150 cuestionarios de los cuales 98 fueron recuperados, esto es el 64.66%; sin embargo como la muestra establecida desde el principio de mi investigación fue de 100 personas, los 98 cuestionarios representan realmente 98%. (Ver anexo 1)

EXPECTATIVAS:

- La percepción social que tienen los hombres hacia las características de un jefe, está enfocada más hacia la tarea que a las relaciones humanas.
- La percepción social que tienen las mujeres hacia las características de un jefe, está enfocada más hacia las relaciones humanas.
- Tanto hombres como mujeres perciben favorablemente (dentro de una tendencia vanguardista) la posibilidad de adquirir la "habilidad para dirigir.
- La percepción social de los encuestados (hombres y mujeres) hacia la mujer con puestos de mando durante la fase de planeación, control y toma de decisiones, es significativamente desfavorable.
- La percepción social de los encuestados hacia la mujer con puestos de mando durante la etapa o fase de integración y organización es significativamente favorable

TIEMPO DE APLICACION DEL CUESTIONARIO:

La aplicación se llevó a cabo de mayo a noviembre de 1981, 50 cuestionarios aplicados en el sector privado y 50, en el sector público (25 hombres y 25 mujeres de cada uno de los sectores respectivamente).

El tiempo aproximado para la aplicación de cada cuestionario fue de 30 a 45 minutos, este cuestionario también fue autoadministrable, sin establecer límite de tiempo para su resolución.

OBTENCION DE RESULTADOS.

Una vez que se terminó de aplicar el cuestionario, se procedió a tabular la información, obteniendo los resultados de cada respuesta.

Para la primera parte del cuestionario (datos generales) se obtuvieron porcentajes, para la segunda parte (preguntas abiertas) además de obtener porcentajes se utilizó el análisis de contenido de tipo cuantitativo para corroborar las expectativas, que a su vez nos proporcionaron un conjunto de elementos para hacer la síntesis precisa y sumaria de los resultados, a fin de estar en posibilidad de mejorar la calidad de la interpretación que nos permitió hacer inferencias más significativas del problema en cuestión. En la tercera parte, se empleó la técnica del Diferencial Semántico. Para medir la se asignaron los siguientes valores a cada una de las opciones:

- + 2 muy favorable
- + 1 favorable
- 1 desfavorable
- 2 muy desfavorable

Los grados asignados de +2 y +1 son las tendencias hacia la favorabilidad que tienen los jefes con respecto a las funciones que realiza una mujer dentro del proceso administrativo; las respuestas con +2 son las de mayor intensidad, y las que calificaron con +1, son las de menor intensidad.

Los grados asignados de -2 y -1, son las tendencias hacia lo desfavorable, el -2 corresponde a las respuestas de mayor intensidad y el -1 a las respuestas de menor intensidad.

Para conseguir la validez del Diferencial Semántico se utilizó el método de "validez de facie", que consiste en obtener las calificaciones factoriales para cada una de las escalas; se multiplican las frecuencias de respuesta de cada espacio por su grado asignado, se suman los resultados positivos y negativos de cada escala y se dividen entre el número total de sujetos que contestaron el cuestionario.

Posteriormente obtenemos las dimensiones de la escala para calcular el "nivel de polarización", que nos indica la intensidad con que la evaluación se dirigió hacia cualquiera de los dos polos. La fórmula que empleamos es:

$$P = E^2 + P^2 + A^2$$

en donde: P = nivel de polarización.

E^2 = puntajes obtenidos para la dimensión de evaluación al cuadrado.

P^2 = puntajes obtenidos para la dimensión de potencia al cuadrado.

A^2 = puntajes obtenidos para la dimensión de actividad al cuadrado.

A continuación aparecen tablas y gráficas que muestran los resultados:

I
R E S U L T A D O S D E
L O S
D A T O S G E N E R A L E S .

I. RESULTADOS DE LOS DATOS GENERALES

T A B L A 1 : E D A D

65

E D A D	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	OBSERVACIONES
22	1	3	4	
23	2	2	4	
24	3	-	3	Como podemos observar
25	1	2	3	en la tabla: la edad
27	1	2	3	que tiene mayor inci-
28	2	3	5	dencia es la de 30
29	2	3	5	años (con 9 personas).
30	4	5	9	Después tenemos la edad
31	-	3	3	de 36 (7 personas); y de 28 y
32	3	2	5	29 años (5 personas).
33	3	1	4	De 22, 23, 33, 34 y 37
34	2	2	4	años (con 4); de 24, 25,
35	1	1	2	27, 31, 40, 42 y 45 (con 3)
36	5	2	7	De 35, 46, 50 y 56 (con 2) y
37	2	2	4	de 41, 52, 54, 55, 58, 68 y
38	3	1	4	69 (con una persona o/u).
39	4	1	5	
40	3	-	3	No aparecen las edades de:
41	1	-	1	26, 44, 47, 48, 49, 51, 53,
42	2	1	3	57, 59, 60, 61, 62, 63, 64,
43	1	1	2	65, 66 y 67 años.
45	2	1	3	
46	1	1	2	
50	2	-	2	
52	1	-	1	
54	-	1	1	
55	1	-	1	
56	1	1	2	
58	1	-	1	
68	1	-	1	
69	1	-	1	
TOTAL	57	41	98	

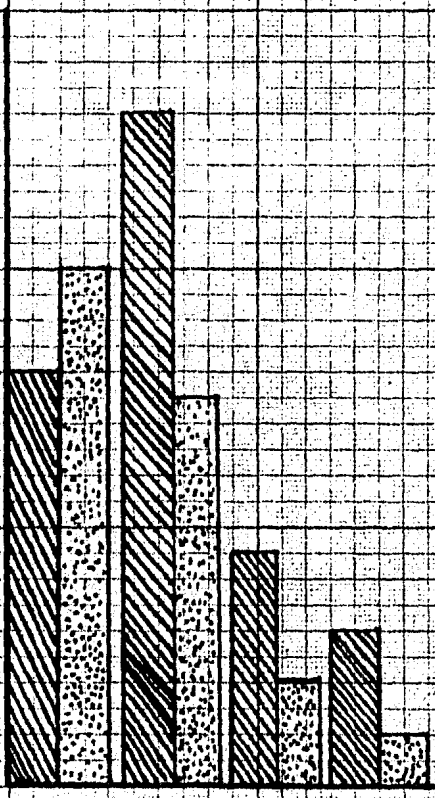
Al analizar los datos contenidos en esta tabla, podemos concluir que entre 30 y 36 años se encuentran las frecuencias más altas en los puestos ejecutivos que estudiamos. Siendo ligeramente igual, tanto para hombres como para mujeres a los 30 años; y francamente superior la frecuencia de los hombres en puestos ejecutivos a los 36 años.

Otra observación que se desprende de estos datos, es que la distribución de los hombres por edad es relativamente más uniforme que en las mujeres. Para las mujeres, la incidencia es más homogénea hasta los 37 años (aproximadamente), y a partir de los 38 en adelante se presentan casos aislados.

GRAFICA 1. EDAD DE LAS PERSONAS QUE FORMARON PARTE DEL ESTUDIO, EXPRESADA EN INTERVALOS.

Hombres
Mujeres

28
27
26
25
24
23
22
21
20
19
18
17
16
15
14
13
12
11
10
9
8
7
6
5
4
3
2
1



20 a 30 31 a 40 41 a 50 51 a 70
E D A D

Tabla 2

PUESTO QUE OCUPA	HOMBRES	MUJERES
Director	1	-
Subdirector	4	-
Gerente	9	-
Subgerente	1	-
Jefe de departamento	28	14
Jefe de sección	14	27
Total	57	41

OBSERVACIONES

Como se puede observar, en los primeros cuatro niveles no aparece la mujer; en cambio en los niveles inferiores se concentra la totalidad.

Tabla 3

ESTADO CIVIL	HOMBRES	MUJERES
Casado	40	18
Soltero	15	21
Divorciado	1	2
No contestó	1	-
Total	57	41

El número de hombres casados con puestos ejecutivos es considerablemente mayor que el de los solteros. Por otra parte, el número de solteras es ligeramente mayor que el de las casadas.

Tabla 4

CLASE DE EMPRESA	HOMBRES	MUJERES
Servicios	32	21
Comercial	25	20
Total	57	41

En las tablas 4 y 5 se observa que tanto hombres como mujeres se desplazan en mayor número hacia las empresas del sector público y de servicios.

Tabla 5

SECTOR AL QUE PERTENECE	HOMBRES	MUJERES
Público	32	22
Privado	25	19

Tabla 6

GRADOS ACADÉMICOS	HOMBRES	MUJERES
Primaria	1	1
Secundaria	7	16
Preparatoria	14	10
Profesional	36	14
Total	57	41

OBSERVACIONES

Los hombres alcanzan un mayor nivel académico en relación con las mujeres.

Tabla 7

CURSOS DE ACTUALIZACIÓN	HOMBRES	MUJERES
Sí	36	27
No	21	14

Ambos sexos manifiestan su preocupación por actualizarse y proporcionalmente en el caso de la mujer, esta inquietud es un poco mayor.

Tabla 8. Ingreso Mensual por Puesto.

PUESTO	R A N G O													
	1		2		3		4		5		6		7	
	HOM.	MUJ.	HOM.	MUJ.	HOM.	MUJ.	HOM.	MUJ.	HOM.	MUJ.	HOM.	MUJ.	HOM.	MUJ.
Director														1
Subdirector														4
Gerente														8
Subgerente														1
Jefe de departamento.					3	2	1		3	6	7		14	6
Jefe de sección					3	8	3	14	3	4	2		3	

Rangos: (1) hasta \$ 5,000.-
 (2) 5,001 - 10,000
 (3) 10,001 - 15,000
 (4) 15,001 - 20,000
 (5) 20,001 - 25,000
 (6) 25,001 - 30,000
 (7) más de 30,000.-

La frecuencia mayor se localiza para los hombres, en el rango 7 (14 jefes de departamento), y para las mujeres en el rango 4 (14 jefes de sección).

(Datos obtenidos en 1981)

T a b l a 9. Antigüedad en el Puesto

P U E S T O	DE 6 MESES A 2 AÑOS		DE 2.1 A 5 AÑOS		DE 5.1 A 10 AÑOS		DE 10.1 A 15 AÑOS		DE 15.1 A 20 AÑOS		DE MAS DE 20 AÑOS	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Director	1											
Subdirector	4											
Gerente	6				3							
Subgerente	1											
Jefe de departamento	17	9	4	3	5	2			1		1	
Jefe de sección	8	14	2	6	4	4		1		1		1

En la tabla No. 9 observamos que la antigüedad de los encuestados, en su mayoría, se localiza en el intervalo de 6 meses a 2 años, siendo menor de 10 a 20 años.

II

RESULTADOS DEL ANALISIS
DE CONTENIDO

(Cuantitativo de tipo exploratorio)

OBJETIVOS DE LAS SIETE PREGUNTAS ABIERTAS:

P R E G U N T A

O B J E T I V O

- | | |
|--|--|
| <p>1. ¿ La habilidad de dirigir, puede ser adquirida por la mayor parte de las personas?</p> | <p>- Observar la tendencia conservadora o de vanguardia que tienen los encuestados.</p> |
| <p>2. ¿ En su opinión, cuáles son los atributos que debe tener un jefe?</p> | <p>- Determinar en cuál de las tres posiciones que existen sobre liderazgo se ubican los encuestados.</p> |
| <p>3. ¿ Si Ud. tuviera la posibilidad de elegir a su jefe, escogería a un hombre o a una mujer?</p> | <p>- Determinar la preferencia que tienen los encuestados hacia la elección de un jefe, ya sea hombre o mujer.</p> |
| <p>4. ¿ Qué opina de la mujer que ocupa puestos ejecutivos?</p> | <p>- Determinar el grado de favorabilidad hacia la mujer con puestos de mando.</p> |
| <p>5. ¿ Considera Ud. que la mujer promedio prefiere ser dirigida?</p> | <p>- Determinar el grado en el que perciben la dependencia de la mujer a nivel ejecutivo.</p> |
| <p>6. ¿ Cree Ud. que la mujer tiene relativamente poca ambición, dentro de las organizaciones de trabajo?</p> | <p>- Determinar el grado en el que los encuestados perciben el rol de superación de la mujer.</p> |
| <p>7. ¿ A través de su experiencia, qué factores ha observado Ud. que impiden la proyección de la mujer a nivel ejecutivo?</p> | <p>- Determinar cuáles son las restricciones socioculturales que impiden la promoción de la mujer.</p> |

CATEGORIAS Y UNIDADES DE ANALISIS. RESPUESTA A LA PREGUNTA # 1.	DEFINICION	FRECUENCIAS DE LAS RESPUESTAS	
		HOMBRES	MUJERES
1. Actitud Conservadora.	Aceptación de todo lo tradicional.	20	19
2. Actitud de Vanguardia.	Aceptación por el cambio.	37	22
RESPUESTA A LA PREGUNTA # 2			
1. Personalidad del líder.	Características personales del individuo que dirige. Entendido por personalidad a la "integración dinámica de los mecanismos biopsicológicos que determinan la particular adaptación del individuo a su ambiente (Allport)		
- Carisma.	Capacidad de magnetizar o atraer emocionalmente a las demás personas, sin un atributo racional que se pueda explicar.	13	7
- Ion de Mando.	Capacidad de dar órdenes y hacer que se cumplan.	34	17
- Capacidad intelectual.	Habilidad que tiene el individuo para reaccionar adecuadamente a las diferentes situaciones y adaptarse a éstas para conseguir los		
	fines propios.	19	9
- Carácter.	Manera de ser o de reaccionar de un individuo.	5	2
- Responsabilidad.	Capacidad para contraer obligaciones y cumplirlas.	9	13
- Confianza en sí mismo.	Actitud favorable hacia uno mismo.	9	3
- Madurez.	Grado de independencia que posee un individuo, que se relaciona con una mayor actividad, intereses profundos y posición de igualdad.	8	10
- Equilibrio Emocional.	Tolerancia a la presión del medio ambiente.	5	1
- Adaptación.	Capacidad que tiene el individuo para ajustarse a su medio.	2	-
- Energía y Capacidad de trabajo.	Capacidad que tiene un individuo para desarrollar una actividad.	13	6
- Orden y Disciplina.	Capacidad que tiene el individuo para desarrollar metódicamente sus actividades.	14	7
- Honestidad.	Comportamiento del sujeto íntegro.	5	7
- Creatividad.	Habilidad que tiene el individuo de producir nuevas cosas o ideas.	3	-
- Toma de decisiones.	Habilidad para elegir entre varias alternativas.	4	6
2. Líder en base a la situación.	Cuando las condiciones proporcionan al líder un poder potencial para influir en el comportamiento de los demás. Conocimiento del área a su cargo.	7 26	7 15
3. Líder en relación con el grupo.	El grupo define quién va a ser líder.		

<p>- Capacidad de expresar deseos comunes.</p>	<p>para lograr un fin común.</p>	<p>23</p>	<p>13</p>
<p>- Imparcialidad.</p>	<p>Habilidad que tiene un individuo para interpretar el sentir y pensar de los demás y comunicarlo.</p>	<p>17</p>	<p>15</p>
<p>- Capacidad de delegar y reflejar el progreso del grupo.</p>	<p>Habilidad para ser objetivo y no dejarse influir por los demás.</p>	<p>8</p>	<p>7</p>
<p>- Interacción Humana.</p>	<p>Habilidad para comprender y jugar a los demás para convivir adecuadamente.</p>	<p>28</p>	<p>30</p>
<p>RESPUESTA A LA PREGUNTA # 3.</p>			
<p>a) Elige/a a una Mujer</p>		<p>1</p>	<p>9</p>
<p>b) Elige/a a un Hombre.</p>		<p>34</p>	<p>18</p>
<p>c) Indiferencia.</p>		<p>22</p>	<p>18</p>

RESPUESTA PARA LA PREGUNTA # 4.		FRECUENCIAS DE LAS RESPUESTAS	
		HOMBRES	MUJERES
a) Favorable		49	40
b) Desfavorable		5	1
c) Indiferente		3	-
RESPUESTA PARA LA PREGUNTA # 5.			
a) Si existe dependencia.		47	27
b) No existe dependencia.		10	14
RESPUESTA PARA LA PREGUNTA # 6.			
a) Percepción favorable hacia el rol de superación de la mujer.		31	30
b) Percepción desfavorable hacia el rol de superación de la mujer.		25	11
RESPUESTA PARA LA PREGUNTA # 7.			
(Factores que impiden la proyección de la mujer a nivel ejecutivo)			
- Patrones socioculturales.	Sistema patriarcal, costumbre y tradición.	25	21
- Embarazo y Maternidad.		6	9
- Matrimonio		8	8
- Poca responsabilidad de la mujer.		7	1
- Dependencia		15	2
- Falta de preparación		13	4

R E S U L T A D O S D E L
ANALISIS FACTORIAL DE LAS ESCALAS BIPOLARES DEL
DIFERENCIAL SEMANTICO.

P L A N E A C I O N

Escala (+) PRECISA - IMPRECISA (-)

Hombres	13	20	11	11	2	26	20	0	-11	-4 = 31	→ .54
Mujeres	23	8	5	4	1	46	8	0	-4	-2 = 48	→ 1.1
	2	1	0	-1	-2						

Escala (-) DEBIL - FUERTE (+)

Hombres	3	14	11	22	7	-6	-14	0	22	14 = 16	→ .28
Mujeres	1	4	10	12	14	-2	-4	0	12	28 = 34	→ .82
	-2	-1	0	1	2						

Escala (+) CONFIABLE - PELIGROSA (-)

Hombres	17	21	11	6	2	34	21	0	-6	-4 = 45	→ .78
Mujeres	21	13	5	1	1	42	13	0	-1	-2 = 52	→ 1.2
	2	1	0	-1	-2						

Escala (+) PROFUNDA - SUPERFICIAL (-)

Hombres	10	25	12	9	1	20	25	0	-9	-2 = 34	→ .59
Mujeres	15	13	6	4	3	30	13	0	-4	-6 = 33	→ .80
	2	1	0	-1	-2						

Escala (+) MUCHO - POCO (-)

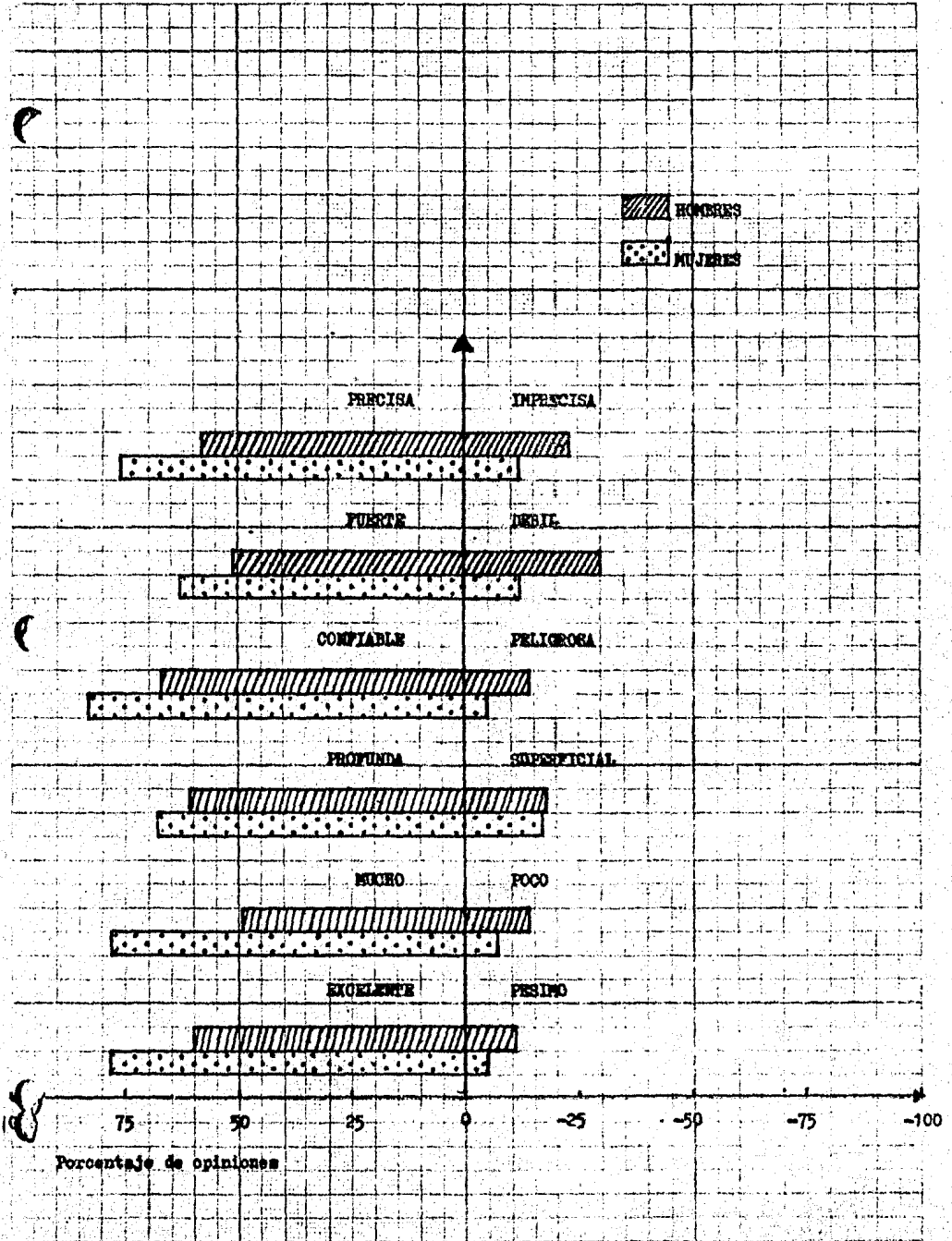
Hombres	8	20	21	6	2	16	20	0	-6	-4 = 26	→ .45
Mujeres	19	13	6	1	2	38	13	0	-1	-4 = 46	→ 1.1
	2	1	0	-1	-2						

Escala (-) PESIMO - EXCELENTE (+)

Hombres	0	6	17	29	5	0	-6	0	29	10 = 33	→ .57
Mujeres	2	0	7	20	12	-4	0	0	20	24 = 40	→ .97
	-2	-1	0	1	2						

CALIFICACIONES FACTORIALES DE CADA UNA DE LAS ESCALAS DE ACUERDO A LA DIMENSION QUE MIDEN:

	Hombres	Mujeres
- Actividad	.495	1.1
- Evaluativa	.675	1.085
- Potencia	.435	.81



O R G A N I Z A C I O N

Escala (+) BUENA - MALA (-)

Hombres	29	17	6	5	0 = 57	58	17	0	-5	0 = 70	→	1.2
Mujeres	28	9	2	2	0 = 41	56	9	0	-2	0 = 63	→	1.5
	2	1	0	-1	-2							

Escala (-) INUTIL - UTIL (+)

Hombres	0	4	7	23	23	0	-4	0	23	46 = 65	→	1.1
Mujeres	2	0	1	11	27	-4	0	0	11	54 = 61	→	1.4
	-2	-1	0	1	2							

Escala (+) FUERTE - DEBIL (-)

Hombres	7	25	15	9	1	14	25	0	-9	-2 = 28	→	.49
Mujeres	17	17	5	2	0	34	17	0	-2	0 = 49	→	1.1
	2	1	0	-1	-2							

Escala (+) AIMIRABLE - DESPRECIABLE (-)

Hombres	10	25	21	1	0	20	25	0	-1	0 = 44	→	.78
Mujeres	16	19	6	0	0	32	19	0	0	0 = 51	→	1.2
	2	1	0	-1	-2							

Escala (-) IRRESPONSABLE - RESPONSABLE (+)

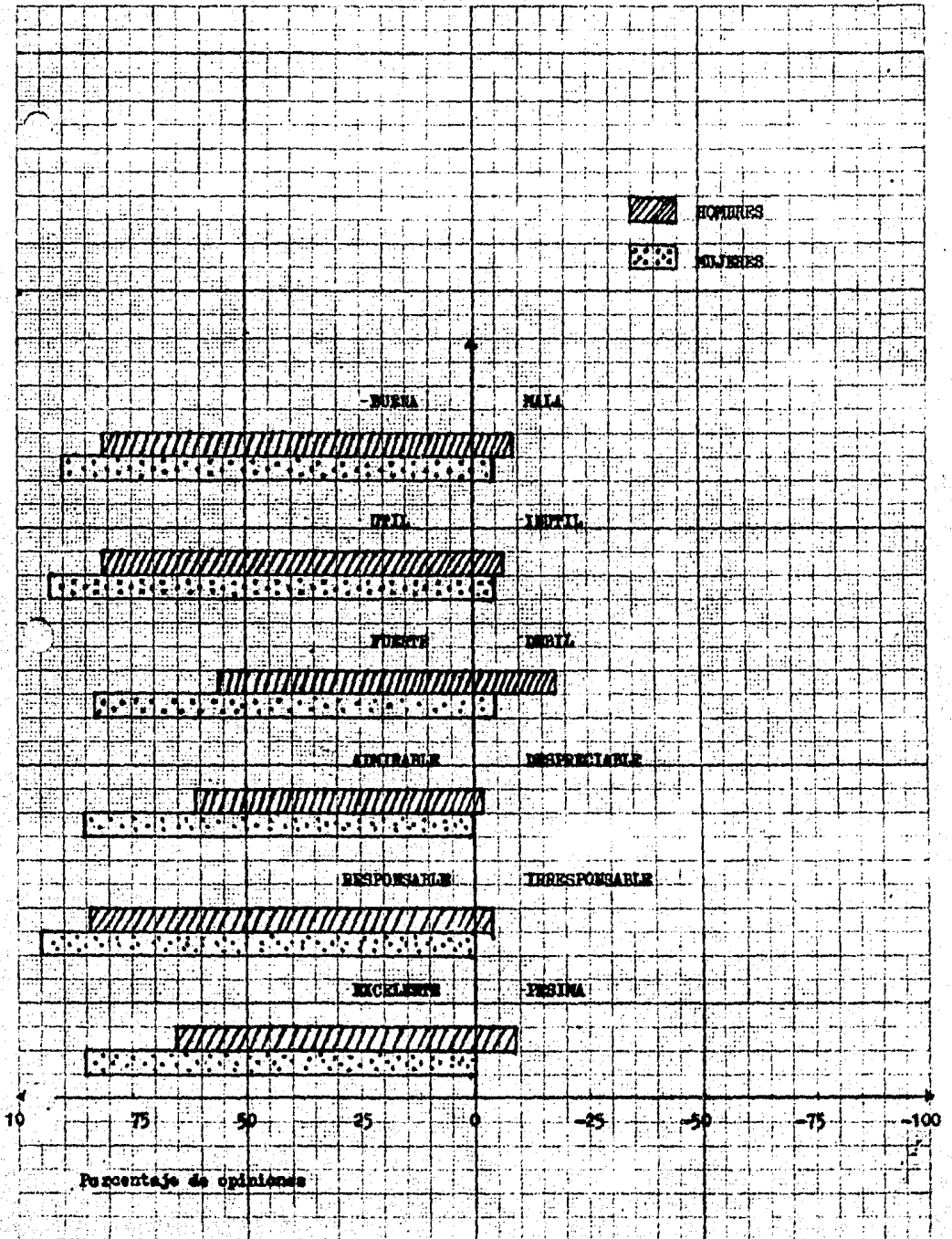
Hombres	1	1	7	14	34	-2	-1	0	14	68 = 79	→	1.3
Mujeres	0	0	2	7	32	0	0	0	7	64 = 71	→	1.7
	-2	-1	0	1	2							

Escala (+) EXCELENTE - PESIMA (-)

Hombres	9	28	15	5	0	18	28	0	-5	0 = 41	→	.71
Mujeres	14	21	6	0	0	28	21	0	0	0 = 49	→	1.2
	2	1	0	-1	-2							

CALIFICACIONES FACTORIALES DE CADA UNA DE LAS ESCALAS DE ACUERDO A LA DIMENSION QUE MIDEN:

	Hombres	Mujeres
- Evaluativa	1.018	1.4
- Potencia	.49	1.1



I N T E G R A C I O N

Escala (+) RAPIDA - LENTA (-)

Hombres	18	20	8	10	1	36	20	0	-10	-2	= 44	→ .77
Mujeres	19	11	7	4	0	38	11	0	-4	0	= 45	→ 1.1
	2	1	0	-1	-2							

Escala (-) DESAGRADABLE - AGRADABLE (+)

Hombres	0	4	4	26	23	0	-4	0	26	46	= 68	→ 1.2
Mujeres	0	1	2	11	27	0	-1	0	11	54	= 64	→ 1.6
	-2	-1	0	1	2							

Escala (+) FUERTE - DEBIL (-)

Hombres	5	30	15	7	0	10	30	0	-7	0	= 33	→ .58
Mujeres	17	12	10	1	1	34	12	0	-1	-2	= 43	→ 1.05
	2	1	0	-1	-2							

Escala (+) AMABLE - DESCORTES (-)

Hombres	30	20	5	2	0	60	20	0	-2	0	= 78	→ 1.37
Mujeres	27	11	3	0	0	54	11	0	0	0	= 65	→ 1.58
	2	1	0	-1	-2							

Escala (-) NERVIOSA - CALMADA (+)

Hombres	6	19	12	15	5	-12	-19	0	15	10	= -6	→ -.1
Mujeres	4	2	13	10	12	-8	-2	0	10	24	= 24	→ .58
	-2	-1	0	1	2							

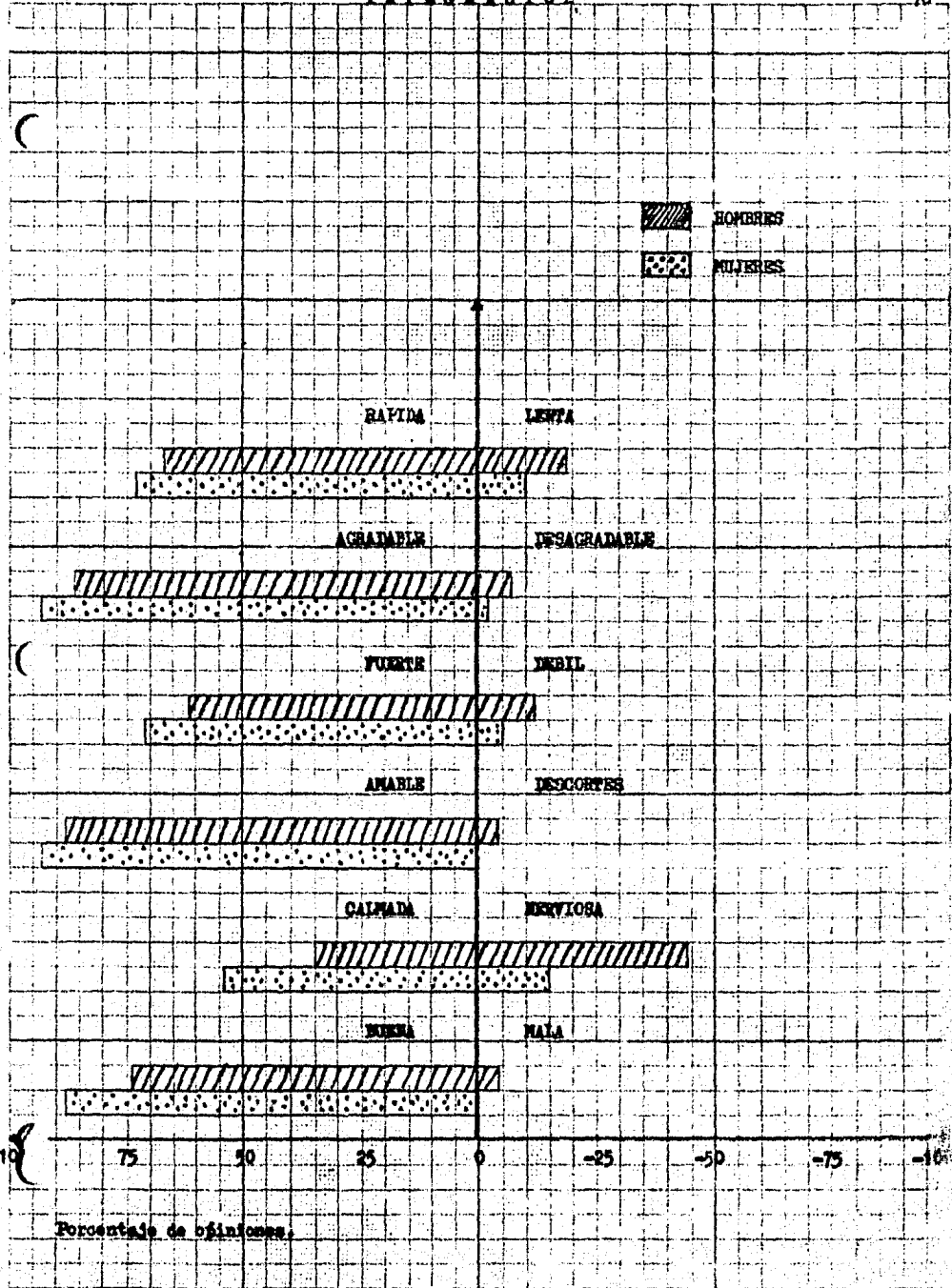
Escala (-) MALA - BUENA (+)

Hombres	1	1	13	28	14	-2	-1	0	28	28	= 53	→ .92
Mujeres	0	0	5	11	25	0	0	0	11	50	= 61	→ 1.49
	-2	-1	0	1	2							

CALIFICACIONES FACTORIALES DE CADA UNA DE LAS ESCALAS DE ACUERDO A LA DIMENSION QUE MIDEN:

	<u>Hombres</u>	<u>Mujeres</u>
- Actividad	.335	.84
- Evaluativa	1.163	1.55
- Potencia	.58	1.05

INTEGRACION



D I R E C C I O N

Escala (+) DURA - BLANDA (-)

Hombres	12	21	9	11	4	24	21	0	-11	-8	= 26	→ .46
Mujeres	9	17	8	5	2	18	17	0	-5	-4	= 26	→ .63
	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>-1</u>	<u>-2</u>							

Escala (-) PARCIAL - IMPARCIAL (+)

Hombres	5	23	9	13	7	-10	-23	0	13	14	= -6	→ -.11
Mujeres	5	14	8	5	9	-10	-14	0	5	18	= -1	→ -.02
	<u>-2</u>	<u>-1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>							

Escala (+) CONFIABLE - DUDOSA (-)

Hombres	18	20	7	10	2	36	20	0	-10	-4	= 42	→ .74
Mujeres	25	11	1	3	1	50	11	0	-3	-2	= 56	→ 1.37
	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>-1</u>	<u>-2</u>							

Escala (+) RESPONSABLE - IRRESPONSABLE (-)

Hombres	23	26	6	1	1	46	26	0	-1	-2	= 69	→ 1.21
Mujeres	30	8	2	1	0	60	8	0	-1	0	= 67	→ 1.63
	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>-1</u>	<u>-2</u>							

Escala (-) RIGIDA - FLEXIBLE (+)



Hombres	5	15	14	13	10	-10	-15	0	13	20	= 8	→ .14
Mujeres	5	11	9	12	4	-10	-11	0	12	8	= -1	→ -.02
	<u>-2</u>	<u>-1</u>	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>							

Escala (+) FUERTE - DEBIL (-)

Hombres	7	26	13	9	2	14	26	0	-9	-4	= 27	→ .47
Mujeres	12	17	10	1	1	24	17	0	-1	-2	= 38	→ .93
	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>-1</u>	<u>-2</u>							

CALIFICACIONES FACTORIALES DE CADA UNA DE LAS ESCALAS DE ACUERDO A LA DIMENSION QUE MIDE:

	<u>Hombres</u>	<u>Mujeres</u>
- Actividad	.16	.19
- Evaluativa	.97	1.5
- Potencia	.47	.93

 HOMEBRES
 MUJERES

DURA

BLANDA



IMPARCIAL

PARCIAL



COMPTABLE

INDIGNA



RESPONSABLE

IRRESPONSABLE



FLEXIBLE

RIGIDA



FUENTE

DEBIL



100 75 50 25 0 -25 -50 -75 -100

Porcentaje de opiniones.

C O N T R O L

Escala (+) JUSTO - INJUSTO (-)

Hombres	16	25	11	4	1	= 57	32	25	0	-4	-2	= 51	→	.89
Mujeres	23	13	5	0	0	= 41	46	13	0	0	0	= 59	→	1.44
	2	1	0	-1	-2									

Escala (-) RIGIDO - FLEXIBLE (+)

Hombres	5	17	9	20	6		-10	-17	0	20	12	= 5	→	.09
Mujeres	2	7	12	8	12		-4	-7	0	8	24	= 21	→	.51
	-2	-1	0	1	2									

Escala (-) DEBIL - FUERTE (+)

Hombres	2	12	16	21	6		-4	-12	0	21	12	= 17	→	.30
Mujeres	2	3	13	11	12		-4	-3	0	11	24	= 28	→	.68
	-2	-1	0	1	2									

Escala (+) PROFUNDO - SUPERFICIAL (-)

Hombres	7	26	13	8	3		14	26	0	-8	-6	= 26	→	.46
Mujeres	12	16	5	5	3		24	16	0	-5	-6	= 29	→	.71
	2	1	0	-1	-2									

Escala (-) POCO - MUCHO (+)

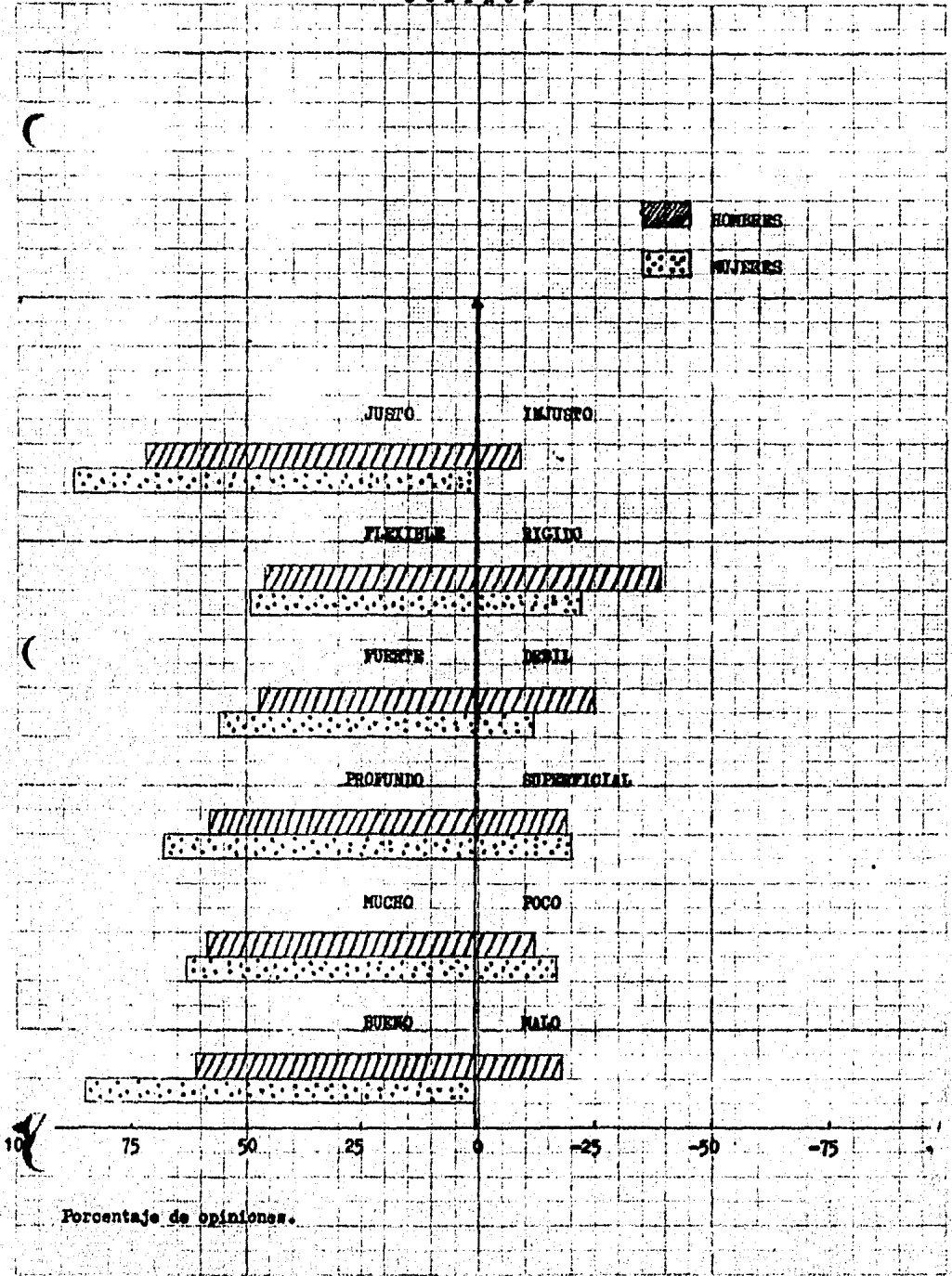
Hombres	3	4	17	25	8		-6	-4	0	25	16	= 31	→	.54
Mujeres	2	5	8	13	13		-4	-5	0	13	26	= 30	→	.73
	-2	-1	0	1	2									

Escala (+) BUENO - MALO (-)

Hombres	17	18	12	8	2		34	18	0	-8	-4	= 40	→	.70
Mujeres	22	13	6	0	0		44	33	0	0	0	= 57	→	1.39
	2	1	0	-1	-2									

CALIFICACIONES FACTORIALES DE CADA UNA DE LAS ESCALAS DE ACUERDO A LA DIMENSION QUE MIDEN:

	<u>Hombres</u>	<u>Mujeres</u>
- Actividad	.31	.62
- Evaluativa	.79	1.41
- Potencia	.38	.69



Porcentaje de opiniones.

T O N A D E D E C I S I O N E S

Escala (+) EFICAZ - INEFICAZ (-)

Hombres	13	24	13	6	1	26	24	0	-6	-2	= 42	→	.74
Mujeres	25	13	2	1	0	50	13	0	-1	0	= 62	→	1.51
	2	1	0	-1	-2								

Escala (-) CORRUPTA - HONESTA (+)

Hombres	1	1	3	19	33	-2	-1	0	19	66	= 82	→	1.44
Mujeres	0	0	2	10	29	0	0	0	10	58	= 68	→	1.66
	-2	-1	0	1	2								

Escala (+) FLEXIBLE - RIGIDA (-)

Hombres	6	18	14	13	6	12	18	0	-13	-12	= 5	→	.09
Mujeres	10	5	10	9	7	20	5	0	-9	-14	= 2	→	.05
	2	1	0	-1	-2								

Escala (-) OPACA - BRILLANTE (+)

Hombres	1	6	24	18	8	-2	-6	0	18	16	= 26	→	.46
Mujeres	0	1	8	17	15	0	-1	0	17	30	= 46	→	1.12
	-2	-1	0	1	2								

Escala (+) CALMADA - NERVIOSA (-)

Hombres	7	15	11	19	5	14	15	0	-19	-10	= 0	→	0
Mujeres	10	12	12	4	3	20	12	0	-4	-6	= 22	→	.54
	2	1	0	-1	-2								

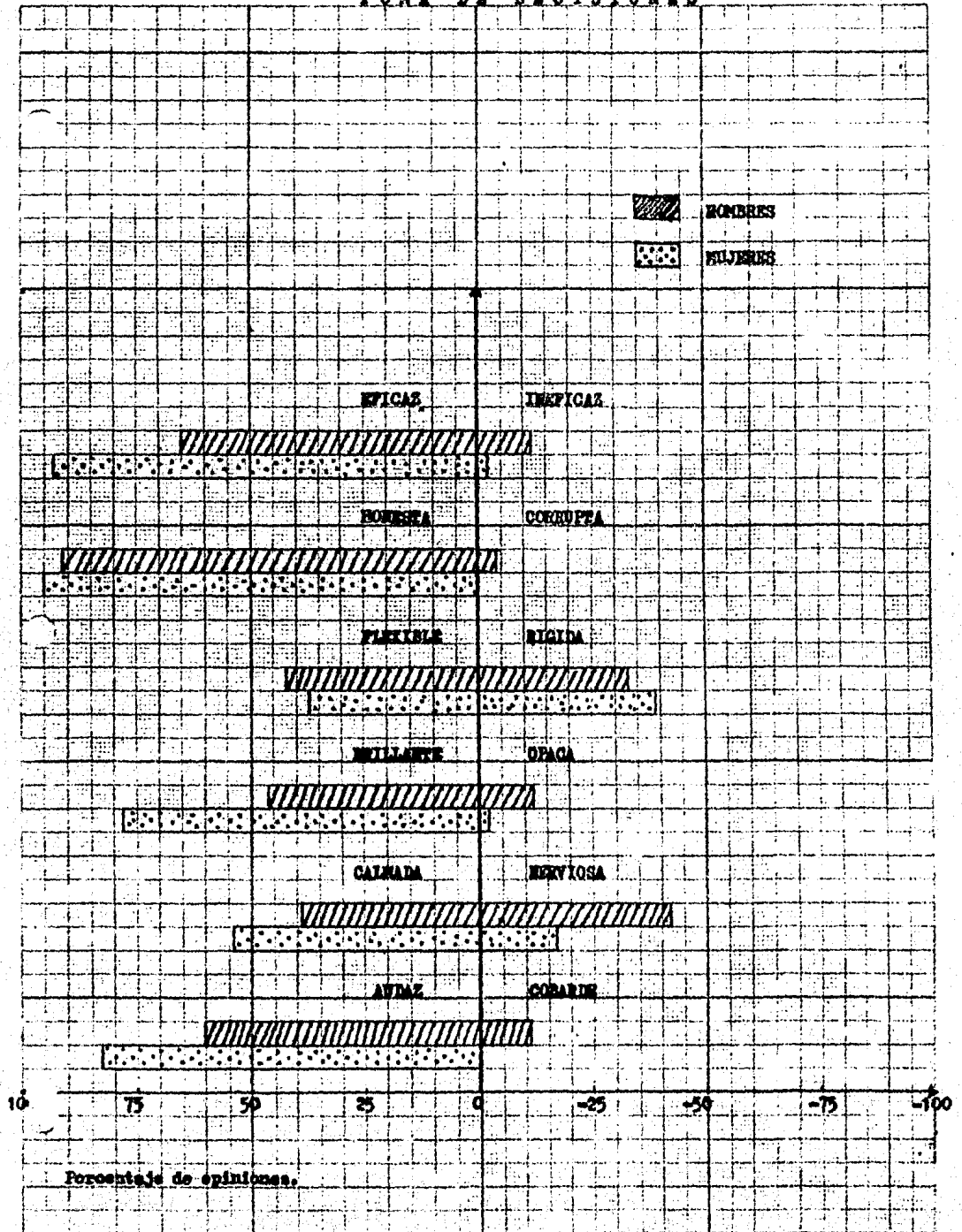
Escala (-) COBARDE - AUDAZ (+)

Hombres	1	5	17	21	13	-2	-5	0	21	26	= 40	→	.70
Mujeres	0	0	7	19	15	0	0	0	19	30	= 49	→	1.20
	-2	-1	0	1	2								

CALIFICACIONES FACTORIALES DE CADA UNA DE LAS ESCALAS DE ACUERDO A LA DIMENSION QUE MIDEN:

	Hombres	Mujeres
- Actividad	.04	.29
- Evaluativa	.83	1.37

TOMA DE DECISIONES



NIVEL DE POLARIZACION

Fase de Planeación

$$\begin{array}{l} \text{Hombres } 245025 + 455625 + 189225 = 889875 \quad \sqrt{.889875} \quad .9433318 \\ \text{Mujeres } 1.21 + 1.177225 + .6561 = 3.043325 \quad 1.7445128 \end{array}$$

La intensidad con que perciben hombres y mujeres a la planeación tiende a ser ligeramente favorable.

Organización

$$\begin{array}{l} \text{Hombres } 1.036324 + .2401 = 1.276424 \quad \sqrt{1.1297893} \\ \text{Mujeres } 1.96 + 1.21 = 3.17 \quad \sqrt{1.7804493} \end{array}$$

También aquí observamos que la percepción que tienen hombres y mujeres hacia la organización que realiza la mujer con puestos de mando es favorable.

Integración

$$\begin{array}{l} \text{Hombres } .112225 + 1.352569 + .3364 = 1.801194 \quad \sqrt{1.3420856} \\ \text{Mujeres } .7056 + 2.4025 + 1.1025 = 4.2106 \quad \sqrt{2.0519746} \end{array}$$

Alta favorabilidad hacia la integración.

Dirección

$$\begin{array}{l} \text{Hombres } .0256 + .9409 + .2209 = 1.1874 \quad \sqrt{1.0896788} \\ \text{Mujeres } .0361 + 2.25 + .8649 = 3.151 \quad \sqrt{1.7751056} \end{array}$$

Favorable

Control

$$\begin{array}{l} \text{Hombres } .0961 + .6241 + .1444 = .8646 \quad \sqrt{.9298386} \\ \text{Mujeres } .3844 + 1.9881 + .4761 = 2.8486 \quad \sqrt{1.6877796} \end{array}$$

Ligera favorabilidad hacia la mujer con puestos de mando.

Toma de decisiones

$$\begin{array}{l} \text{Hombres } .6889 + .0016 = .6905 \quad \sqrt{.8309632} \\ \text{Mujeres } 1.8769 + .0841 = 1.961 \quad \sqrt{1.400357} \end{array}$$

La intensidad de percepción hacia la toma de decisiones de la mujer con puestos de mando es de baja favorabilidad, por parte de los hombres, en cambio en las mujeres la percepción tiende a ser favorable.

PREDICCIÓN DEL CAMBIO DE ACTITUDES

(Suma total de los niveles de polarización)

0.9433318
 1.7445128
 1.1297893
 1.7804493
 1.3420856
 2.0519746
 1.7751056
 0.9298386
 1.6877796
 1.0896788
 0.8309632
1.400357
 Σ 16.705864

Predicción del cambio de actitudes

$$\sqrt{16.705864} = 4.0872807$$

Esto nos indica que hay alta probabilidad de cambio de actitudes hacia la mujer con puestos de mando.

Para la predicción del cambio de actitudes, se sacó la raíz cuadrada de la suma total de los niveles de polarización.

C O N C L U S I O N S

C O N C L U S I O N E S

Las expectativas que se habían planteado, en la presente investigación, se cumplieron. Lo pudimos confirmar a través del análisis estadístico de los resultados.

La mayor incidencia en los puestos ejecutivos la encontramos en personas entre 30 y 36 años; siendo la distribución de los hombres (por edad) más uniforme que en las mujeres.

Los datos que nos proporcionaron las tablas 2 y 3 (puesto que ocupa y estado civil, respectivamente) nos permiten concluir que en los niveles inferiores de los puestos de mando es en donde se da mayor oportunidad a la mujer; por otro lado, la diferencia entre hombres casados y hombres solteros que participan en puestos ejecutivos, obedece a una estructura de tipo patriarcal (en donde se considera que el hombre es el que aporta el dinero para la manutención familiar, y por ello se le asignan puestos de mayor jerarquía y de mejor sueldo); siendo lo contrario para la mujer, las mujeres solteras tienen mayores probabilidades de ocupar puestos de mando que las mujeres casadas.

En lo que se refiere a sueldos, podemos inferir que los hombres son quienes obtienen mejor sueldo por su trabajo que las mujeres. Estos resultados confirman, una vez más, que existe cierta discriminación hacia la mujer; ya que como observamos en la tabla 8, son muy pocas las mujeres que se localizaron en el rango 7.

En los datos, sobre antigüedad en el puesto observamos que la mayoría de los encuestados se localizaron entre 6 meses y 2 años. Suponemos que se debe a cambios recientes que han tenido como producto de las promociones a puestos de mayor jerarquía.

La percepción social que tuvieron los jefes hombres hacia las características de un jefe se enfocaron más hacia la tarea que a las relaciones humanas, siendo a la inversa en las mujeres.

Tanto las mujeres como los hombres encuestados tienen una actitud favorable hacia el cambio, consideran que la habilidad para dirigir se puede adquirir a través del adiestramiento y la capacitación.

Con respecto a las tres posiciones que se analizaron sobre el liderazgo, se pudo observar que la primera posición sobre la personalidad del líder ya es obsoleta y de tipo conservador; por lo que concluimos que no es adecuado considerar, exclusivamente, a la dirección como una jerarquía formal de jefaturas. La organización actual debe preocuparse por evaluar el liderazgo en función de los resultados en términos de eficiencia industrial y de satisfacción humana. Hay que diferenciar lo que es el liderazgo y la jefatura, es decir, cuando el líder es elegido deliberadamente por el grupo o cuando es impuesto en virtud de su poder formal.

Por otro lado, al analizar los resultados del Diferencial Semántico se observó que en el nivel de polarización de los puntajes de las escalas la tendencia al cambio de actitudes es alta, lo cual refleja una actitud de vanguardia entre los encuestados, es decir, que existe ligeramente poca resistencia a aceptar el rol de jefe en la mujer.

Un aspecto que debemos destacar, es que durante la aplicación de los cuestionarios creíamos que en el sector privado iba a haber mayor cooperación para contestarlos, pero desafortunadamente fue lo contrario. Existe mucha dependencia por parte de las mujeres con respecto a los hombres, algunas de las encuestadas tenían que pedir autorización del jefe para contestar el cuestionario, tienen una actitud conservadora y tradicionalista.

Quizás esto se explique, a través de los postulados de Argyris con respecto a lo que desean las organizaciones, es decir, la gran mayoría de las personas son tratadas como seres humanos inmaduros en sus ambientes de trabajo. "Las normas de la cultura del individuo y su personalidad inhiben y limitan la expresión máxima y el desarrollo del adulto, se les estimula a ser pasivos, dependientes y subordinados. El impedir que la gente madure forma parte de la naturaleza misma de la organización formal" (Hersey y Blanchard. La Administración y el Comportamiento Humano. México. Editora Técnica. pp. 62 y 63).

El grado de inmadurez, lo encontramos con mayor frecuencia en las empresas de iniciativa privada que en las públicas.

GLOSARIO DE TERMINOS

- Ansiedad.** Estado de tensión intrapsíquica con características motivadoras. La aprehensión, el temor o el presentimiento relativos a algún estímulo no claro.
- Confianza.** Concepto usado por Klineberg para referirse a la certidumbre con que podemos predecir la presencia de un motivo particular en cualquier individuo dado, a pesar de que lo único que sabemos es que este individuo es un ser humano.
- Conflicto.** Se refiere al estado simultáneo en el que aparecen dos ó más motivos de tal naturaleza que no pueden ser satisfechos los dos al mismo tiempo.
- Conformidad.** Conducta de acuerdo con las normas sociales establecidas en los grupos específicos de referencia.
- Esterectipos.** Conceptos estandarizados regularmente usados para referirse a los miembros de un grupo exterior. Generalmente los estereotipos tienen poca base real.
- Estima propia.** Se refiere a los sentimientos que el individuo tiene en relación a sí mismo como persona; es decir, su sentimiento subjetivo de valía.
- Fijación.** Una de las consecuencias de la frustración, que

comprende el permanecer en una etapa particular del desarrollo.

Frustración. Término empleado de dos maneras. En una de ellas, se refiere a cualquier interferencia con la satisfacción de un motivo; y en la otra, la frustración se refiere a las consecuencias re estado interno que es el resultado de tal interferencia con la conducta dirigida hacia un objetivo.

Generalización. Tendencia a responder a una clase de estímulos diferentes en vez de responder al que estaba con dicionado originalmente.

Identificación. Mecanismo de defensa en que una persona se identifica con una persona admirada y toma algunas de las características de esa persona.

Motivo. Impulso, fuerza o estado de tensión dentro de un organismo, que lo impele a actuar.

Percepción. Proceso bipolar que comprende la organización significativa de los estímulos.

Polarización, nivel de. Indica la intensidad con la que la evaluación se dirige hacia cualquiera de los dos polos escalares en una escala sobre actitudes.

- Referencia, grupo de.** Cualquier grupo con el que el individuo se relaciona psicológicamente. Puede ser o no ser miembro de tal grupo, pero las normas del grupo de referencia influyen, sin embargo, en su conducta.
- Situación.** Se refiere a la influencia relativa que un individuo tiene para determinar el curso de acción de un grupo del que forma parte.
- Social, grupo.** Conjunto de individuos que permanecen en una relación más o menos definida de situaciones y de papeles dependientes.
- Socialización.** Proceso de aprendizaje para comportarse de manera socialmente aceptable.
- Social, papel.** El término papel se refiere a la conducta esperada de un individuo dado en el esquema de reciprocidades establecidas de un grupo.
- Tendencia.** fuerza endógena que orienta a un organismo hacia cierto fin u objeto.

B I B L I O G R A F I A

B I B L I O G R A F I A

1. Bases para la planeación económica y social de México. Seminario celebrado por la Escuela Nacional De Economía de la U. N. A. M., abril 1965.
2. Baena Paz, Guillermina. Instrumentos de Investigación. México, Editores Mexicanos, S.A., 1980.
3. Broom, Leonard y Selznick, Philip. Sociología. México, C.E.C.S.A., 1979.
4. Clay Lindgren, Henry. Introducción a la Psicología Social. México, Trillas, 1979.
5. Careaga, Gabriel. Mitos y Fantasías de la Clase Media en México. México, Joaquín Mortiz, 1977.
6. Chinoy, Ely. Introducción a la Sociología. Buenos Aires, Paidós, 1979.
7. Chinoy, Ely. Sociedad. México, F.C.E., 1978.
8. Díaz Guerrero, Rogelio y Salas, Miguel. El Diferencial Semántico del Idioma Español. México, Trillas, 1975.
9. Diccionario de Psicología. México, Larousse, 1970.
10. Duverger, Maurice. Métodos de las Ciencias Sociales. Barcelona, España, Ariel, 1980.

11. Eló de Leñero, Ma. del Carmen. ¿Hacia dónde va la Mujer Mexicana? México, I.M.E.S., A.C., 1979.
12. Eló de Leñero, Ma. del Carmen. Mujeres que Hablan. México, I.M.E.S., A.C., 1971.
13. Eló de Leñero, Ma. del Carmen. El Trabajo de la Mujer en México: Alternativa para el Cambio. México, I.M.E.S., A.C., 1975.
14. Festinger, Leon y Katz, Daniel. Los Métodos de Investigación en las ciencias sociales. Buenos Aires, Paidós, 1978.
15. Friedmann, George y Naville, Pierre. Tratado de Sociología del Trabajo. México, F.C.E., 1971.
16. Garza Mercado, Ario. Manual de técnicas de investigación. México, Colegio de México, 1972.
17. Goode, W.J. y Hatt, P.K. Métodos de Investigación Social. México, Trillas, 1977.
18. Halimi, Gisele. La causa de las Mujeres. México, Serie Popular Era, 1976.
19. Hollander, Edwin. Principios y métodos de Psicología Social. Argentina, Amorrortu Editores, 1978.
20. Howell, William C. Psicología Industrial y Organizacional. México, El Manual Moderno, 1979.

21. Janeway, Elizabeth. El lugar de la Mujer en el mundo del Hombre. México, Extemporáneos, 1973.
22. Jiménez, Ma. Teresa. Características de la demanda de Mano de Obra Femenina en sectores seleccionados de la industria de Transformación. México, I.N.E.T.1979.
23. Juárez Sánchez, Ma. Isabel y Olvera Rivas, Beatriz. El proceso de identificación en la mujer adolescente y los programas de televisión. Tesis Licenciatura, U. N.A.M., Facultad de Psicología, 1981.
24. Klineberg, Otto. Psicología Social. México, F.C.E., 1974.
25. Liberación de la Mujer. Biblioteca Salvat de Grandes Temas. Barcelona, 1973.
26. Lindzey y Aronson. The Handbook of Social Psychology. 2nd. Ed. Vol. III, Addison-Wesley Publishing Company, U.S.A., 1969.
27. Linton, Ralph. Cultura y Personalidad. 6a.Ed., México, F.C.E., 1967.
28. Manieri, Rosaria. Mujer y Capital. Tribuna Feminista., Madrid, Debate, 1978.
29. Mann, Leon. Elementos de Psicología Social. México, Lippincott Williams & Wilkins, 1972.

30. Myrdal, Alva y Klein, Viola. La Mujer y la Sociedad Contemporánea. Barcelona, España, Península, 1973.
31. Michel, Guillermo. Ecología de la Organización. México, Trillas, 1978.
32. Olea, Franco y Sánchez del Carpio. Manual de técnicas de Investigación Documental para la Enseñanza Media. México, Esfinge, 1973.
33. Pedrero, Mercedes. La participación femenina en la actividad económica y su presupuesto de tiempo. Serie Avances de Investigación # 3, México, S.T.P.S. Centro Nacional de información y estadísticas del trabajo. 1977
34. Radius, E., Grosso, A. y otros. La Mujer en la Nueva Sociedad. 2a. Ed. Bilbao, España, Mensajero, 1971.
35. Sullerot, Evelyne. La Mujer, tema candente. Biblioteca para el Hombre Actual. Madrid, Ediciones Gudarrama, 1971

A N E X O

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE PSICOLOGIA

Finalidad de la encuesta: Este cuestionario tiene como objeto, conocer su opinión sobre la mujer que ocupa puestos de mando. Es un estudio de carácter científico. Le agradecemos, la sinceridad en sus respuestas.

1. Edad: _____ 2. Sexo: _____ 3. Estado Civil: _____
4. Puesto que ocupa actualmente: _____

5. Antigüedad en el puesto: _____
6. Clase de Empresa donde trabaja:
 Comercial

 Servicios

 Otra: _____
7. Sector al que pertenece su empresa:
Sector Público Sector Privado
8. Grados Académicos obtenidos: _____

9. Cursos de Actualización: _____

10. Indique, por favor, en qué rango se localizan sus ingresos:
Hasta 5,000.-
de 5,001.- a 10,000.-
de 10,001.- a 15,000.-
de 15,001.- a 20,000.-
de 20,001.- a 25,000.-
de 25,001.- a 30,000.-
Más de 30,001.-

A continuación aparecen algunas preguntas; haga el favor de contestar cada una de ellas con toda sinceridad.

1. ¿La habilidad de dirigir puede ser adquirida por la mayor parte de las personas?

SI () NO ()

¿Por qué?: _____

2. En su opinión, cuáles son los atributos que debe tener un jefe?

3. ¿Si Ud. tuviera la posibilidad de elegir a su jefe, escogería:

A un Hombre () A una Mujer ()

¿Por qué?: _____

4. ¿Qué opina de la mujer que ocupa puestos ejecutivos?

5. ¿Considera Ud. que la mujer promedio prefiere ser dirigida?

SI () NO ()

¿Por qué?: _____

6. ¿Cree Ud. que la mujer tiene relativamente poca ambición dentro de las organizaciones de trabajo?

SI () NO ()

¿Por qué?: _____

7. A través de su experiencia, qué factores ha observado Ud. que impidan la proyección de la mujer a nivel ejecutivo?

La siguiente parte del cuestionario consiste en una serie de palabras relacionadas a ciertas actividades ejecutivas. El propósito de las palabras, es averiguar lo que para Ud. significan, por ejemplo la palabra "POLICIA"

POLICIA

FLEXIBLE	_____	_____	_____	_____	<input checked="" type="checkbox"/>	ESTRICTO
AMABLE	_____	<input checked="" type="checkbox"/>	_____	_____	_____	INDIFERENTE

Como observó en el ejemplo, se indica en cada renglón un par de adjetivos que califican a la palabra POLICIA, cada espacio significa qué tan cerca se encuentra esta palabra a alguno de los adjetivos.

De la misma manera, conteste a la oración y las palabras que a continuación aparecen. Nunca ponga más de una cruz en un renglón y, por favor, no omita ninguno de los renglones.

¿Cómo considera Ud. que la mujer ejecutiva maneja el proceso de:

P L A N E A C I O N

PRECISA	_____	_____	_____	_____	_____	IMPRECISA
DEBIL	_____	_____	_____	_____	_____	FUERTE
CONFIABLE	_____	_____	_____	_____	_____	PELIGROSA
PROFUNDA	_____	_____	_____	_____	_____	SUPERFICIAL
MUCHO	_____	_____	_____	_____	_____	POCO
PESIMO	_____	_____	_____	_____	_____	EXCELENTE

O R G A N I Z A C I O N

BUENA	_____	_____	_____	_____	_____	MALA
INUTIL	_____	_____	_____	_____	_____	UTIL
FUERTE	_____	_____	_____	_____	_____	DEBIL
ADMIRABLE	_____	_____	_____	_____	_____	DESPRECIABLE
IRRESPONSABLE	_____	_____	_____	_____	_____	RESPONSABLE
EXCELENTE	_____	_____	_____	_____	_____	PESIMA

I N T E G R A C I O N

RAPIDA	_____	_____	_____	_____	_____	LENTA
DESAGRADABLE	_____	_____	_____	_____	_____	AGRADABLE
FUERTE	_____	_____	_____	_____	_____	DEBIL
AMABLE	_____	_____	_____	_____	_____	DESCORTES
NERVIOSA	_____	_____	_____	_____	_____	CALMADA
MALA	_____	_____	_____	_____	_____	BUENA

D I R E C C I O N

DURA	_____	_____	_____	_____	_____	BLANDA
PARCIAL	_____	_____	_____	_____	_____	IMPARCIAL
CONFIABLE	_____	_____	_____	_____	_____	DUDOSA
RESPONSABLE	_____	_____	_____	_____	_____	IRRESPONSABLE
RIGIDA	_____	_____	_____	_____	_____	FLEXIBLE
FUERTE	_____	_____	_____	_____	_____	DEBIL

C O N T R O L

JUSTO	_____	_____	_____	_____	_____	INJUSTO
RIGIDO	_____	_____	_____	_____	_____	FLEXIBLE
DEBIL	_____	_____	_____	_____	_____	FUERTE
PROFUNDO	_____	_____	_____	_____	_____	SUPERFICIAL
POCO	_____	_____	_____	_____	_____	MUCHO
BUENO	_____	_____	_____	_____	_____	MALO

T O M A D E D E C I S I O N E S

EFICAZ	_____	_____	_____	_____	_____	INEFICAZ
CORRUPTA	_____	_____	_____	_____	_____	HONESTA
FLEXIBLE	_____	_____	_____	_____	_____	RIGIDA
OPACA	_____	_____	_____	_____	_____	BRILLANTE
CALMADA	_____	_____	_____	_____	_____	NERVIOSA
COBARDE	_____	_____	_____	_____	_____	AUDAZ

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION

México D. F. a de de