



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

CAMPUS "IZTACALA"

EL PAPEL DE LA MUJER EN LA SOCIEDAD
Y LOS MEDIOS DE DIFUSION

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADA EN PSICOLOGIA
P R E S E N T A :
LAURA JIMENEZ SANCHEZ

DIRECTORA: MTRA. MA. ALEJANDRA SALGUERO VELAZQUEZ
ASESORAS: MTRA. LAURA E. TORRES VELAZQUEZ
MTRA. PATRICIA ORTEGA SILVA

282317

LOS REYES IZTACALA, EDO. DE MEXICO.

2000



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

EN LA CONFRONTACIÓN ENTRE LA CORRIENTE DE AGUA Y LA ROCA,
LA CORRIENTE DE AGUA
SIEMPRE GANA...

NO A TRAVÉS DE FUERZA SINO A TRAVÉS DE
PERSEVERANCIA.

TAO TE CHING.

INDICE

RESUMEN

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1. TEORÍA DE GÉNERO	10
1.1 COMO SE EDUCA PARA SER MUJER	35
1.2 COMO SE EDUCA PARA SER VARÓN	41
CAPITULO 2. LA CONDICIÓN DE LA MUJER	51
2.1 CONDICION DE LA MUJER EN EL AMBITO FAMILIAR	60
2.2 CONDICION DE LA MUJER EN EL AMBITO EDUCATIVO	68
2.3 CONDICION DE LA MUJER EN EL AMBITO SOCIAL	71
CAPITULO 3. LA MUJER COMO OBJETO PUBLICITARIO	81
3.1 PUBLICIDAD	86
3.2 PROPAGANDA	91
3.3 TELEVISION	96
3.4 REVISTAS	101
CONCLUSIONES	110
BIBLIOGRAFIA	118

RESUMEN

El objetivo de la presente tesis, es analizar el proceso formativo y el papel asignado a la mujer por la sociedad y los medios de difusión desde una perspectiva de Género.

El interés por llevar a cabo esta revisión teórica, surge a partir de la diferencia que se da a niños y niñas en cuanto al trato y educación desde el momento de su nacimiento, situación que se fomenta a través de los años y se extiende a más ámbitos de la vida. Razón por la que el comportamiento de los hombres y mujeres es tan diferente, pues se ha venido fomentando a través de su educación y a raíz de ésto la condición de la mujer se ve marcadamente diferente en los distintos ámbitos de su vida (familiar, social y educativo). Y por si fuera poco, los diferentes medios de difusión manejan una imagen de la mujer utilizándola como objeto publicitario.

Pero esta es una situación en la que han tenidos que ver la sociedad y los diferentes medios de difusión por la imagen que se le ha dado a la mujer, sin embargo a la mujer misma le corresponde ir cambiando esta imagen que se la ha venido dando a lo largo de todo este tiempo, dejando de asumirse como sexo débil y que está al servicio del "otro". Es una situación que no depende únicamente del sistema o cultura, es labor de la mujer hacer que ya no sea tratada o vista como objeto sino que sea tratada como mujer/ser humano, esto es, dejando de asumir instancias de desvalorización y dándose ella misma un lugar y un valor que ya tiene por el simple hecho de ser mujer. Ψ

INTRODUCCION

El interés por llevar a cabo una revisión teórica sobre el papel de la mujer, surge a partir de la diferencia en cuanto al trato y educación que se da a niños y a niñas; observándose esto desde su nacimiento, así como en sus juegos y juguetes cuando empiezan a crecer. Este patrón de educación continúa a través de los años, se va fortaleciendo y se extiende a más ámbitos de la vida.

Por lo que en el *Capítulo 1*, se abordará la Teoría de Género y cómo se educa para ser mujer/varón. Respecto a la categoría de género autores como Bleichmar (1985) y Bleichman (1989) coinciden, por lo que la definen como la categoría donde se agrupan todos los aspectos psicológicos, sociales y culturales que hacen posible la femineidad/masculinidad, reservándose sexo para los componentes biológicos y anatómicos y para designar el intercambio sexual en sí mismo.

Aunque en décadas anteriores se educaba a las mujeres para ser esposas, madres y amas de casa, en la actualidad hay quienes preferirían que las cosas continuaran de esa manera, y no solamente varones, sino también mujeres que por conveniencia estarían de acuerdo en que sea el varón quien provea a su familia de las diferentes necesidades (principalmente económicas), y sea ella quien se encargue de las labores "propias" de la mujer.

Otros autores como Rubín (1986), definen el género como el conjunto de disposiciones por el que una sociedad transforma la necesidad biológica en productos de la actividad humana y en el que se satisfacen esas necesidades humanas transformadas; es decir, los sistemas de género/sexo son los conjuntos de prácticas, símbolos, representaciones, normas y valores que las sociedades elaboran a partir de la diferencia sexual anatómo-fisiológica y que dan sentido a la satisfacción

de los impulsos sexuales, a la reproducción de la especie humana y en general al hecho de relacionarse con otras personas.

La vitalidad de la propuesta del género radica en que ha permitido seguir líneas diferentes de investigación, basadas en opciones teórico-metodológicas distintas. Se trata de un campo abierto al debate, en el que las diversas perspectivas deberán confrontarse en su coherencia interna, en su capacidad de explicación y en las posibilidades que abren la acción y la transformación de las sociedades así como de las posibilidades de vida de las mujeres y los varones como menciona De Barbieri, (1992).

Mientras que el hombre forma parte de una vida social más activa en la mayoría de las veces, pues se encuentra trabajando fuera de su casa, en alguna empresa o en algo que generalmente nada tiene que ver con las labores que "debe" desempeñar una mujer. Debido a que la mujer es la encargada del proceso reproductivo, se ha derivado arbitrariamente que todas aquellas actividades relacionadas con el cuidado de los hijos y labores domésticas, son responsabilidad única de ella; por tanto, puede decirse que a partir de ciertas diferencias biológicas (básicamente la maternidad), se ha tratado de justificar una serie de desigualdades sociales

Bustos (1988), menciona que desde el momento mismo del nacimiento, el trato que se da a niños y niñas es distinto y por tanto, las funciones o papeles que se asignan también serán diferentes. Todo esto se va generando, transmitiendo, fomentando y perpetuando a través del proceso de socialización.

La diferenciación que se da acerca de los papeles de género coloca a las mujeres en una condición de desigualdad en cuanto a oportunidades y derechos fundamentales, tales como la educación, el empleo, el salario, la participación

política, la manifestación, ejercicio y goce de la sexualidad, etc. ésto se traduce en una subordinación de las mujeres por parte de la sociedad.

Pensar y tratar de entender la sociedad dividida en géneros tiene algunas consecuencias metodológicas. Exige recoger y analizar la información a partir de la variable sexo, esta variable es condición necesaria pero no suficiente para que un análisis social sea un estudio de género. Es necesario estudiar los ámbitos sociales donde interactúan las personas en función de géneros distintos.

Por lo que en el *Capítulo 2*, se abordará acerca de la condición de la mujer en los diferentes ámbitos (familiar, educativo y social) situaciones en las que no tendría por qué haber diferencias en cuanto a las tareas que debe realizar una mujer o un varón, pues los seres humanos contamos con la capacidad para desempeñar cualquier tarea. Tal es el caso de las actividades o empleos que se decía eran única y exclusivamente para varones, o bien, en las labores del hogar o cuidado de los hijos que son situaciones que como familia no atañe solamente a la mujer pues no habría ningún problema en que fueran compartidas por la pareja o integrantes de la familia.

La familia por lo general, es la primera institución con la que cualquier ser humano tiene contacto y es en ella donde se inicia fuertemente la transmisión de valores y creencias que irán conformando actitudes y pautas de comportamiento.

Una condición que se le va fomentando a la mujer a través de su educación, es que en sus juguetes les permitirán desde niñas una aceptación "normal" de los papeles o roles, puesto que a través de los juegos se ensayan incursiones prematuras en el rol de madre, esposa y encargada de los quehaceres domésticos. Los juguetes se convierten en uno de los instrumentos de penetración ideológica al servicio de la clase dominante y sirven para implantar la división del trabajo por sexos desde la infancia. La posición de las mujeres, sus actividades, sus limitaciones y sus posibilidades varían de cultura a cultura, pero lo que se mantiene constante es la

diferencia entre lo concebido como masculino y lo concebido como femenino; sin embargo, la posición de la mujer no está determinada biológica sino culturalmente.

Para John Stuart Mill (citado en Lamas, 1986), "lo que se llama hoy naturaleza de la mujer es un producto eminentemente artificial". Por su parte Simone Debeauvoir (1975, citado en Baz y Tellez, 1994), en su libro "El segundo sexo", señala: "no se nace mujer, una se vuelve mujer". Con esta última frase se podría observar que son los agentes de socialización, como representantes de una ideología sexista, los que hacen que una se vuelva mujer. Toda la educación que se le da a la mujer, toda la información y toda la influencia que recibe desde el instante mismo en que nace, la programan para su único destino: el matrimonio y la maternidad. Cualquier actividad que realice, como trabajo remunerado, política, escuela, etc., se considera como secundaria, sustituta temporal o preparatoria para su papel central, el de buena esposa, madre y ama de casa.

Aún con la diferencia de oportunidades y de remuneración, así como la falta de respaldo social, las mujeres están trabajando más fuera de su casa, algunas por necesidad y otras por la libertad de opción y autorealización que eso les brinda. Sin embargo, lo que se necesita para completar este cambio, en un sentido que beneficie a toda la familia, es que los hombres compartan la responsabilidad de la crianza de los hijos tanto brindando un apoyo económico, como a través de su participación y abandonen la idea de que el objetivo al que se deben dirigir está en el trabajo fuera del hogar.

La educación ha enseñado que las tareas que desempeña el sexo masculino implican capacidad intelectual, iniciativa, creatividad y esfuerzo, lo que trae como resultado un dominio sobre la naturaleza y estas tareas, según la educación han sido más valoradas que las funciones reproductoras que realizan las mujeres.

En la educación formal se refuerza lo que de alguna manera se aprende dentro de la familia, pues se continúa con el trato diferencial entre los niños y las niñas e incluso durante los ejercicios físicos que tiene que hacer, pues implican mayor fuerza y resistencia o bien, juegos más bruscos que tienen que realizar los niños y mientras ellos demuestran sus habilidades y aptitudes de esta manera, las niñas lo demuestran con su buen comportamiento.

Mientras tanto la sociedad de consumo, también explota el papel de la mujer en la sociedad pero ésta de manera comercial, utilizándola por ejemplo, en las industrias de la moda y cosméticos para el beneficio de ellas mismas, se encasilla a la mujer en la vida doméstica, se le estereotipa según su clase social, en las ocupaciones se le localiza como sirvienta, enfermera, madre sufrida y abnegada, mujer dependiente, sumisa, cosificada, prostituida; pero cuando participa socialmente, toma decisiones, trabaja o es profesional, se comporta con talento y planeación; entonces se le estereotipa como "marimacho" o "malvada". De la misma manera, al hombre se le aparta de la función familiar como si no formara parte de ella, convirtiéndolo en simple proveedor, remarcando como valores "masculinos" el dinero, el éxito material y sexual sin compartir la vida con su familia, fomentando junto a otros factores la desintegración familiar en la sociedad de consumo, (De Dios, 1977).

En la sociedad actual hay una tensión entre los viejos y nuevos modelos de vida de hombres y mujeres. Sven Axel Manson (1994 citado en Sundgren 1998), escribe que no existe ninguna duda de que las mujeres han cambiado sus posiciones en el área pública aunque algunos investigadores piensen que prevalece el dominio masculino pero que se manifiesta de otras formas. Manson describe una situación bastante compleja, por una parte los hombres hasta cierto punto se centran en su familia y en su casa pero hay una parte que sigue la tendencia opuesta y algunos hombres ven en las mujeres objetos que se pueden intercambiar.

Una situación que considero de suma importancia para hacer más notoria la clasificación de las tareas propias para cada sexo, es la influencia que tienen los medios de difusión (radio, t.v, revistas, etc.) sobre la población sin importar la edad; sin embargo, el sexo femenino es quien tiene mayor acceso a este tipo de información, pues una manera de atraer la atención es a través de los anuncios que se hacen, con la finalidad de vender cualquier producto ya sea de belleza, para el hogar, etc. Y esto contribuye a que la mujer siga asumiendo el papel de atraer, de agradar, de atender al otro, etc.

Por lo que en el Capítulo 3, se abordará el tema de la mujer como objeto publicitario. Donde se menciona que la mujer es una consumista por excelencia, carente de toda actitud pensante y por ende, sólo se le reconocen atributos relacionados con la amabilidad, la belleza y en una palabra, la pasividad.

Así mismo, la sociedad define a las mujeres como consumidoras y la finalidad de la imagen femenina que proyectan los medios de publicidad como objeto sexual pasivo es la de vender productos. Se desprende que los beneficiarios de esta depreciación de la mujer no son los hombres sino la estructura de poder de las grandes empresas, (Randall, 1989).

Puede afirmarse que es tal el grado de sometimiento y enajenación de la mujer, que difícilmente llega a ser consciente de su situación, y evidentemente los medios masivos de difusión contribuyen a que día con día se refuerce y legitime esta situación.

En el campo de la comunicación los estereotipos femeninos adquieren dos funciones importantes. una es la de promover la venta de innumerables y artículos y la segunda la de servir de apoyo al statu quo, pues reflejan y refuerzan la imagen de mujer que el sistema requiere.

En este ámbito, regularmente los hombres son presentados como equilibrados, independientes, activos, fuertes, poderosos, capaces, autoritarios y responsables; mientras que a las mujeres se les presenta como emocionalmente inestables, infantiles, pasivas, indecisas y con necesidad de ayuda y aprobación.

Los estereotipos más difundidos por los medios de difusión en lo que respecta a la mujer son: la mujer como sexo débil; el lugar de la mujer: el hogar; la mujer como objeto sexual y consumidora; la mujer "liberada" y la mujer asalariada.

Los medios masivos de difusión en general y en especial la publicidad utiliza la imagen de la mujer como anzuelo para la venta de sus productos (sean para ella, para el hombre, para el hogar, o cualquier uso). Así mismo, la publicidad se ha encargado de que la mujer introyecte el hecho de que será a través del consumo de artículos como ella podrá ser valorada y podrá alcanzar sus metas.

En la formación de actitudes respecto a la mujer, situación en la que no se pueden dejar de lado la influencia ejercida por los medios de información masiva usados hasta la sobresaturación en la propaganda, política y la publicidad, a menudo dichos mensajes contienen un criterio de explotación y subestima casi siempre a la mujer en el mundo actual. La imagen de la mujer en los medios de difusión, si bien es estereotipada no es ajena a los usos, pautas culturales de la sociedad donde los intereses de la clase dominante, desarrollan características antagónicas entre hombres y mujeres impuestos como "normales" en el comportamiento de los seres humanos de uno y otro sexo, la mujer limitada a la casa y el hombre dirigido al mundo externo al hogar; a la mujer le corresponde ser sumisa, dependiente, frágil (sexo débil), maternal, sentimental e ineficiente; en tanto, las características de la virilidad se asocian al autoritarismo, la independencia, la fuerza y la eficiencia, también existe una marcada fuerza de funciones: la maternidad para la mujer, mientras que la paternidad para el hombre se diluye ante el interés social primordial fuera del grupo familiar, de esta manera, la moral sexual gira en torno a la mujer

como monógama, fiel cuando casada formal o convencionalmente, o bien, virgen cuando soltera.

Las revistas ilustradas por ejemplo propician en diversos grados la imagen superficial y cosificada de la mujer cuando la ligan a sucesos tales como el adulterio, la separación o engaño del marido o bien induciéndola mediante situaciones fantasiosas, irreflexivas y emotivas hacia las metas sin una mayor alternativa; el matrimonio y la maternidad.

En la sociedad de consumo la mujer es la mejor agente de ventas porque mediante ella, la publicidad estimula la sexualidad del hombre para que consuma objetos. Al hombre se le manipula sustituyéndole la realidad por la expectativa, con el objeto de que se enajene más para que produzca más y compre más cantidad de productos.

El culto a la mujer hogareña se encuentra lleno de contradicciones; por un lado se le exhorta a permanecer en casa, haciendo todas las labores de mantenimiento de la misma, como única manera de que sea realmente feliz y respetada por la comunidad; por otro lado la mayoría de los mensajes de los medios nos presentan una imagen inferior de la mujer y los creadores de "Imágenes" han convertido las tareas domésticas en algo peyorativo. Cuando el hombre ejecuta la misma labor que la mujer, se le da realce al trabajo porque el hombre gana más en la sociedad sexista. El trabajo de la mujer, si es que se puede considerar trabajo según lo que los anunciantes presentan, está restringido a una área: el hogar, o lo que viene a ser lo mismo: la familia. Si aparece fuera de la casa será en actividades de servicio: enfermería, sobrecargo, telefonista, vendedora, etc. Por tanto, la publicidad tratará por todos los medios a su alcance que este patrón sea imitado, que constituya un motivo de admiración, que las mujeres aspiren a ser delgadas y pálidas modelos de televisión.

En nuestra sociedad surgen grandes interrogantes como son: ¿A qué se debe el carácter consumista de la mujer?; ¿Quiénes son los verdaderos responsables de esta situación? Y ¿Cuál es el fin que se persigue con ello?. Ante esta situación y ante la necesidad de las grandes empresas capitalistas por obtener nuevos mercados en dónde colocar la gran variedad de sus productos la mujer representó el "blanco" de esa producción. La forma más efectiva de asegurar ese gran mercado que representa la población femenina, es a través de los medios masivos de comunicación. Así vemos que por un lado la mujer representa el blanco de la publicidad y por el otro, la mujer es utilizada como objeto publicitario.

El rol estético que históricamente se ha considerado como propio de la mujer y además el más importante, refleja la abundante promoción de los cosméticos y de la moda. Los medios masivos de difusión, a través de sus diferentes fuentes, cumplen con su tarea de reforzar los valores de abnegación, sufrimiento, belleza, que se consideran propios de la mujer. Con el fin de obtener mayores ventas, creando para ellos nuevas y falsas necesidades.

Los medios masivos de comunicación son el arma principal con la que cuenta el sistema para mantener a la mujer relegada de toda actividad social o política. Pues al determinar toda acción femenina únicamente a los roles de esposa, madre y ama de casa, hace posible la opresión de la mujer y le dificulta toda acción crítica, negándole con ello, la plena realización a la que todo ser humano tiene derecho como lo menciona, (Colín, 1981).

Por lo anterior, el objetivo de la presente, es analizar el proceso formativo y el papel asignado a la mujer por la sociedad y los medios de difusión desde una perspectiva de Género. Ψ

CAPITULO 1. TEORIA DE GENERO.

Antes de revisar qué significa el género como categoría analítica, empecemos primero por aclarar el concepto mismo de género. La definición clásica del diccionario es: "Género es la clase a la que pertenecen las personas o las cosas". "Género se refiere a la clase, especie o tipo", (Lamas, 1986).

Cuando el género es distinguido como un concepto unitario no da cuenta ni de fenómenos humanos ni sociales, y que el sexo no sólo incluye las peculiaridades anatómicas, sino que de tal anatomía parece surgir en todo el universo de significaciones simbólicas que rigen las teorías vigentes sobre el sexo y el género en nuestra cultura, (Dio, 1991).

El género es un concepto que empieza a ser utilizado en la década de los setentas, como una categoría con una acepción específica dentro de las ciencias sociales, sobre todo se desarrolla en aquellos estudios que se centran en el interés de conocer si las características y conductas humanas son aprendidas culturalmente o están ya inscritas genéricamente y es trabajado en el debate especialmente entre hombres y mujeres.

Para Palomar (1998), el sistema de género, es el conjunto de roles sociales sexuados y el sistema de pensamiento o de representación que define culturalmente lo masculino y lo femenino y que dan forma a las identidades sexuales.

Así mismo, de acuerdo a Bleichmar 1985 (citado en Baz y Tellez, 1994) por género se entiende, la categoría donde se agrupan todos los aspectos psicológicos, sociales y culturales que hacen posible la feminidad/masculinidad, reservándose sexo para componentes biológicos y anatómicos.

Esta diferenciación de papeles de género coloca a las mujeres en una condición de desigualdad en cuanto a oportunidades y derechos fundamentales tales como la educación, el empleo, el salario, la participación política, la manifestación, ejercicio y goce de la sexualidad, etc. esto se traduce en una subordinación hacia las mujeres por parte de la sociedad.

Debido a que la mujer es la encargada del proceso reproductivo, se ha derivado arbitrariamente que todas aquellas actividades relacionadas con el cuidado de los hijos y labores domésticas, son responsabilidad única de ella; por tanto, puede decirse que a partir de ciertas diferencias biológicas (básicamente la maternidad), se ha tratado de justificar una serie de desigualdades sociales.

Lamas (1986), comenta que la diferencia biológica cualquiera que esta sea, se interpreta culturalmente como una diferencia sustantiva que marcará el destino de las personas, como una moral diferenciada para unos y para otras. Es importante analizar la articulación de lo biológico con lo social, es decir, no se trata de negar las diferencias biológicas que existen entre hombres y mujeres, reconociendo que lo que marca la diferencia fundamental entre ellos es el género.

A partir del momento mismo en que se nace, el cuerpo recibe una significación sexual que lo define como referencia normativa inmediata para la construcción en cada sujeto de su masculinidad o de su femineidad y como norma permanente en el desenvolvimiento de su historia personal, que es siempre una historia social, (Cazés, 1994).

Por su parte, De Barbieri (1992), comenta que en las disciplinas sociales y humanas no había información suficiente que diera cuenta de la desigualdad entre varones y mujeres o bien la justificaban. Autores como Rubín (1986), ha definido que como parte de la vida social de toda cultura el sistema sexo/género es el conjunto de disposiciones por el que una sociedad transforma la sexualidad en productos de la

actividad humana y en el cual se satisfacen esas necesidades humanas transformadas. El género es una división de los sexos socialmente impuesta, es un producto de las relaciones sociales de sexualidad. Los sistemas de sexo/género, son el objeto de estudio más amplio para comprender y explicar el par: subordinación femenina-dominación masculina.

Por tanto, se puede pensar en el género como una construcción que responde a una interpretación social de lo biológico basada en la anatomía de los sujetos, pero que va más allá de lo biológico, por lo que la distinción sexo/género se vuelve importante en la medida en la que el sexo, hace referencia a las características físicas y biológicas de los sujetos, mientras que el género incluye las características llamadas femeninas o masculinas que son asumidas mediante un proceso individual y social, el proceso de adquisición del género.

Por el solo hecho de poseer genitales masculinos o femeninos, cada recién nacido es inmediatamente adscrito a uno u otro de los grupos genéricos. De esta manera queda inscrita su condición en la vida, la estructura fundamental de su identidad, la forma en que podrá actuar, pensar y sentir. Es decir, la significación del cuerpo sexuado de cada individuo predetermina las posibilidades de su vida.

Esto significa que los contenidos de cada sociedad asignan a lo masculino y a lo femenino un significado, aunque hacen referencia al cuerpo, no están determinados biológicamente por el sexo, no son universales ni estáticos, y no preceden a la organización jerárquica de las sociedades. Los atributos sociales, económicos jurídicos y políticos de los individuos estarían condicionados por su sexo, es decir por procesos biológicos, naturales y por lo tanto universales e inmutables. La asignación de género es un proceso cultural complejo cuya incidencia se manifiesta en todas las dimensiones de la vida humana.

Las identidades básicas, definidas desde el nacimiento, formadas y asumidas en procesos largos y complicados, están presentes a lo largo de todo el curso de la vida de cada sujeto. La adscripción genérica nunca cambia aunque varíen parcialmente algunos atributos de la masculinidad y la femineidad (lo que es de gran importancia en medio de las transformaciones culturales y sociales). Además los cambios factibles en los ámbitos sociales en que pueden darse son experimentados de manera diferencial por hombres y mujeres: desde la fuerza o desde las debilidades sociales otorgadas por la asignación del género.

De acuerdo con el género asignado, cada sujeto accede a diversos recursos vitales valorados diferencialmente. El máspreciado de esos recursos es el que confiere a los sujetos de uno de los géneros el control de los mecanismos de la organización social en el conjunto de la sociedad o al menos en algunos de los niveles de su jerarquía, (Cazés, 1994).

Sería importante distinguir las diversas maneras en que se emplea la categoría de género y el concepto de género. La categoría de género requiere dar espacio a la búsqueda de sentido de comportamiento de varones y mujeres como seres socialmente sexuados. Esto nos lleva a recordar que en la especie humana, el hecho de relacionarse sexualmente no es sólo un intercambio químico que asegura la reproducción de la especie. Mucho más allá, la sexualidad es el conjunto de las maneras muy diversas en que las personas se relacionan como seres sexuados con otros seres también sexuados en intercambios que como todo lo humano, son acciones y prácticas cargadas de sentido; esas prácticas, símbolos, valores, normas, representaciones, etc., son cambiantes y por tanto se juegan muchas tensiones colectivas.

De ahí que se deriven muchas consecuencias metodológicas en las ciencias sociales; no existe la mujer como tantas veces se ha dicho, ni tampoco el varón (o el hombre), existen diferentes mujeres y varones en diferentes situaciones sociales y culturales que tienen que ver con las etapas del ciclo de vida. Es importante la o las

etapas en que las mujeres y varones gozan de la plenitud de la capacidad de reproducirse, puesto que a partir de su conocimiento se pueden captar los elementos clave de las relaciones prevaletentes en el sistema de género, de las maneras en que se ejerce el poder, de las representaciones imaginarias que lo justifican. En nuestra sociedad, es la figura de madre, esposa y ama de casa para las mujeres; y las de jefe de familia y sostén económico principal del hogar, padre y esposo, para los varones.

Teórica y empíricamente, la teoría de género remite a analizar los sistemas de parentesco, es decir las normas y formas del matrimonio, la filiación y la herencia. Tanto en los ámbitos domésticos como en el mercado de trabajo y en otras esferas de la sociabilidad, es necesario analizar la división de trabajo según los géneros y las dinámicas particulares de la misma.

Si el sistema de género es un sistema de poder, es necesario observar las definiciones de personas y de ciudadanía, las formas y participación en la esfera pública, al estado, al sistema político y a la cultura política. Pensar y tratar de entender la sociedad dividida en géneros tiene algunas consecuencias metodológicas. Exige recoger y analizar la información a partir de la variable sexo, esta variable es condición necesaria pero no suficiente para que un análisis social sea un estudio de género. Es necesario estudiar los ámbitos sociales donde interactúan las personas en función de géneros distintos. Hay que destacar que para comprender y explicar los sistemas de género no es suficiente con conocer los ámbitos donde mayoritariamente, varones y mujeres se expresan e interactúan, ni los espacios de la "normalidad" por donde transcurre la vida de la mayoría de la población.

La vitalidad de la propuesta del género radica en que ha permitido seguir líneas diferentes de investigación, basadas en opciones teórico-metodológicas distintas. Se trata de un campo abierto al debate, en el que las diversas perspectivas deberán confrontarse en su coherencia interna, en su capacidad de explicación y en las

posibilidades que abren la acción y la transformación de las sociedades así como de las posibilidades de vida de las mujeres y los varones, (De Barbieri, 1992).

Es importante definir qué es lo que se entiende por género y sexo. Bleichmar (1985), menciona que sexo y género son términos que hasta hace una década se recubrían uno al otro. En el diccionario, género es simplemente un sinónimo de sexo y se pueden encontrar definiciones tales como: "por sexo se entiende el género (macho o hembra) con el que nace el niño".

La real academia española (1970, citado en Baz y Tellez, 1994), sólo concibe al género, en relación con la diferenciación sexual en términos netamente gramaticales: la pertenencia al sexo masculino o femenino o cosas neutras".

Para Lara (1994), los estereotipos de género se refieren a las creencias, expectativas y atribuciones sobre cómo es y se comporta cada sexo. Existen dentro de este contexto estereotipos masculinos y femeninos. Los estereotipos son con frecuencia simplificaciones excesivas y reflejan prejuicios e ideas preconcebidas.

Los roles o papeles de género, se refieren a las normas o expectativas de comportamiento para hombres y mujeres. El papel de proveedor se le asigna principalmente al hombre y el cuidado de los hijos a la mujer. El concepto de papel de género también se refiere a la expresión de la masculinidad y la femineidad de un individuo de acuerdo con las reglas establecidas por la sociedad. Es también frecuente que el papel de género se identifique con las diversas actividades u ocupaciones que desempeña la persona.

Para Dio (1991), el rol de género es el conjunto de expectativas acerca de los comportamientos sociales apropiados para las personas que poseen un sexo determinado. Es la estructura social, la que prescribe la serie de funciones para el hombre y la mujer como propias o naturales de sus respectivos géneros. En cada cultura

en sus distintos estratos, esta "escrito" qué se espera de la feminidad o de la masculinidad de una niña (o). La tipificación del ideal masculino o femenino es anónima, abstracta pero adjudicada y normativizada hasta el estereotipo, aunque en el desarrollo individual, el futuro hombre o mujer haga una elección personal dentro del conjunto de valores para su género. Es decir, que al sujeto se le asigna un rol de género, que él podrá eventualmente asumir o rechazar

Los estereotipos o roles de género se refieren con frecuencia al machismo y sumisión o marianismo, los cuales en ciertas épocas y contextos han sido considerados como deseables socialmente, pero en la actualidad, aunado a su baja deseabilidad social, se cuestiona su valor para un ajuste personal adecuado.

La prevalencia de los estereotipos de género se ha estudiado a partir del grado en que hombres y mujeres son percibidos como diferentes. Sin embargo hay un consenso entre investigadores respecto a que los estereotipos son el resultado de imperfecciones, errores o limitaciones en la manera en que las personas procesan grandes cantidades de información. En la medida en que la investigación evite clasificaciones dicotómicas para dar paso al estudio de subtipos, se contribuirá a la clasificación de los estereotipos.

Parece ser que el primero en establecer la diferencia entre sexo y género fue Stoller (1963, citado en Baz y Tellez, 1994), en su libro titulado "Sexo y Género". Fue a partir del estudio de los trastornos de la identidad sexual que reporta en esta obra, lo que le ayudó a definir con precisión la categoría de género, en el estudio de construcción social de lo femenino y lo masculino.

Bleichman (1989), por su parte, define género como la categoría donde se agrupan todos los aspectos psicológicos, sociales y culturales de la femineidad/masculinidad, reservándose sexo para los componentes biológicos, anatómicos y para designar el intercambio sexual en sí mismo. Oakley (1972), se refiere a género como un término cultural que ayude a la clasificación social entre masculino y femenino; en tanto que la

palabra sexo, se refiere a las diferencias biológicas entre varón y hembra: las visibles de los órganos genitales y las relativas a la procreación.

Lo femenino o masculino, no pueden ser considerados atributos universales ya que no son los mismos para todas las culturas ni son iguales en todos los momentos históricos y pueden estar presentes en sujetos cuya anatomía no corresponde al género asignado a sus características físicas, pues la categoría de género más que quedarse en la distinción biológica de los sexos abarca y articula las tres instancias básicas.

Oakley (1972) y Lamas (1995) coinciden en los tres aspectos o instancias básicas que comprende el género como categoría múltiplemente articulada:

1. La asignación, la atribución o rotulación del género. Esta se refiere a la rotulación que médicos y familiares realizan del recién nacido; usualmente se realiza con base en la apariencia externa de los genitales. Existen casos en que se cometen errores en la atribución inicial del género y posteriormente, es necesario corregirlos. Generalmente, ó se fracasa en ese intento ó se genera una ambivalencia en la persona.

2. Identidad del género. Existe un acuerdo entre los autores acerca de la unión de factores biológicos y psicológicos para la constitución de la identidad de género. Puede decirse que tal identidad de género se establece aproximadamente a los tres años de edad. Una vez asumida la identidad de género, es casi imposible cambiarla. Stoller (1968, citado en Baz y Tellez, 1994), sostiene que por el sentimiento "soy niño" ó "soy niña", se debe entender el núcleo de conciencia, la autopercepción de su identidad genérica, núcleo esencialmente inalterable que debe distinguirse de la creencia que se relaciona pero es diferente de "soy masculino" ó "soy femenina"; pues esta última corresponde a un desarrollo más sutil y más complicado, que no se consolida hasta que el niño/a comprende plenamente la forma en que sus padres desean verlo/a a expresar su masculinidad/femineidad, esto es, cómo debe comportarse para corresponder con la idea que ellos tienen de lo que es un niño ó una niña.

La identidad de género se establece más o menos a la misma edad en que el infante adquiere el lenguaje (entre los dos y tres años) y es anterior a un conocimiento de la diferencia anatómica entre los sexos. Desde dicha identidad el niño estructura su expectativa vital; el género al que pertenece es identificado en todas sus manifestaciones: sentimientos o actitudes de "niño" ó "niña", comportamientos, juegos, etc. Después de establecida la identidad de género, el que un niño se sepa y asuma como perteneciente al grupo de lo masculino y una niña al de lo femenino, esta se convierte en un tamiz por el que pasan todas sus experiencias. Es usual ver a niños rechazar algún juguete porque es del género contrario, o aceptar sin cuestionar ciertas tareas porque son del propio género. Ya asumida la identidad del género es casi imposible cambiarla.

3. El papel (rol) de género. Papel o rol, se refiere al conjunto de prescripciones para una conducta dada, las expectativas acerca de cuáles son los comportamientos (femenino o masculino) apropiados para una persona que sostiene una posición particular dentro de un contexto dado. El papel o rol de género, es el conjunto de expectativas acerca de los comportamientos sociales apropiados para las personas que poseen un sexo determinado. Es la estructura social a través de las diferentes instancias de socialización, (como familia, educación formal, religión y medios masivos de comunicación), la que prescribe la serie de funciones para el hombre y la mujer como propias o "naturales" de sus respectivos géneros. El estereotipo del rol femenino en nuestra sociedad, sanciona como pertinentes al género es decir como características positivas- una serie de conductas que al mismo tiempo, poseen una baja estimación social (pasividad, temor, dependencia). Por otra parte, estos estereotipos están tan hondamente arraigados, que son considerados como la expresión de los fundamentos biológicos de género, (Dio, 1991 y Baz y Tellez, 1994).

Aunque hay variaciones de acuerdo a la cultura, a la clase social, al grupo étnico y hasta al nivel generacional de las personas, se puede sostener una división básica que corresponda a la división sexual del trabajo más primitivo: las mujeres tienen a los hijos y

por lo tanto los cuidan, de esta manera, lo femenino es lo maternal, lo doméstico contrapuesto con lo masculino, como lo público. La dicotomía masculino-femenino, con sus variaciones culturales tipo el *yang* y el *ying*, establece estereotipos, las más de las veces rígidos, que condicionan los roles, limitando las potencialidades de las personas al reforzar o reprimir los comportamientos según sean los adecuados al género, (Dio, 1991).

Una de las diferencias biológicas importantes entre hombres y mujeres es la vulnerabilidad física, siendo esta mayor en los hombres sobre todo en los periodos extremos de la vida: la primera infancia y la vejez, (Jaklin, 1989, citado en Lara 1994). Se sabe poco todavía sobre la relación entre estas diferencias y otros factores.

Los trabajos realizados sobre género descartan la idea de que el rol de la mujer y el origen de su opresión es algo determinado biológicamente y sostiene que la estructura de desigualdad entre hombres y mujeres nada tiene que ver con un orden natural sino que está determinado por la cultura. Esto permite ubicar la subordinación de la mujer en los sistemas sociales antes que en la biología, ya que la categoría de género delimita cómo la diferencia cobra la dimensión de desigualdad en las relaciones sociales entre hombres y mujeres de distintas culturas.

El género marca una diferencia entre hombres y mujeres, diferencia que puede ser considerada entre las más antiguas, ya que cada generación de todas las sociedades que existen y existieron, tienen que aprender los contenidos socioculturales que distinguen a cada género e integrarlos, de esta forma la supuesta naturaleza femenina y masculina son todo, menos naturales pues no responden a un determinismo biológico.

Stoller (citado en Dio 1991), sostiene una serie de proposiciones que modifican sustancialmente el punto de vista tradicional, como el hecho de que los aspectos de la sexualidad que caen bajo el dominio del género, son esencialmente determinados por la cultura.

Por tanto, surge la interrogante sobre qué es lo determinante en el comportamiento humano, si los aspectos biológicos ó los culturales. Este hecho ha cobrado fuerza respecto a las diferencias entre varones y mujeres, planteándose actualmente que las diferencias significativas entre los sexos son las diferencias de género.

A lo anterior surge la pregunta acerca de ¿qué características se encuentran presentes en todas y cada una de las sociedades para que éstas produzcan y reproduzcan un orden sexual desigual?

La maternidad sin duda es la gran diferencia entre hombres y mujeres pero no sólo por la experiencia física del embarazo, parto y amamantamiento. Nos encontramos que no es sólo la diferencia biológica, sino también, la constante división de la vida en esferas masculinas y femeninas, división que se atribuye a la biología pero que exceptuando lo relacionado con la maternidad, es claramente cultural, es decir, por cuestiones de género.

Para Mudrok, 1937 (citado en Lamas, 1986), el hecho de que los sexos tengan una asignación diferencial en la niñez y ocupaciones distintas en la edad adulta es lo que explica las diferencias observables en el temperamento sexual, y no viceversa.

Por su parte, muchas feministas quisieran sacar el debate sobre las diferencias entre hombres y mujeres fuera del terreno biológico. Ellas compartían el error de pensar lo biológico como inmutable y lo social como transformable. Sin embargo, reconocen que, de acuerdo a recientes investigaciones, es aceptable que existan diferencias sexuales de comportamiento asociadas a un programa genético de diferenciación sexual, estas diferencias son mínimas y no implican superioridad de un sexo sobre otro. Se debe aceptar el origen biológico de algunas diferencias entre hombres y mujeres sin perder de vista que la predisposición biológica no es suficiente por sí misma para provocar un

comportamiento. No hay comportamiento o características de personalidad exclusivas de un sexo. Ambos comparten rasgos y conductas humanas.

Al existir hembras (mujeres) con características asumidas como masculinas, y machos (varones) con características consideradas femeninas es evidente que la biología *per se* no garantiza tener las características de género. No es lo mismo el sexo biológico que la identidad asignada o adquirida; si en diferentes culturas cambia lo que se considera femenino o masculino, obviamente dicha asignación es una construcción social, una interpretación de lo biológico; lo que hace femenina a una hembra y masculino a un macho no es pues la biología, el sexo, pues de ser así ni se plantearía el problema. El sexo biológico, salvo raras excepciones, es claro y constante, si a él estuvieran determinadas las características de género las mujeres siempre tendrían las características consideradas femeninas y los varones las masculinas, además de que éstas serían universales. Con esta distinción sexo/genero se pueden enfrentar los agrupamientos biologicistas. Ya no se puede aceptar que las mujeres sean, "por naturaleza" (o sea, en función de su anatomía, de su sexo) lo que la cultura designa como "femeninas" (valores, deseos, comportamientos), se asumen mediante un complejo proceso individual y social, el proceso de adquisición de género.

Stoller (1968, citado en Baz y Tellez, 1994), examina el caso en los que la asignación de género falló, ya que las características externas de los genitales se prestaban a confusión. Tal es el caso de niñas con un síndrome adrenogenital, o sea que, con un sexo (XX), anatómico (vagina y clitoris) y hormonal femenino, sus genitales externos se han masculinizado. Este error de rotular a una niña como niño resultó imposible de corregir pasados los primeros tres años. La personita en cuestión retenía su identidad inicial de género pese a todos los esfuerzos por corregirlo. También hubo casos de niños genéticamente varones que, al tener un defecto anatómico grave o haber sufrido la mutilación del pene, fueron rotulados provisoriamente como niñas, asignándoles esa identidad desde el inicio y facilitando así el posterior tratamiento hormonal y quirúrgico que los convertiría en mujeres.

Esos casos hicieron suponer a Stoller (1968, citado en Baz y Tellez, 1994), que lo que determina la identidad y el comportamiento de género no es el sexo biológico, sino el hecho de haber vivido desde el nacimiento las experiencias, ritos y costumbres atribuidos a cierto género. Y concluyó que la asignación de una identidad es mayor que la carga genética, hormonal y biológica.

La existencia de las distinciones socialmente aceptadas entre hombres y mujeres es justamente lo que da fuerza y coherencia a la identidad de género, pero hay que tener en cuenta que el hecho de que el género sea una distinción significativa en gran cantidad de situaciones es un hecho social, no biológico. Si bien las diferencias sexuales son la base sobre la cual se asienta una determinada distribución de papeles sociales, esta asignación no se desprende "naturalmente" de la biología, sino que es un hecho social. Por ejemplo, la maternidad sin duda juega un papel importante en la asignación de tareas, pero no por parir hijos las mujeres nacen sabiendo planchar y coser.

La estructuración del género llega a convertirse en un hecho social de tanta fuerza que inclusive se piensa como natural; lo mismo pasa con ciertas capacidades o habilidades supuestamente biológicas que son construidas y promovidas social y culturalmente.

Levi Strauss (citado en Lamas 1986) ha señalado que el matrimonio es un dispositivo cultural que asegura un estado de dependencia recíproca entre los sexos. El uso de la categoría de género ha puesto de relieve que dicho estado de dependencia es sólo recíproco en el nivel más elemental e individual, pues la asimetría fundamental de género pertenece a los hombres -en conjunto- pues son quienes ejercen el poder sobre las mujeres -como grupo social-.

La categoría género permite delimitar con mayor claridad y precisión cómo la diferencia cobra la dimensión de desigualdad. Algunos autores consideran que dicha transformación se da en el terreno del parentesco; otros que en la simétrica distribución

de tareas es donde se funda la desigualdad; pocos más que en territorio de lo simbólico, especialmente en las estructuras de prestigio, es donde surge la subordinación.

El género está presente en todo tipo de hábitos, costumbres, en el lenguaje, en los gestos, en el tono de voz. No existen esencias masculinas o femeninas, existen modos de vivir, de sentir, de pensar, de querer, de actuar, modulados básicamente por las acciones genéricas habitualizadas en cada grupo social y en cada época histórica.

Los sistemas de sexo-género adquieren características específicas según la época y la cultura en la que se desarrollan. Por este motivo, las actividades de género, y las relaciones de poder implicadas en ellas, hay que abordarlas en su historicidad, en sus cambios, pues no se manifiestan de manera idéntica permanentemente. La identidad de género se encuentra entremezclada con otros aspectos provenientes del contexto social en el que se desenvuelven los individuos, como pueden ser la clase, la étnia, por mencionar solo dos que están atravesados por injusticias sociales.

Esto debe alertarnos contra generalizaciones simplificadoras y etnocéntricas sobre la experiencia femenina, solamente aplicables a algunos sectores, así como contra el olvido de las múltiples y concretas maneras en que se vive la identidad y marginación de género en distintos grupos y comunidades, (Fernández, 1996). Lo que clasifica al género y a la sexualidad en una cultura dada son los símbolos, productos y construcciones culturales, por tanto, el género y la sexualidad son materia de interpretación y análisis simbólico. El género es una construcción social, cultural e histórica.

Las culturas tienen nociones formales, a veces muy elaboradas de género y sexualidad, siendo éstas muy variadas. Una comparación entre las culturas del mediterráneo y las del norte de Europa se da de la siguiente manera: mientras que las mediterráneas tienen concepciones de género muy complejas y específicas que definen y organizan áreas de la vida tales como el trabajo, el ocio, la actividad religiosa, etc., las

del norte de Europa son menos elaboradas y por lo tanto el género tiene menor intervención en esos terrenos de la vida.

En un importante ensayo, Scott (citado en Lamas 1995), menciona algunas variantes del concepto género y explica cómo la búsqueda de legitimidad académica llevó a las estudiosas feministas en los ochenta a sustituir mujeres por género. Género incluye a las mujeres sin nombrarlas y así parece no plantear amenazas críticas. El uso descriptivo del término, que es el más común, reduce el género a "un concepto asociado con el estudio de las cosas relativas a las mujeres". También señala que género se emplea para designar las relaciones sociales entre los sexos. Finalmente, para el autor, la utilización de la categoría género aparece no sólo como forma de hablar de los sistemas de relaciones sociales o sexuales sino también como forma de situarse en el debate teórico. Los lenguajes conceptuales emplean la diferenciación para establecer significados, y la diferencia de sexos es una forma primaria de diferenciación significativa. El género facilita un modo de decodificar el significado que las culturas otorgan a la diferencia de sexos y una manera de comprender las complejas conexiones entre varias formas de interacción humana.

Scott propone una definición de género que tiene dos partes analíticamente interrelacionadas, aunque distintas, y cuatro elementos. Lo central de la definición es la "conexión integral" entre dos ideas: el género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos y el género es una forma primaria de relaciones significantes de poder.

Scott distingue los elementos de género y señala cuatro principales:

- Los símbolos y los mitos culturalmente disponibles que evocan representaciones múltiples

- Los conceptos normativos que manifiestan las interpretaciones de los significados de los símbolos. Estos conceptos se expresan en doctrinas religiosas, educativas, científicas, legales y políticas que afirman categóricamente y unívocamente el significado de varón y mujer, masculino y femenino.
- Las instituciones y organizaciones sociales de las relaciones de género: el sistema de parentesco, la familia, el mercado de trabajo segregado por sexos, las instituciones educativas, la política.
- La identidad. Scott señala que aunque aquí destacan los análisis individuales –las biografías- también hay posibilidad de tratamientos colectivos que estudian la construcción de la identidad genérica en grupos. Esta es una parte débil de su exposición, pues mezcla la identidad subjetiva con identidad genérica.

El género se implica en la concepción y construcción del poder; que es el campo primario dentro del cual o por medio del cual se articula el poder.

A lo largo de los últimos veinte años investigadores y pensadores de diversas disciplinas han utilizado la categoría de género de diferentes maneras. Aunque muchas cuestiones dificultan una unificación total en el uso de esta categoría, podemos distinguir entre dos usos básicos: el que habla de género refiriéndose a las mujeres y el que se refiere a la construcción cultural de la diferencia sexual, aludiendo a las relaciones sociales de los sexos.

Scott plantea una ventaja de usar género para designar las relaciones sociales entre los sexos: mostrar que no hay un mundo de las mujeres aparte del mundo de los hombres, que la información sobre las mujeres es necesariamente información sobre los hombres, que los estudios de la mujer perpetúan la ficción de que la experiencia de un sexo tiene poco o nada que ver con la experiencia del otro sexo. Desde la antropología,

la definición de género o de perspectiva de género alude al orden simbólico con que una cultura dada elabora la diferencia sexual.

La interpretación de Delgado (citado en Lamas 1995), se refiere a la simbolización cultural y localiza los factores ocultos o tácitos, no explicados. Al elegir una perspectiva de género, Delgado no se plantea discutir el papel supuestamente real y objetivo de la mujer en el marco doctrinal del catolicismo, ni la culpabilización de lo femenino que se desprende del texto bíblico; él pretende dar cuenta de la simbolización de la diferencia sexual reconstruyendo la manera como la oposición hombre/mujer se producía en el imaginario de las movilizaciones que habían asumido la misión de destruir lo sagrado. Eso lo lleva a sugerir que los ataques a la iglesia y a sus cultos podrían haber funcionado psicológicamente como agresiones contra una suerte de poder, si no femenino, cuando menos feminizante.

Delgado coloca en primer plano "la calidad determinante de las diferencias simbólicas entre los sexos". Para él la distribución de funciones sociosexuales tuvo que ocupar un papel social y psicológicamente fundamental y no marginable en la producción de una ideología obsesivamente centrada en la necesidad de abatir el poder sacramental en España, como requisito ineludible de un fantástico proceso de modernización/virillización, liberador de las antiguas cadenas del pasado/mujer.

El investigador reconstruye así la manera como el género intervenía en la percepción de lo social, lo político o lo cotidiano de los actores históricos. Su interpretación va más allá de simplemente reconocer la existencia de dos ámbitos sociales, con sus espacios delimitados y los rituales que los acompañan. El hecho de que el clero sea masculino no facilita una interpretación como la suya, que analiza lo relativo a la iglesia como un territorio feminizante, que amenaza simbólicamente la virilidad.

Las representaciones sociales son construcciones simbólicas que dan atribuciones a la conducta objetiva y subjetiva de las personas. El ámbito social es, más que un territorio, un espacio simbólico definido por la imaginación y determinante en la construcción de la autoimagen de cada persona: la conciencia está habitada por el discurso social. El cuerpo es la primera evidencia incontrolable de la diferencia humana. Lo que define al género es la acción simbólica colectiva. Mediante el proceso de constitución del orden simbólico en una sociedad se fabrican las ideas de lo que deben ser los hombres y las mujeres.

Godelier (citado en Lamas, 1995), resume la situación de las mujeres como de subordinación: "separadas del principal factor de producción (la tierra) y de los principales medios de destrucción y represión (las armas); excluidas del conocimiento de los mayores saberes; mantenidas al margen o en un lugar secundario durante las discusiones y toma de decisiones concernientes al interés general de la tribu o a su propio destino individual; valoradas cuando no se quejan y cuando son fieles, dóciles y cooperadoras; intercambiadas entre los grupos, con la idea de que sus hijos no les pertenecen" (p.29).

La lógica del género, parte de una oposición binaria: lo propio del hombre y lo propio de la mujer, es una lógica de poder, de dominación. Esta distinción, recreada en el orden representacional, contribuye ideológicamente a establecer lo esencial de la femineidad y de la masculinidad,. Esta lógica es, según Bourdieu (citado en Lamas, 1995), la forma paradigmática de violencia simbólica, definida por este sociólogo francés como aquella violencia que se ejerce sobre un agente social con su complicidad o consentimiento, para Bourdieu existe gran dificultad para analizar la lógica del género ya que se trata de una institución que ha estado inscrita por milenios en la objetividad de las estructuras sociales y en la subjetividad de las estructuras mentales.

La identidad genérica se construye mediante los procesos simbólicos que en una cultura dan forma al género. La identidad genérica, por poner un ejemplo simple, se

manifiesta en el rechazo de un niño a que le pongan un vestido o en la manera con que las criaturas se ubican en las sillitas rosas o azules de un jardín de infantes. Esta identidad es históricamente construida de acuerdo a lo que la cultura considera "femenino" o "masculino"; evidentemente estos criterios se han ido transformando. La identidad se conforma mediante la reacción individual ante la diferencia sexual, mientras que la identidad genérica está condicionada tanto históricamente como por la ubicación que la familia y el entorno le dan a una persona a partir de la simbolización cultural de la diferencia sexual: el género.

Constance Penley (citado en Lamas, 1995), señala que el término género se ve como más útil y menos cargado que diferencia sexual, particularmente en la medida en que el género es visto como una forma de referirse a los orígenes exclusivamente sociales de las identidades subjetivas de hombres y mujeres y de enfatizar un sistema total de relaciones que pueden incluir al sexo, pero que no está directamente determinado por el sexo o determinando la sexualidad.

Con la sustitución del concepto diferencia sexual, por género se evitan conceptos como deseo e inconsciente y se simplifica el problema de la relación de lo social con lo psíquico. Esta incapacidad para comprender el ámbito psíquico lleva a mucha gente a pensar que lo que está en juego primordialmente son los factores sociales. Aunque las personas están configuradas por la historia de su propia infancia, por las relaciones pasadas y presentes dentro de la familia y en la sociedad, las diferencias entre masculinidad y feminidad no provienen sólo del género, sino también de la diferencia sexual, o sea, del inconsciente, de lo psíquico.

Al mostrar que los hombres y las mujeres no están precondicionados, sino que ocurre algo diferente, el psicoanálisis plantea algo distinto a una esencia biológica o a la marca implacable de la socialización: la existencia de una realidad psíquica. El psicoanálisis muestra los límites de las dos perspectivas -biológica y sociológica- con las que se pretendían explicar las diferencias entre hombres y mujeres.

El trabajo crítico y deconstructivista feminista ha aceptado que los seres humanos estamos sometidos a la cultura y al inconsciente, reconociendo las formas insidiosas y sutiles del poder social y psíquico. Pensar que algo es natural es creer que es inmutable. Justamente la crítica feminista sobre el sexo como algo dado e inamovible surgió del uso de la categoría de género como lo construido socialmente.

A partir de múltiples narrativas sobre la vida sexual, se comprueba que justamente la sexualidad es de lo más sensible a los cambios culturales, a las modas, a las transformaciones sociales. Foucault (citado en Lamas, 1995), inició un análisis histórico para mostrar que en el pasado el sexo existía como una actividad o una dimensión de la vida humana mientras que en la actualidad se establece como una identidad, esto invierte las jerarquías; por primera vez el sexo deja de ser una parte arbitraria o contingente de la identidad para inaugurar una situación inédita; ya no hay identidad sin definición sexual.

Hoy se acepta que la sexualidad no es natural sino que ha sido y es construido. Bajo el término sexo se caracterizan y unifican además de funciones biológicas y rasgos anatómicos, también la actividad sexual. No solo se pertenece a un sexo, se tiene un sexo y se hace sexo. La interrogación feminista sobre las consecuencias de la diferencia sexual ha tratado de conocer las redes de significados del sexo y el género para así comprender cuáles son las estructuras de poder que dan forma al modelo dominante de sexualidad: la heterosexualidad

La conducta sexual mas allá de la perspectiva biológica reproductiva en la que los hombres y mujeres tienen una función específica, y complementaria, está también sujeta a los papeles asignados a cada sexo, los cuales facilitan o inhiben, gratifican o sancionan ciertos comportamientos sexuales. Por ejemplo, se le asigna al hombre el papel activo y de toma de iniciativa en cuanto a la conducta sexual y a la mujer un papel pasivo.

Un estereotipo muy generalizado es que los hombres tienen una mayor inclinación hacia la actividad sexual que las mujeres y que la excitación sexual en los hombres se produce rápida y automáticamente, en tanto que la mujer necesita que se le trate con ternura y aún así se cree que su capacidad de excitación es bastante limitada. Sin embargo, estudios realizados sobre la sexualidad masculina y femenina ponen en evidencia lo limitado y falso de estos estereotipos, (Masters y Johnson, 1987, citado en Lara, 1994)

Judith Butler (citado en Lamas, 1995), se pregunta hasta dónde el género puede ser elegido, partiendo de la idea de que las personas no solo somos construidas socialmente sino que en cierta medida nos construimos a nosotras mismas. Para Butler el género aparecía como resultado de un proceso mediante el cual las personas recibimos significados culturales, pero también los innovamos. De ahí que para ella, elegir el género signifique que una persona interprete las normas de género recibidas de tal forma que las reproduzca y las organice de nuevo. Las nuevas preguntas que ella se formula son interesantes: ¿Ser femenina es un hecho "natural" o un performance cultural?, ¿Se constituye la "naturalidad" a través de actos culturales que producen reacciones en el cuerpo?, ¿Cuáles son las categorías fundantes de la identidad: el sexo, el género, el deseo?, ¿Es el deseo una formación específica del poder?.

Butler distingue el ámbito psíquico del ámbito social y señala que no hay que frenar la tarea política para explorar las cuestiones de la identidad. Ella abre una vía fecunda para el feminismo al plantear que una nueva forma política emerge cuando la identidad como terreno común ya no restringe el discurso de la política feminista.

Los papeles que marcan la diferente participación de los hombres y las mujeres en las instituciones sociales, económicas, políticas y religiosas incluyen las actitudes, valores y expectativas que la sociedad conceptualiza como femeninos o masculinos.

De hecho, desde el instante mismo en que nace una persona, el trato que se le da es distinto, dependiendo de si es niño o niña; mientras que en los niños se pone énfasis en la libertad, audacia, inteligencia, se fomentan y desarrollan sus capacidades físicas, la rebeldía y la agresividad y se le proporcionan juguetes que le ayuden a desarrollar su imaginación; a las niñas se les educa en forma tal que se den en ellas las cualidades femeninas más apreciadas como: abnegación, autosacrificio por los demás, sumisión, docilidad, seducción, etc. Por otro lado, se les limita el desarrollo físico, advirtiéndoles que deben evitar juegos bruscos; la inteligencia, la iniciativa, el resolver problemas y tomar decisiones, son características o habilidades que comúnmente los padres no creen que resulten ser de importancia en ellas (el razonamiento es: que tarde o temprano se casarán, tendrán hijos y por supuesto un marido que será el encargado de los gastos familiares, les dará protección y será él quien resuelva los problemas más importantes). De este modo, a las niñas se les hace creer que son débiles, inferiores física e intelectualmente a los hombres. Aunque esto no debería ser, siguen educando a algunas mujeres para esperar al "Príncipe Azul" pues será él quien "resuelva la vida" y ella no tendrá de qué preocuparse, pues esa será la obligación de él, mientras que la de ella será la de atender a sus hijos, a su esposo y las labores de la casa. Considero que en lugar de esto, deberían fomentarles también el hecho de resolver problemas, de tomar decisiones, así como algunas otras de las actividades "para niños", ya que esto les proporcionará mayor seguridad así como habilidad y facilidad para resolver diferentes situaciones a lo largo de su vida.

No todas las culturas elaboran nociones de masculinidad y feminidad en términos de dualismo simétrico. Aunque en la mayoría de los casos, las diferencias entre hombres y mujeres son conceptualizadas en términos de conjuntos de oposiciones binarias metafóricamente asociadas, hay veces en que los sexos aparecen como graduaciones en una escala. Hay oposiciones recurrentes transculturalmente Mujer/Hombre va con Naturaleza/Cultura, Interés privado/Interés social, Doméstico/Público, etc

El uso riguroso de la categoría de género conduce irremediablemente a la desesencialización de la idea de mujer y de hombre. Comprender los procesos psíquicos y sociales mediante los cuales las personas nos convertimos en hombres y mujeres dentro de un esquema cultural de género, que postula la complementariedad de los sexos y la normatividad de la heterosexualidad, facilita la aceptación de la igualdad (psíquica y social) de los seres humanos y la reconceptualización de la homosexualidad.

Si bien toda nuestra experiencia de vida está marcada por el género, también tenemos, como seres humanos, una comunalidad de aspiraciones y compromisos que con frecuencia nos une más que sólo las cuestiones de género. Así habría que tener presente la acepción castellana de género en el sentido de que mujeres y hombres pertenecemos al género humano.

Lara (1994) define masculinidad y femineidad como todo aquello que caracteriza al hombre y a la mujer respectivamente; lo masculino se ha igualado con el hecho de ser pragmático y estar orientado hacia la consecución de metas mientras que lo femenino, con lo expresivo y afectivo.

La ancestral relación hombre-mujer, fundamentada en el esquema maestro/alumna o padre/hija, ha promovido la infantilización de la mujer y la omnipotencia infantil del varón. Esta dicotomía de hombre adulto, fuerte, guía, y mujer madre, niña, débil, protegida, en la que se basa el concepto de complementariedad de la pareja, no ha beneficiado ni al hombre ni a la mujer. Al hombre lo ha alejado del ámbito familiar, le ha producido sentimientos ambivalentes frente al hecho de tener que "proteger" a la mujer: por un lado, le proporciona placer al confirmarlo en su papel de protector y le alivia cierta tensión al permitirle depositar en la mujer sus aspectos "débiles", pero por otra parte lo frustra porque lo obliga a ajustarse a un libreto cada vez menos satisfactorio.

En la mujer, la figura de la niña-madre se contraponen a la figura de la madre todopoderosa que nunca ha podido ser compañera, que no sólo promueve la expulsión del marido la casa, o los hijos; sino que además oculta la verdadera causa de esta distancia. Las distinciones entre lo masculino y lo femenino, y por lo tanto, entre el adentro y el afuera, lo débil y lo fuerte, se han ido desvaneciendo poco a poco. Este desvanecimiento se expresa en el vestuario, en las formas de enamorar, en quién paga la cuenta en los cafés, quién saca a bailar en las fiestas, en la participación de la mujer en la vida productiva, en el salario de la mujer como un pilar fundamental de la economía familiar, etc , (Maldonado, 1993, citado en Meza, 1998).

En la actualidad no existe un consenso sobre el modelo de evolución histórica de la mujer, lo cual repercute en los distintos enfoques teóricos y metodológicos de la historiografía. Parece imposible aprender la experiencia histórica de la mujer si se emplea el criterio y la metodología histórica tradicionales, ya que la invisibilidad de la mujer en la historia deriva precisamente de la definición misma que se ha dado de la historia. Por tanto, no se trata de ocultar lo que las mujeres hubieran realizado, ni tampoco de aceptar la marginación femenina del proceso histórico, (Nash, 1984).

De Barbieri (1984), considera que en su condición de varón y mujer se perciben socialmente diferentes, con derechos y obligaciones distintas, con formas de ser y de actuar específicas. Los papeles de mujer y varón se definen y especifican en relación con la familia y más concretamente con la unidad doméstica. Para el varón la obligación es "traer dinero a la casa", es decir mantener con su trabajo la unidad doméstica. Para la mujer la obligación consiste en controlar el acontecer doméstico; "pues primordialmente, la mujer debe atender a los hijos, al esposo y la casa".

Como pudimos observar la categoría de género se refiere no solamente a características físicas, es una significación que se da social y culturalmente pues desde el nacimiento se nos trata dependiendo de nuestro sexo y por consiguiente, esta situación coloca a las mujeres en una situación de desigualdad respecto a la educación, empleo,

entre otras; sin embargo, debido a que es la encargada del proceso reproductivo se le atribuye como principal responsable del cuidado y la crianza de los hijos y al hombre como encargado de llevar el sostén económico a su casa. Puesto que esta es una situación cultural, depende de uno mismo como parte de la sociedad que los roles de hombre y mujer dejen de ser tan marcados como lo han sido hasta hace un par de décadas. Ψ

1.1 Cómo se educa para ser mujer.

Desde el momento mismo del nacimiento, el trato que se da a niños y niñas es distinto y por tanto, las funciones o papeles que se asignan también serán diferentes. Todo esto se va generando, transmitiendo, fomentando y perpetuando a través del proceso de socialización, (Bustos, 1988)

Desde niña se le educa para ser ama de casa, un ser débil, inferior física e intelectualmente a los hombres por lo que tendrá la obligación moral de justificar su existencia sirviéndole lo mejor posible ya que él la protegerá moral, física y económicamente. Para condicionar su rol se le dan juguetes como muñecas y diferentes utensilios que se utilizan dentro del hogar para que desde pequeña vaya ejercitando su papel de futura madre y ama de casa; así como artículos de uso personal (pequeños tocadores, lápices de labios incoloros, perfumes, etc.), la vestirán de rosa y colores que la limitaran para siempre y más tarde simbolizarán su opresión y esclavitud, (Urrutia, 1979).

Al mismo tiempo, esta condición, así como los juegos y los juguetes permitirán en las niñas una aceptación "normal" de los papeles o roles, puesto que a través de los juegos se ensayan incursiones prematuras en el rol de madre, esposa y encargada de los quehaceres domésticos. Los juguetes se convierten en uno de los instrumentos de penetración ideológica al servicio de la clase dominante y sirven para implantar la división del trabajo por sexos desde la más tierna infancia. La posición de las mujeres, sus actividades, sus limitaciones y sus posibilidades varían de cultura a cultura, pero lo que sí se mantiene constante es la diferencia entre lo concebido como masculino y lo concebido como femenino; sin embargo, la posición de la mujer no está determinada biológica sino culturalmente.

Cuando la mujer empieza a desarrollarse dentro del seno familiar la madre, las tías, abuelas y el padre, serán los maestros y educadores para que ella aprenda y asimile cuál será su rol durante la vida y así mismo para que lo desempeñe correctamente.

En todas partes, de una manera u otra, las mujeres han sido condicionadas a sentirse inferiores, secundarias, dóciles y complementarias del hombre, y nunca como seres humanos iguales y capaces. Tanto los hombres como las mujeres (pero particularmente los hombres), han fomentado este condicionamiento que es parte del círculo vicioso de distorsión y alienación que sufren ambos sexos en la mayoría de las sociedades contemporáneas. Las mujeres nacen con una imagen demolida de ellas mismas; mientras que los hombres contribuyen a mantener viva esa imagen distorsionando su realidad al igual que la de las mujeres, (Randall, 1989).

En algunos países europeos y en muchos países de América Latina, proliferaron artículos que sustituyen sexo por género ó utilizan género como sinónimo de mujer

Los que confunden con mala intención el concepto de "género", lo hacen porque saben que el concepto en sí mismo es liberador. Si se logra explicar que la subordinación de las mujeres no se debe a que por naturaleza a la mujer le toca cocinar, limpiar y cuidar, las estructuras de género que mantienen a las mujeres subordinadas podrían ser transformadas. Saben que a través de la historia patriarcal, las distintas culturas le han asignado a las personas que nacen con sexo anatómico femenino una serie de roles y características que son infravaloradas con respecto a los que se asignan a los que nacen con sexo anatómico masculino, y que no hay nada de "natural" en que solo las que potencialmente pueden parir y amamantar tengan que responsabilizarse del hogar. No quieren que se sepa que esos roles y características que constituyen lo que se ha llamado género podrían revalorarse y transformarse sin necesidad de eliminar las diferencias entre los sexos, (Facio, 1995).

Bassaglia (1983, citado en Cazés 1994) comenta que las mujeres se constituyen esencialmente en seres para los otros porque tanto su cuerpo como su subjetividad están consagrados a los demás. Por tanto, los modos de ser de las mujeres por carecer de autonomía e independencia son cautiverios caracterizados por la expropiación de sus cuerpos, su sexualidad y su subjetividad; la no-conciencia y la no-voluntad al definir el sentido de sus vidas; el no-protagonismo en la definición de su propio ser; su sujeción a los poderes encarnados por hombres e instituciones y la subalternidad total de su ser.

El feminismo se dirige a criticar ciertas prácticas, discursos y representaciones sociales que discriminan, oprimen y vulneran a las personas en función de la simbolización cultural de la diferencia sexual. De ahí que cobra tanta importancia el uso de las categorías que analizan al sujeto, la experiencia humana y la moralidad, ya que tienen implicaciones, más allá de la teoría, en las vidas concretas de las personas. A pesar de los variados usos de la categoría de género, el hilo conductor sigue siendo la desnaturalización de lo humano: mostrar que no es natural la subordinación femenina, como tampoco lo son la heterosexualidad y otras prácticas.

Las características humanas consideradas "femeninas" son adquiridas por las mujeres mediante un complejo proceso individual y social, en vez de derivarse "naturalmente" de su sexo, se suponía que con la distinción entre sexo y género se podía enfrentar mejor el determinismo biológico y se ampliaba la base teórica argumentativa a favor de la desigualdad de las mujeres. Posteriormente, el uso de la categoría de género llevó al reconocimiento de una variedad de formas de interpretación, simbolización y organización de las diferencias sexuales en las relaciones sociales y perfiló una crítica a la existencia de una esencia femenina.

El síndrome de mujer sufrida, también descrito como marianismo, maternalismo, hembrismo o sumisión, consiste en un culto a la superioridad espiritual femenina que enseña que las mujeres son espiritualmente superiores y más fuertes que los hombres, (Stevens, 1973, citado en Lara, 1994). Este culto lleva a las mujeres a no evitar el

sufrimiento sino a luchar por hacerlo evidente, mostrando las actitudes correspondientes de abnegación, que son más pronunciadas entre más sufrimiento les inflinjan sus cónyuges. También se caracteriza por una gran dependencia, conformismo, falta de imaginación y timidez, en la relación con el hombre, (De Leñero, 1969).

Además de que la mujer ejerce un papel importante en la toma de decisiones, como proveedora económica y es el apoyo emocional de la familia, ella misma sigue adjudicándose características de pasividad, sumisión y dependencia en mayor medida que los hombres.

Es importante distinguir dos posturas diferentes que han acompañado la investigación sobre las mujeres:

1) Centrar el objeto de estudio en las mujeres; Es decir, en generar, acumular y revisar información e hipótesis sobre las condiciones de vida y de trabajo, la creación y la cultura producida por las mujeres.

2) Privilegiará a la sociedad como generadora de la subordinación de las mujeres. Ambas posiciones plantean la necesidad de acotar objetos de estudio en el tiempo y en el espacio y controlar algunas dimensiones como condiciones de clase o estatus. Como se puede observar, en la primera perspectiva se pone énfasis en la generación de conocimientos sobre las mujeres y los determinantes de sus condiciones sociales; para la segunda perspectiva:

a) La subordinación de las mujeres es producto de determinadas formas de organización y funcionamiento de las sociedades.

b) No se avanzará sólo estudiando a las mujeres; es necesario analizar en todos los niveles, ámbitos y tiempos las relaciones mujer-mujer, mujer-varón y varón-varón. Es en este sentido donde surge y se extiende el concepto de género como categoría, que en

lo social corresponde al sexo anatómico y fisiológico de las ciencias biológicas. El género es el sexo socialmente construido.

Existen mujeres que son objetos de opresión, esto es por el solo hecho de ser mujer, así como los niños, los ancianos y todos aquellos grupos o individuos que como el de las mujeres, son considerados, dependientes, subalternos, inferiores y discriminables; se les concibe y se les trata como a menores de edad que deben someterse a la voluntad de quien comanda a su descendencia, es decir, del patriarca o de sus representantes, (Cazés, 1994).

Algunos padres reciben todavía con decepción el nacimiento de una hija. A una mujer joven más que por sus cualidades personales, se la estima por su valor en el mercado matrimonial y por su utilidad en la crianza de los hijos. Es frecuente que la mujer resulte víctima cuando se da una contraposición entre los ideales relativos a la estructura familiar y las realidades que las tensiones sociales y económicas imponen sobre las familias, (Newland, 1982).

El trabajo remunerado no es una actividad que sea vista como obligatoria para la mujer, ni es lo que la define como tal. Sin embargo, es un hecho que las mujeres casadas trabajan. No obstante, el trabajo remunerado tiene siempre (para ellas) el carácter de ayuda en la economía familiar.

La ventaja de un trabajo remunerado es vista desde diferentes ángulos. Para la mayoría es obtener dinero que aumenta la disponibilidad económica de la mujer, quien a través del trabajo puede disponer de dinero propio, tanto para sus gastos personales, como para gastos familiares que no pueden realizarse con el puro sueldo o ganancia del esposo. Pero esta posibilidad está mezclada a la vez con la de una actividad que permite a la mujer salir de la casa (del círculo del lavadero, del mercado y de las vecinas) relacionarse con otras personas, desarrollar sus capacidades propias. El trabajo es

percibido como un elemento que provoca placer, independientemente que medie una relación salarial o que sea trabajo independiente, (De Barbieri, 1984)

A la mayoría de las mujeres se les deja el trabajo de educar a los hijos, ya que el esposo suele estar ocupado fuera de casa. La mujer debe vigilar el cumplimiento de las reglas del hogar, cerciorarse de que los niños hagan la tarea y sigan una dieta balanceada, así como resolver o mediar en las diferentes situaciones que surgen durante el día. A todo esto hay que añadir el trabajo que implica limpiar y manejar una casa o supervisar a otros que se les paga para hacerlo.

Al tener a su cargo la tarea de restringir o redirigir la conducta de sus hijos, la mujer debe enfrentarse la mayor parte del tiempo al enojo de aquellos o a sus continuos intentos de manipular o vencer el sistema. Esta situación puede causar en la mujer dolores de cabeza y de espalda, irritabilidad, provoca frustración y problemas matrimoniales. Como reacción a los intentos de disciplinar a sus hijos, algunas mujeres se vuelven complacientes en hacer cumplir las reglas de la casa o las tareas escolares. Obviamente, esto complace a los niños; sin embargo, el esposo empieza a presionar para que la esposa cumpla bien con su trabajo, (Eirich, 1989). La mujer necesita sentirse competente como persona; sin embargo, debe responsabilizarse de su propio cambio para ayudar a su esposo y a sus hijos a que la tomen en serio.

La educación que se da a la mujer desde pequeña, es para agradar a los demás, así mismo los juguetes que se le dan son "educativos" en el sentido en que son juguetes como trastectos, utensilios de cocina, muñecas con las que juegan a ser mamás, etc. y se le fomenta poco o en ocasiones nada en otro tipo de actividades en donde pueden demostrar sus habilidades y capacidad. Ψ

1.2 Cómo se educa para ser varón.

Los varones tienen privilegios sobre las mujeres por el simple hecho de ser varones. Evidentemente, una minoría consigue el poder político y económico y tiene preferencia sobre otros varones y sobre las mujeres en general, lo que los hace responsables de todo tipo de opresiones. Sin embargo, el género masculino les ofrece privilegios sobre las mujeres de su mismo grupo social e incluso sobre mujeres de clases sociales económicamente privilegiadas, (Fernández, 1996).

Para Oses (1998), el indagar sobre lo masculino podría liberarlos tanto de las rigideces de una construcción establecida e impuesta sobre cómo se debe ser hombre, y también lleva a poner en duda las formas consagradas en que, desde ese ser hombre se relacionan con las mujeres.

Para Godelier (citado en Lamas, 1995), el dispositivo central de la dominación, masculina es la máquina de la identidad de género que vuelve evidentes todos los códigos y la información que de manera inconsciente han recibido los jóvenes a lo largo de sus vidas, y que los confirma como "hombres" o "mujeres" capaces de vivir en sociedad. A partir de su iniciación, se reafirmará la segregación sexual presente en todos los aspectos, materiales y simbólicos. La vida se divide en masculino y femenino: el trabajo (la caza, la recolección, la agricultura, la ganadería, la producción de sal, la fabricación de útiles, armas, vestidos y adornos, la construcción de casas) y el espacio, desde el exterior (caminos para hombres y para mujeres), hasta el interior (diferentes áreas dentro de las casas).

Se ha dicho que en México la dicotomía masculino-femenino alcanza dimensiones dramáticas, que en nuestro país el machismo está más arraigado que en otras culturas latinoamericanas, que la situación de sumisión de la mujer es tan aceptada que el movimiento de liberación femenina no ha dejado mucha huella y que la incorporación de

la mujer al mercado de trabajo no ha implicado un cambio en la realización de las labores tradicionales, ni en la conciencia de género de las mujeres, (Lara, 1994).

El machismo se basa tanto en el poder masculino como en la inferiorización y en la discriminación de las mujeres así como en la exaltación de la virilidad opresora y de la femineidad opresiva, construidos en deberes e identidades compulsivos e ineludibles. Los hombres están padeciendo cambios de importancia considerable en todo lo referente a sus vidas. A lo largo de la década pasada, el movimiento de liberación de la mujer, así como algunas transformaciones radicales del entorno socioeconómico, han hecho que ellos mismos se vean de manera muy distinta a como se veían antes. Las estructuras familiares en las que ambos componentes de la pareja trabajan fuera del hogar; el compartir las tareas domésticas y el cuidado de los hijos, además de una sensibilidad creciente respecto de todos los sentimientos y emociones son algunas de las instancias que han pasado a formar parte constitutiva de la experiencia masculina. Estos cambios elementales han afectado a la mayor parte de los hombres, (Bell, 1987)

Guzmán (citado en Osés 1998), observa la dinámica de las relaciones hombre-mujer, y la inversión de poderes que se produce en el matrimonio. Entonces, "el que fue un macho abrumador y terrible se convierte en un triste infeliz que esta en manos de una mujer que hace con él lo que se le da la gana" (p.3). En este comentario podría estar el origen del miedo que el hombre muestra hacia el hecho de contraer matrimonio, pues podría ser como una trampa para despojarlo de sus poderes.

Todo lo masculino configura ejes centrales de las formas que adopta el patriarcado y de los ámbitos particulares en los que éste permite la vida y la sobrevivencia. Todos los hombres deben ser jefes, y el orden genérico se configura para que lo sean de alguna manera. Cuando menos de la familia nuclear idealizada por las modernas políticas de población y sus spots publicitarios, (Lagarde, 1993).

Los atributos que se definen como masculinos son la capacidad de organizar y mandar, así como la inteligencia tanto concreta como abstracta; Por eso a los hombres les toca por definición, no solo llevar las riendas de las familias y sus propiedades, sino también ejercer los poderes públicos militares y civiles, y definir las normatividades tradicional y jurídica, así como las reglas del pensamiento, de las creencias, de la interpretación de la historia, de la enseñanza, de la moral. Por ello tienen a su cargo la elaboración sistemática del pensamiento, del conocimiento, de los mitos, de la difusión de los acontecimientos sociales, y de las verdades oficiales; también el análisis de la realidad con apego a las normas que lo definen como científico.

Independientemente de la voluntad y de la conciencia, los hombres ejercen la opresión patriarcal por el sólo hecho de serlo, pero también sus instituciones y sus normas y quienes por delegación patriarcal deban hacerlo. Las mujeres a la vez que son objeto de la opresión, la ejercen igualmente, (Cazés, 1994).

De este modo, los hombres por el simple hecho de serlo se les atribuye la creatividad, los poderes de dominio, la racionalidad, la violencia, la conducción de los otros, las decisiones sobre las vidas propias y ajenas, la creación de instituciones y su manejo, la definición de ideales, proyectos colectivos y la responsabilidad de interpretar toda formulación en torno a ellos y a su concreción.

Como quiera que sea la vida concreta de cada hombre, todos nacen con la potencialidad que les da tener las puertas abiertas a la posesión de los mejores valores y recursos para la vida y la sobrevivencia. Su sexo lo ubica en el buen género, el de los padres, el superior, el de los triunfadores, de los ejecutores, el prestigioso, los poseedores, los que controlan y los que dominan, (Lagarde, 1993).

El machismo también se manifiesta en una necesidad de salirse siempre con la suya, de presionar a que otros acepten los puntos de vista propios y de ganar cada discusión, considerando cada diferencia de opinión como una declaración de enemistad.

A partir de la importancia que se le da a la dignidad dentro del machismo ésta se manifiesta como una hipersensibilidad que lleva al hombre a interpretar casi cualquier comentario como un insulto. Al hombre se le atribuye la supremacía absoluta y se le considera la fuente de toda autoridad; el papel que desempeña es casi siempre de irresponsable ausente y violento. Así mismo comenta, que dentro del machismo la preocupación primordial que llega al grado de extrema ansiedad, es la demostración de la masculinidad, de la potencia sexual y la capacidad de engendrar, mismas que se demuestran de diversas maneras: sometiendo a "su mujer", impidiéndole que tenga contacto con otros hombres, fecundándola, dándole importancia a tener un hijo varón y manteniendo constantes relaciones extramaritales, (Stevens, 1973, citado en Lara, 1994).

En grupos rurales, los hombres intervienen poco en las actividades domésticas y es común que salgan a trabajar días enteros o temporadas largas o bien, que abandonen definitivamente a sus familias, por lo que la mujer a menudo ejerce como la cabeza de la familia.

En el estudio de los Baruya citado por Lamas (1995) y Cazés (1994), la superioridad masculina nace del hecho "incontrovertible", ubicado en el terreno de lo simbólico, de que en épocas remotas sus antepasados varones habían expropiado a las mujeres de sus poderes.

Por ello habían acumulado dos poderes: el que poseen los hombres como tales (simbolizado en el poder fecundante y nutricio de su esperma) y el de las mujeres, poseedoras de poderes femeninos que emanan de una creatividad originaria superior a la de ellos.

Otra tendencia que aparece, es la de definir a los varones en términos de su *status* o de su papel: guerrero, cazador, jefe, etc., mientras que la tendencia respecto a las

mujeres es de definir las en términos androcéntricos por su relación con los hombres: esposa de, hija de, hermana de, etc.

Existen papeles y estereotipos muy claramente definidos para mujeres y hombres, comunes a la mayoría de las sociedades. Estos se refieren a aspectos de expresividad y afectividad, por una parte y de pragmatismo y consecución de metas, por la otra. Estos aspectos se relacionan con los papeles asignados tradicionalmente a la mujer y al hombre: de ama de casa y cuidadora de los hijos y de proveedor respectivamente.

Los hombres deben ser protagonistas de sus propias vidas y la vida del mundo; y tienen a su alcance los elementos para tal protagonismo. Los hombres son, cada hombre es, pero las mujeres "deben" realizar la sexualidad materna para ser genéricamente femeninas; ellos están paradigmáticamente instalados en la civilización del padre; son padres aún sin tener hijos y en general, son padres de todas las mujeres. Los personajes masculinos comparten los rasgos paternos del poder, así como los filiales de la dependencia respecto de su propio dominio sobre las mujeres, (Cazés, 1994).

Quienes detallan el carácter de cada personaje de la "nueva masculinidad", evitan recordar a otro personaje con el que coincide la misoginia renovada de sus arquetipos: el poseedor universal de las mujeres como objetos de placer sexual, como bienes de los que cada varón puede y debe apropiarse para consumirlos con el fin de mostrarse así mismo y mostrar a los otros varones su virilidad. Cada hombre lleva a este personaje bien arraigado en su mirada y en su actitud hacia las mujeres. Los "machistas" son los hombres mejor socializados, quienes de todas las normas aprendidas persisten en ellos las que más les favorecen; así mismo, están convencidos de ser superiores a las mujeres, pero no consideran que ellas necesiten de su protección; las perciben como enemigas a vencer para aprovecharlas, pues saben que están hechas para otorgar innumerables prestaciones que esperan recibir de ellas o exigirselas. Su actitud imaginariamente dominante y a veces depredadora y el control real o imaginario que

ejercen sobre una o más mujeres, son en muchos casos compensatorios de un sentimiento de inferioridad frente a hombres de mayor jerarquía, (Cazés, 1994).

Se pueden distinguir dos posturas acerca de la masculinidad de acuerdo a Hernández (1998), la primera, ve la masculinidad como un asunto de rescate de las raíces del hombre y de su espiritualidad, vista como algo intrínseco, como núcleo esencial de ese hombre; La segunda, aborda la masculinidad como una cuestión de poder desde el punto de vista históricossocial.

Desde la perspectiva históricossocial, el mundo de los hombres es el campo donde se obtiene el poder y donde se lucha contra los otros (incluidos los propios hombres) para obtener dicho poder. Para mantener el poder sobre los demás (los otros hombres, las mujeres, los homosexuales, las minorías) el hombre necesita evidencias que demuestren su hombría. Estas evidencias deberán contener elementos indispensables tales como el éxito, la capacidad para correr riesgos, la fortaleza, el ser confiable y ejercer un buen control sobre sí mismo. La masculinidad es algo que se construye en lo cotidiano, día a día, que se va significando y resignificando en forma constante en función de la trama de relaciones que se establecen consigo mismo, con los otros y con la sociedad, por esta razón es que lo masculino pertenece al campo de lo social y no al campo de la naturaleza o de la biología.

Para algunos, la masculinidad es algo natural y/o divino, a lo que el hombre tiene derecho sólo por ser varón; esta concepción que recurre a lo divino y a lo biológico para explicar la masculinidad, ignora que el género se construye socialmente y concibe como natural que el hombre sea proveedor, el que manda, el que decide lo que se debe hacer y dejar de hacer, pero ¿Es ésto lo que el hombre quiere hacer realmente?, ¿Es algo que debe hacer porque así lo obliga su naturaleza?

Gilmore (citado en Meza, 1998), por su parte afirma que la masculinidad se construye como un ideal que no es simplemente un reflejo de la psicología individual, sino que es parte de la cultura pública, -es- una representación colectiva.

Hoy en día la masculinidad es muy distinta de lo que era hace poco tiempo. En las generaciones anteriores, los hombres al igual que las mujeres, tenían que aceptar sin cuestionar las imágenes que les habían sido dadas respecto del significado que tiene el ser un individuo adulto. En el presente, ya nadie puede permitirse el lujo de aceptar tales ideas preconcebidas. En esta época se deben enfrentar una serie de modelos contradictorios que atañen al hecho de ser una persona adulta, hombre o mujer. Este estado de hechos, por su naturaleza misma, da pie a toda clase de profundas ansiedades. Al mismo tiempo, permite llegar a ser lo que se podría calificar como adultos autogenerados, personas que ya no se definen por el mero patrón de las imágenes del pasado, sino que son cada vez más capaces de desarrollar sus propias creencias y modos de acción. Aunque en ocasiones se vean en abierta regresión hacia los estereotipos y las actitudes del pasado, ya no es posible confiar en ellos, y mucho menos en su función de indicadores de un comportamiento apropiado.

A pesar de las dificultades, hombres y mujeres tienen hoy la oportunidad de hacer de sí mismos adultos autogenerados, individuos que ya no tienen por qué depender estrechamente de una serie de estructuras heredadas, sino que están por el contrario, en condiciones de afianzar las suyas propias, (Bell, 1987).

En la actualidad, el hombre se entrega 100% a su apariencia sin dejar de ser varón, sin embargo algunas mujeres no están totalmente de acuerdo con tanto esmero y dedicación por parte de ellos, mientras que otras consideran que es maravilloso estar en los brazos de un hombre que sea atractivo y elegante. Cada hombre, según su condición, sabe exactamente lo que le conviene, qué hacer para verse bien y lucir bien, sin caer en lo ridículo, ni atentar contra su masculinidad como menciona Montenegro (1997).

Maldonado (citado en Meza 1998), afirma que hay que aprender a vivir; el hombre debe evitar volverse defensivo frente a los cambios en la mujer. No se puede estar dispuesto sólo a adaptarse al nuevo cambio de las mujeres. No es deseable el regreso, ni tampoco es posible; debe encontrarse un modo diferente de ser hombre o tal vez sencillamente, un nuevo modo de ser.

Si bien el patrón social de división del trabajo entre los sexos adjudica a las mujeres al trabajo doméstico, existen una serie de tareas que pueden estar siendo indistintamente realizada por varones y mujeres. Por otra parte, hay una percepción social proveniente de sectores intelectuales que consideran que parte importante del trabajo doméstico sea realizado por los cónyuges hombres, (De Barbieri, 1984).

En un futuro no muy lejano y quizá hoy día, hombres y mujeres se sentirán probablemente obligados a mantener una estructura de trabajo dual tanto por razones económicas como por lograr una sensación de éxito mutuo, necesitarán por tanto, depender el uno del otro en lo referente a la crianza de los niños.

En general, conceptualizar la igualdad de hombres y mujeres aceptando y celebrando sus diferencias es difícil y complejo, como complejas son las estructuras mentales, sociales económicas y políticas que mantienen a las mujeres subordinadas, discriminadas y/o explotadas y oprimidas, (Facio, 1995).

Los atributos que definen la identidad masculina y femenina son presentados como escenas dicotómicas e inmutables de distinto valor, en donde la masculinidad se identifica con el orbe de lo absoluto, de lo autónomo, de la razón y sus productos más preciados; y lo femenino queda inmerso en la esfera de lo relativo, de lo contingente y lo sensorial, vinculado a una humanidad defectuosa o incompleta, (Fernández, 1996).

La familia y la sociedad funcionan mejor cuando los roles de ambos (hombres y mujeres) son celebrados, sin embargo, muchas veces se ha fallado en llamar al hombre

a que tome toda su responsabilidad en estos roles. Este fracaso ha contribuido al estereotipo de que solamente las mujeres pueden apreciar la dignidad de la vida humana. Los hombres pueden estar tentados a pensar que de alguna manera están *disculpados de sus responsabilidades* como parte de la familia.

La defensa de los derechos de la mujer se fundamenta en dos líneas principales de razonamiento, una de las cuales es de orden práctico, basada en la consciencia adquirida de que no cabe solución definitiva a los grandes problemas socioeconómicos sin participación de las mujeres. La segunda línea de razonamiento en favor de la igualdad es de carácter idealista, y se articula en torno a la idea de que la igualdad entre hombres y mujeres es fundamento esencial de una sociedad justa. Quienes han luchado para vencer las consecuencias del feudalismo, del colonialismo y de las divisiones racistas o clasistas pasan a menudo, por vía de razonamiento o por simple apasionamiento, al rechazo del sexismo, provocados por la conciencia de que al igual que otras formas de injusticia, sus efectos pueden lesionar tanto a naciones como a individuos, (Newland, 1982).

Beil, (1987) considera que "Las dos últimas décadas del siglo XX contienen no sólo la posibilidad de una sociedad más concienzudamente tecnificada, sino también la posibilidad de una sociedad que acoja y desarrolle los recientes cambios que se han dado en la perspectiva vital de hombres y mujeres. Este es un proceso que tardará en realizarse en el futuro, sin embargo, no tendrá nada de nuevo que un hombre dedique parte de su tiempo a trabajar; parte al cuidado de los hijos; que comparta sus sentimientos y emociones con los demás y que se sienta sustancialmente distinto respecto a la experiencia de ser varón, de cómo se sintió su padre y su abuelo. Estará en vías de resolver la paradoja de la masculinidad y de alcanzar una virilidad "autogenerada", es decir, una virilidad resultado más de la elección personal que de la aceptación de los símbolos, ritos y prácticas masculinas propias de un pasado fundamentalmente caduco" (p 268)

Como todos sabemos el hombre desde que nace tiene un trato marcadamente diferente con respecto a las mujeres, esto es, que se le educa para ser "superior" a ellas, es decir, más fuerte, más inteligente e incluso con mayor capacidad para desempeñar cualquier actividad. Situación que genera que cuando se llegue a la edad adulta ésto continúe, tal es así que el hombre se dedica a trabajar (fuera de la casa) y no comparte labores que le "corresponden a una mujer" como lo es el cuidado de los hijos. Sin embargo, considero que no habría dificultad alguna en que estas labores fueran compartidas e incluso; y si hubiera la necesidad de que la mujer tuviera que trabajar, también pudiera colocarse en un empleo fuera de su hogar; todo ésto daría como consecuencia un beneficio no solamente para un integrante de la familia; por el contrario, este beneficio sería para toda la familia. Ψ

CAPITULO 2. LA CONDICIÓN DE LA MUJER

En los últimos años han ocurrido algunos cambios importantes con respecto a los roles que tradicionalmente juega la mujer (esposa-madre-ama de casa).

Se dice comúnmente que la mujer es una consumista por excelencia, carente de toda actitud pensante y por ende, sólo se le reconocen atributos relacionados con la amabilidad, la belleza y en una palabra, la pasividad. Así mismo, y debido a que es ella la procreadora de los hijos, a ella le va corresponder la tarea de su educación.

Con la introducción del capitalismo, que rompe con la autosuficiencia familiar, es al hombre al que se asigna la tarea de abastecer a su familia de las necesidades; y de esa forma, la mujer (por su carácter biológico), es quien debe quedarse en la casa, encargada de la administración de su hogar, de la educación de sus hijos y de la atención de su esposo. De esta forma, decir matrimonio equivale a ver al hombre trabajando fuera de casa y a la mujer en el hogar, encargada así de la producción y reproducción de la fuerza de trabajo: "Fuerza de trabajo que la sociedad necesita y que la familia educa".

Para Colín (1981), hablar de la mujer que trabaja, es tener presente la división sexual que el sistema ha impuesto a través de la educación. Los empleos característicos de las mujeres, son los que se relacionan con su carácter de madre, ama de casa o esposa; es decir, las mujeres que son secretarias, enfermeras, cocineras, etc.; empleos que perpetúan el carácter de la inferioridad femenina. Bajo esta perspectiva, en ningún momento se le considera apta para entender o cuestionar aspectos sociales y políticos; por el contrario, se le considera falta de inteligencia.

A los grupos de la estructura de poder no les conviene la concientización de la mujer hacia el cambio social estructural y su participación consciente y responsable dentro del contexto sociopolítico en pie de igualdad con el hombre, de ahí que los movimientos revolucionarios de liberación femenina sean en realidad movimientos liberadores del género humano.

A causa de la división de la sociedad en clases y sobre todo, de la correlativa concentración del capital y la socialización del proceso de trabajo del capitalismo, no se puede hablar de la mujer en abstracto en general, sin reparar que entre la mujer burguesa y la proletaria existe una gran diferencia, tanto en condiciones materiales de vida como en su ideología, sus valores su consciencia, mientras que la mujer rica no tiene ninguna necesidad económica de trabajar y pregona a los cuatro vientos que la mujer debe dedicarse a su hogar aunque ella pueda hacer la tarea doméstica gracias al trabajo de otra; la mujer pobre tiene que trabajar para mantener a la familia y además, cuida de esta casa. Mientras una cuenta con el número de hijos que desea la otra debe hacerse cargo de los hijos "que dios mande". La primera como parte de la clase dominante dispone de los "valores sociales" y los impone a la segunda, quien los acepta aunque choquen con su realidad y su cumplimiento. La discriminación de la mujer es producto de una estructura económica inherente a la sociedad de clases. El nivel en que se coloca a la mujer no es un hecho natural correspondiente a la supuesta inferioridad biológica e intelectual femenina; tampoco se debe a cuestiones tales como el carácter o la personalidad, la sumisión, la pasividad, la ternura o el amor maternal dadas como prendas de feminidad ni a razones superestructurales como serían las políticas educativas, aunque éstas refuerzan todos los prejuicios ideológicos. La desigualdad de la mujer se inserta en la división del trabajo que impone el sistema, según la cual su trabajo no es considerado como tal, sino como parte de las funciones que por el simple hecho de ser mujer, le corresponde desempeñar.

Así mismo, la sociedad de consumo, explota comercialmente el papel de la mujer en la sociedad, utilizándola por ejemplo, en la industria de la moda y cosméticos para el beneficio de las mismas, aunque en la gran mayoría se encasilla a la mujer en la vida doméstica, se le estereotipa según su clase social, en las ocupaciones se le localiza como sirvienta, enfermera, madre sufrida y abnegada, mujer dependiente, sumisa, cosificada, prostituida; pero cuando participa socialmente, toma decisiones, trabaja o es profesional, se comporta con talento y planeación; entonces se le estereotipa como "marimacho" o "malvada". De la misma manera, al hombre se le aparta de la función familiar como si no formara parte de ella, convirtiéndolo en simple proveedor, remarcando como valores "masculinos" el dinero, el éxito material y sexual sin compartir la vida con su familia fomentando junto a otros factores la desintegración familiar en la sociedad de consumo, (De Dios, 1977).

Como se menciona en el capítulo anterior, también los juegos y los juguetes permitirán a las niñas una aceptación "normal" de los papeles o roles, puesto que a través de estos juegos se ensayan incursiones prematuras en el rol de madre, esposa y encargada de los quehaceres domésticos. Los juguetes se convierten en uno de los instrumentos de penetración ideológica al servicio de la clase dominante y sirven para implantar la división del trabajo por sexos desde la más tierna infancia. La posición de las mujeres, sus actividades, sus limitaciones y sus posibilidades varían de cultura a cultura, pero lo que sí se mantiene constante es la diferencia entre lo concebido como masculino y lo concebido como femenino; sin embargo, la posición de la mujer no está determinada biológica sino culturalmente.

También se ha dicho que el cerebro de la mujer es más pequeño y su capacidad de abstracción inferior. Que son infantiles, emocionales, sin originalidad que presentan severas limitaciones en cuanto a su capacidad de atención y retención. Algunos estudios psicológicos y sociológicos parten de las premisas

prejuiciadas de las diferencias biológicas entre sexos, centradas en la función reproductiva como pseudoexplicación para la inferioridad de la mujer. Por ejemplo: Otto Weininger (citado en Baz y Tellez, 1994), es uno de los más destacados exponentes de la psicología sexista; de acuerdo a este autor, "La mujer se consume en la vida sexual, en la esfera de la cópula y la multiplicación, es decir, en sus relaciones como esposa y madre...la mujer no es otra cosa que sexualidad; el hombre es un ser sexual, pero también es algo más...las mujeres no tienen existencia ni esencia, son la nada. Se es hombre o mujer, según se sea o no se sea" (p. 733).

El anterior ejemplo es muestra clara de que la condición de la opresión de la mujer ha podido sostenerse gracias al reforzamiento continuo de una ideología patriarcal-sexista, la cual, es impuesta y reforzada a través de las instituciones, las leyes, la familia, la educación y los medios masivos de difusión

Son varios los efectos dañinos que tiene los estereotipos sexuales Horner (1969, 1972) hace referencia a una de esas consecuencias negativas al describir que la mujer adquiere una motivación para evitar el éxito, según esta autora, el éxito en el hombre se percibe como compatible con su sentimiento de masculinidad; pero en la mujer suele ser un beneficio que produce conflictos y que no está exento de desventajas, porque el éxito profesional puede causar fracasos en la esfera personal y porque las cualidades indispensables para conseguirlo pueden oponerse a las que se requieren para tener éxito como "mujer". En otras palabras, la mujer en este caso, se estaría saliendo de su papel al presentar características como: inteligencia, responsabilidad, creatividad, independencia, iniciativa, etc. Estas características aunadas a otras, como el hecho de no ser sumisa y que se resista a la dominación del hombre, hacen que tanto ella como el resto de la sociedad acaben por creer que existe algo malo o anormal en ella. En el aspecto personal se produce una disonancia cognoscitiva, es decir, un estado de tensión o desequilibrio interno,

debido a la discrepancia entre la imagen social de la mujer y lo que realmente es ella.

John Stuart Mill (citado en Lamas, 1986), decía: "lo que se llama hoy naturaleza de la mujer es un producto eminentemente artificial" Por su parte Simone Debeauvoir (1975, citado en Baz y Tellez, 1994), en su libro "El segundo sexo", señala: "no se nace mujer, una se vuelve mujer". Con esta última frase se podría observar que son los agentes de socialización, como representantes de una ideología sexista, los que hacen que una se vuelva mujer bajo ciertas características. Toda la educación que se le da a la mujer, toda la información y toda la influencia que recibe desde el instante mismo en que nace, la programan para su único destino: el matrimonio y la maternidad. Cualquier actividad que realice como: trabajo remunerado, política, escuela, etc., se considera como secundaria, sustituta temporal o preparatoria para su papel central; el de buena esposa, madre y ama de casa.

La preocupación por la diferencia sexual y el interés por la reproducción, marcan la forma como la sociedad contempla a los sexos y los ordena en correspondencia con sus supuestos papeles "naturales". Reconocer la diferencia de papeles implica una jerarquización. Para explicar el hecho de que las mujeres, en la mayoría de las sociedades conocidas, están consignadas a posiciones sociales inferiores, es necesario tomar en cuenta la asimetría de status adscritos a cada género en la economía de los intercambios simbólicos. Mientras que los varones son los sujetos de las estrategias matrimoniales, a través de los cuales trabajan para mantener o aumentar su capital simbólico, las mujeres son siempre tratadas como objetos de dichos intercambios, en los que circulan como símbolos adecuados para establecer alianzas. Así, investidas de una función simbólica, las mujeres son forzadas continuamente a trabajar para preservar su valor simbólico, ajustándose/amoldándose al ideal masculino de virtud femenina, definida como

castidad y candor, y dotándose de todos los atributos corporales y cosméticos capaces de aumentar su valor físico y su atractivo

Bourdieu afirma que la dominación masculina está fundada sobre la lógica de la economía de los intercambios simbólicos, o sea, sobre la asimetría fundamental entre hombres y mujeres instituida en la construcción social del parentesco y el matrimonio: esa entre objeto y sujeto, agente e instrumento. Y es la relativa autonomía de la economía del capital simbólico la que explica cómo la dominación masculina se puede perpetuar a sí misma a pesar de transformaciones en el modo de producción, (Lamas, 1995).

El trabajo doméstico es un elemento clave en el proceso de reproducción del trabajador del que se extrae plusvalía. Como en general son mujeres quienes hacen el trabajo doméstico se ha observado que es a través de la reproducción de la fuerza de trabajo que las mujeres se articulan en el nexo de la plusvalía. Debido a que no se paga salario por el trabajo doméstico, el trabajo de las mujeres en la casa contribuye a la cantidad final de plusvalía realizada por el capitalista, pero explicar la utilidad de las mujeres para el capitalismo es una cosa, y sostener que esa utilidad explica la génesis de la opresión de las mujeres es otra muy distinta

El análisis de la reproducción de la fuerza de trabajo no explica ni siquiera por qué son generalmente las mujeres las que hacen el trabajo doméstico, y no los hombres. Es el elemento "histórico y social" lo que determina que una "esposa" es una de las necesidades del trabajador, que el trabajo doméstico lo hacen las mujeres y no los hombres, y que el capitalismo es el heredero de una larga tradición en que las mujeres no heredan, en que las mujeres no dirigen y en que las mujeres no hablan. Es este "elemento histórico y moral" el que proporcionó al capitalismo, una herencia cultural de formas de masculinidad y femineidad. Es dentro de ese

elemento histórico y moral que está subsumido todo el campo del sexo, la sexualidad y la opresión sexual.

En el origen de la familia, la propiedad privada y el estado, se ve la opresión sexual como parte de la herencia del capitalismo de formas sociales anteriores. Engels (citado en Rubín, 1986), integra el sexo y la sexualidad en su teoría de la sociedad. Además ubicó la subordinación de las mujeres en un proceso dentro del modo de producción; pensaba que los hombres adquirieron la riqueza en forma de rebaños y al querer transmitir esa riqueza a sus hijos anularon el "derecho materno" a favor de la herencia patrilineal. "El derrocamiento del derecho materno fue la derrota histórica mundial" del sexo femenino. El hombre tomó el mando en el hogar también; la mujer fue degradada y reducida a la servidumbre; se convirtió en esclava de la lujuria del hombre y mero instrumento para la producción de hijos.

El intercambio de mujeres es un concepto seductor y vigoroso. Es atractivo porque ubica la opresión de las mujeres en sistemas sociales antes que en la biología. Además sugiere buscar la sede final de la opresión de las mujeres en el tráfico de mujeres antes que en el tráfico de mercancías. Las mujeres son entregadas en matrimonio, tomadas en batalla, cambiadas por favores, enviadas como tributo, intercambiadas, compradas o vendidas. Desde luego, también hay tráfico de hombres, pero como esclavos, campeones de atletismo, siervos o alguna otra categoría social catastrófica, no como hombres. Las mujeres son objetos de transacción como esclavas, siervas y prostitutas, pero también simplemente como mujeres.

Las transacciones de matrimonio –los regalos y el material que circulan en las ceremonias que marcan un matrimonio– son una rica fuente de datos para determinar con exactitud quién tiene qué derechos sobre quién. No es difícil deducir

esas transacciones que en la mayoría de los casos los derechos de las mujeres son bastante más reducidos que los de los hombres

Aún cuando toda sociedad tiene algún tipo de división de tareas por sexo, la asignación de cualquier tarea particular a un sexo u otro varía enormemente. En algunos grupos la agricultura es trabajo de las mujeres, en otros es trabajo de hombres. En algunas sociedades las mujeres llevan la carga más pesada, en otras los hombres. Hay incluso ejemplos de mujeres cazadoras y guerreras, y de hombres que se encargan del cuidado de los niños. Levi-Straus (citado en Rubín, 1986), concluye de un examen general de la división del trabajo por sexos que no es una especialización biológica, sino que debe tener algún otro propósito. Este propósito, es asegurar la unión de los hombres y las mujeres haciendo que la mínima unidad económica viable contenga por lo menos un hombre y una mujer.

La división sexual del trabajo, no es otra cosa que un mecanismo para constituir un estado de dependencia recíproca entre sexos. El género es una división de los sexos totalmente impuesta. Es un producto de las relaciones sociales de sexualidad. Los sistemas de parentesco se basan en el matrimonio; por lo tanto, transforman a machos y hembras en "hombres" y "mujeres" cada uno, una mitad incompleta que sólo puede sentirse entera cuando se une con otra. Desde el punto de vista de la naturaleza, hombres y mujeres están más cerca el uno del otro que cada uno de ellos de cualquier otra cosa. La idea de que los hombres y las mujeres son más diferentes entre sí que cada uno de ellos de cualquier otra cosa tiene que provenir de algo distinto de la naturaleza, (Rubín, 1986).

A la mujer que desempeña un trabajo remunerado (generalmente en el área de servicios), le dicen que está participando en el mundo e independizándose, aunque así desarrolle una doble jornada y se vea sometida tanto a las labores del hogar como en su lugar de trabajo. Es bien sabido que para la mujer asalariada existe una

doble explotación; primero es explotada en el trabajo asalariado, pues debido a su condición de mujer el salario que recibe es en muchos casos todavía inferior al que recibiría un hombre realizando la misma actividad. Por otro lado, el realizar un trabajo remunerado no la libera del cuidado de los hijos y de su papel de ama de casa, así pues, muchas mujeres tienen que trabajar en promedio, cuando menos 80 horas a la semana y en muchos casos rebasa las 100 horas dependiendo del número y edad de los hijos.

Castilla del Pino (1982, citado en Baz y Tellez, 1994), señala que la condición común de la mujer en nuestra sociedad es de peculiar alienación/enajenación. Hay alienaciones que no son por decirlo así incómodas, estas son las peores, porque ahogan todo impulso para salir de ellas y para conquistar de una vez para siempre la propia libertad. Estas alienaciones cómodas de la mujer, son algo que como los buenos sueldos, tiene el inconveniente de hacer grata la esclavitud. Esto se encuentra muy presente en las mujeres, a veces se les paga con palabras que se estiman gratas "todas las madres son bellas"; otras veces cuando se puede, con hechos de manera que aparezca más y más gratificada en su condición "femenina", pero con ello lo único que se persigue es que la mujer siga apareciendo en su condición de opresión y subordinación, continuando así, siendo objeto, al servicio del hombre y nada más. Ψ

2.1 Condición de la mujer en el ámbito familiar.

La familia por lo general, es la primera institución con la que cualquier ser humano tiene contacto y es en ésta donde se inicia fuertemente la transmisión de valores y creencias que irán conformando actitudes y pautas de comportamiento. Es aquí donde la mujer actúa como responsable directa del cuidado y crianza de los hijos (debido a las funciones que le asigna la sociedad) va a jugar un papel muy importante como transmisora de valores y pautas de comportamiento; sin embargo, lo anterior no depende únicamente de la familia; la educación formal es otra de las instancias de socialización que también fomentan, refuerzan y mantiene valores y pautas de comportamiento que la familia se encargó de iniciar su transmisión. Lejos de encontrarse incongruencias entre lo que se fomenta o refuerza en ambas, más bien parece indicar que existe una armonía, complementándose de manera excepcional, en el caso de dar un tratamiento diferencial a niños y niñas en lo que se refiere a la asignación de funciones y actividades distintas tomando como parámetro el sexo, pero privilegiando la condición de un sexo (el ser hombre) sobre el otro (el ser mujer). En otras palabras, en estas como en otras instancias de socialización, existe una ideología sexista.

La familia es uno de los medios de educación más importante, a través de ella se trasmite a cada nueva generación un conjunto de mensajes y significados sociales que pueden ser reproducidos o transformados de acuerdo al momento histórico que le toca vivir. Dentro del conjunto de significaciones sociales se encuentran los estereotipos de cada género que existen y se manifiestan desde antes del nacimiento del sujeto, de tal forma, que las expectativas de los padres y las formas de estimulación que se desarrollan varían dependiendo del sexo del hijo, por lo que también la estimulación que se dé a los niños y niñas esta dirigida a que cada uno desarrolle las habilidades propias de su género.

Los estereotipos de cada género se interiorizan y acumulan a través de la infancia, adolescencia y edad adulta, por lo que se desanima a las mujeres y anima a los hombres a emplear las habilidades necesarias para la actividad científica, esto influye y determina el tipo de actitudes que hombres y mujeres tienen hacia la actividad intelectual, (Estrada y Kerriov, 1992).

En la estructura y el funcionamiento de la familia se han producido importantes cambios que están arraigados en la sociedad. Las mujeres tienen cada vez más conciencia de su propia sexualidad y de su poder sobre sus propios cuerpos y se han modificado las expectativas sexuales por parte de ambos sexos.

Estudios realizados con niños demostraron que asimilan todo lo que ven y escuchan durante su desarrollo, cuando llegan a la edad entre 3 o 5 años empiezan a caracterizarse con un género masculino o femenino, todo depende de cómo sean tratados y educados; desde ese momento van a existir las diferencias entre los sexos, qué es lo que los niños deben hacer y lo que no, cómo deben vestirse y cómo deben actuar, lo mismo que las niñas. Es el seno familiar donde los niños reproducen los esquemas que les muestran los adultos. Lamas (1986), señala cómo la cultura y la sociedad son factores determinantes para que exista una desigualdad entre hombre y mujer.

La tipificación sexual según Seara (citado en Rodríguez, 1990), es el proceso por el cual un niño desarrolla los tipos de comportamiento que caracterizan diferencialmente al varón (racional, fuerte, tosco, valiente, autoritario, reflexivo, etc.) y a la mujer (intuitiva, tímida, superficial, sumisa, afectiva, impulsiva, etc.) en sus repertorios de conducta, su inicio se da a partir de una codificación binaria o proceso cognoscitivo prematuro en el que conceptualizan las cualidades o comportamientos que realizan los hombres y las mujeres iguales o mayores que él, objetivando los comportamientos e imitándolos al identificarse sexualmente.

Es importante en un primer momento dar una definición operativa del feminismo; por lo tanto, se considera que el feminismo es un marco o visión del mundo humanista cuyo objeto son los roles, las reglas, y las funciones que realizan las interacciones hombre-mujer. El feminismo busca incluir la experiencia de las mujeres en todas las formulaciones de la experiencia humana y eliminar el predominio de las premisas masculinas. El feminismo no culpa al hombre como individuo del sistema social patriarcal existente sino que trata de comprender el proceso de socialización que determina que hombres y mujeres sigan pensando y actuando dentro de un marco sexista dominado por el varón.

Ninguna formulación de sistemas puede ser independiente de la cuestión del género; las formulaciones que pretenden ser independientes del género o neutrales, de hecho son sexistas porque reproducen la ficción social de que existe igualdad entre hombres y mujeres. No existe la llamada neutralidad como tal respecto al género. La neutralidad significa dejar a los presupuestos patriarcales existentes en un sitio implícito e incuestionado, (Walters, 1991)

La educación informal es reforzada dentro de la educación formal puesto que la educación que ofrece la madre se enfoca a preparar a sus hijas para formar un hogar y subordinarse a los hijos y a la pareja; mientras que por parte del padre la educación es más bien hacia el trabajo intelectual, por esta razón es que la preparación profesional es manejada como un mecanismo que potencializa en la mujer el llegar a ser una buena madre y esposa, antes que una profesionista exitosa.

Se han realizado muchos estudios para argumentar que la diferencia entre lo social y lo biológico es la razón principal de que el hombre y la mujer tengan sus actividades bien definidas desde que forman una familia; los estudios y cuestionarios realizados en investigaciones, indican que los hombres tienen un marcado interés en las actividades que implican peligro, fuerza, aventura, actividades al aire libre y que

requieren esfuerzo físico; las mujeres por su parte tienden a revelar un evidente interés por las actividades relacionadas con asuntos domésticos y ocupaciones estéticas, el cuidado de los hijos, quehaceres del hogar, actividades pasivas que supuestamente no necesitan de un esfuerzo físico e intelectual.

También se les ha asignado este rol por su condición reproductora y por ser "biológica y psicológicamente" inferior. La cadena causal se sigue de la siguiente manera: maternidad, familia, ausencia en la producción, desigualdad sexual. Todo lo que se ha dicho de cualquier raza supuestamente inferior ha sido adjudicado a la mujer, se ha escuchado decir que su cerebro es más pequeño y su capacidad de abstracción menor a la del hombre, que son infantiles, emocionales, sin originalidad que presentan severas limitaciones en cuanto a su capacidad de retención.

Se ha comprobado que lo que determina la identidad y el comportamiento del género, no es el sexo biológico, sino haber vivido desde el nacimiento las experiencias, ritos, costumbres y demás vivencias ³ culturales propias de la sociedad en la que esté inmerso y predeterminada por la asignación y adquisición de patrones más que por la carga genética, hormonal o biológica.

Para Luria (citado en Rodríguez 1990), esta división de género se debe principalmente a tres causas:

- En función del aspecto o apariencia externa de los genitales
- La forma en que es tratado por los adultos va a influir para que adquiera una identidad.
- El papel de la sociedad y la cultura para determinar el comportamiento masculino y femenino

Todo esto nos hace ver cómo el rol que se le asigna a la mujer durante su desarrollo cognoscitivo se adquiere en la familia, donde dependiendo de la labor que desempeñe y del lugar que por esto ocupe en ella será el trato que reciba siendo ésto a futuro el marco de su propia conceptualización como mujer, madre y esposa.

Otro aspecto importante en el comportamiento femenino es la cotidianidad doméstica de la mujer, Hernández (1988, citado en León, 1991), menciona que “basándonos en el rol de madre-esposa que desempeña la mayoría de la población femenina y en la cotidianidad doméstica se interrelacionan esposo-hijos y madre, formando objetos, mecanismos, dispositivos e instrumentos que le son familiares y los cuales manipula y la manipulan en un tiempo y espacio específicos” (p. 24)

Las características que desempeñan el hombre y la mujer según su rol dentro del hogar son las siguientes:

Mujer

- Centro afectivo, da seguridad emocional a los miembros de la familia.
- Es la administradora del hogar tanto en lo económico como en lo emocional.
- Tiene una dependencia económica, emocional y social de su marido.
- Debe fidelidad al marido que le ha dado hijos
- Obligación de la formación de los hijos.
- Prestación de servicios domésticos.

Hombre

- Centro donde gira la actividad económica y social
- Él da el marco de referencia de los valores filosóficos, morales y religiosos para la mujer y los hijos (teóricamente, pues quien los lleva a cabo es la mujer).
- De acuerdo con su ocupación y con el monto de sus ingresos determina la clase social a la que pertenecen
- Sus actividades laborales siempre son fuera del hogar (fabrica, oficina, taller, etc.).

Jacobsen & Karlsson, (1993 citado en Sundgren, 1998), indican que en 1990-1991 las mujeres y los hombres de 20 a 64 años trabajaban más o menos el mismo número de horas a la semana, pero distribuían su tiempo entre trabajo remunerado (trabajo asalariado) y no remunerado (trabajo en el hogar o doméstico) de forma diferente. Las mujeres pasaban más tiempo trabajando en el hogar mientras que los hombres dedicaban más tiempo al trabajo asalariado. Las madres con hijos pequeños son las que dedican más tiempo al trabajo doméstico y al cuidado de los hijos.

El modelo patriarcal predominante de la familia se funda en varios supuestos que durante mucho tiempo se han dado por sentados. Un concepto esencial para la organización familiar patriarcal es el de la complementariedad de los roles, por el que las tareas instrumentales como las de ganar dinero a través del trabajo corresponden a los hombres y las tareas emocionales como fomentar, crear y mantener las relaciones, así como criar a los hijos, corresponden a la mujer. En este modelo la organización del poder está basada en la jerarquía masculina.

El modelo feminista de la familia, se caracteriza por la simetría de roles, en la cual ambos sexos desempeñan tareas tanto instrumentales como expresivas en lo laboral y en lo afectivo. Este modelo refleja un modelo igualitario del poder entre varón y mujer y un enfoque más democrático y consensual de la crianza de los hijos.

Aunque muchas personas reconocen que el modelo feminista de la familia sería más satisfactorio desde el punto de vista humano para ambos sexos, los hombres tendrían que resignar poder el que implica status y dinero, a cambio de algo menos tangible y que con frecuencia no están dispuestos a hacerlo. También es difícil para algunas mujeres renunciar a la idea de que deberían ser económicamente mantenidas por los hombres y que necesitan un hombre para que sus vidas sean satisfactorias, económica social y emocionalmente

El punto de vista sistémico sobre las relaciones hombre-mujer e intergeneracional es que son interdependientes. En esta situación la madurez debería definirse idealmente como autonomía con vinculación. Esto contrasta con la noción patriarcal que divide estos atributos asignándole autonomía (separación) a los hombres y vinculación (dependencia) a las mujeres. Por tal motivo, esta división confunde separación o desvinculación con autonomía un signo de madurez valorado, mientras que la vinculación se compara con dependencia señal de inmadurez y por lo tanto desvalorizada.

Un error conceptual radica en suponer que rasgos como autonomía o dependencia se relacionan a la persona del hombre y la mujer y no que son asignados a ellos por parte de una sociedad patriarcal sobre la base de género. A los hombres se les asigna autonomía con el poder y la desvinculación emocional consiguientes, mientras que a las mujeres se les asigna dependencia, tanto con la vinculación emocional, como con la falta de poder que la acompañan.

Aún y con la diferencia de oportunidades y de remuneración, así como a la falta de respaldo social, las mujeres están trabajando más fuera de su casa, algunas por necesidad y otras por la libertad de opción y autorealización que eso les brinda. Cualquiera que sea la razón, las mujeres se han ganado la libertad de trabajar tiempo completo en dos ocupaciones "su carrera y su familia" y han perdido la expectativa social y legal de que ella y sus hijos serán económicamente mantenidos por un hombre. Lo que se necesita para completar este cambio en un sentido que beneficie a toda la familia, es que los hombres compartan la responsabilidad de la crianza de los hijos, tanto brindando un apoyo económico, como a través de su participación y abandonen la idea de que el objetivo central al que se deben dirigir está en el trabajo fuera del hogar. Por lo que esto implicaría una pérdida de status, poder y dinero para los hombres, (Walters, 1991).

En la sociedad urbana mexicana aún hay familias que pueden ser catalogadas como tradicionales, puesto que el rol social asignado a la mujer tiene que ver con actitudes y actividades que concuerdan con el hogar y la familia exclusivamente, repitiéndose el círculo vicioso de las diferentes actividades del hombre y la mujer. Ψ

2.2. Condición de la mujer en el ámbito educativo

Burín (1983), Naranjo (1981) y Hierro (1989) coinciden en que el papel de la educación formal e informal es en todas las sociedades el de reafirmar y perpetuar estos roles mediante la adquisición y transmisión de conocimientos, habilidades, actitudes y valores consecuentes.

Los conocimientos que se adquieren y se transmiten suponen la información y capacitación necesaria para llenar estos roles, el femenino y el masculino, la información generalmente se transmite a través de la educación formal entendido como proceso consciente de enseñanza y aprendizaje, controlado, corregido y repetible. Las habilidades necesarias para la implementación de los conocimientos, generalmente se adquieren por una enseñanza formal.

Despertar actitudes positivas hacia el sistema de vida acerca de la división de trabajo y roles establecidos es la tarea de la educación informal. Es esta en realidad una instrucción que se adquiere a partir de la primera infancia; en el hogar, la iglesia, la calle, con las amistades, todo es un proceso de socialización.

La educación ha enseñado que las tareas de la producción las cuales desempeña el sexo masculino implican capacidad intelectual, iniciativa, creatividad y esfuerzo, lo que trae como resultado un dominio progresivo sobre la naturaleza. Estas tareas han sido según la educación más valoradas que las funciones reproductoras que realizan las mujeres. Esto induce a la devaluación de las tareas femeninas en la sociedad y erróneamente la educación formal e informal siguen transmitiendo estos conocimientos a las nuevas generaciones de hombres y mujeres, (Hierro, 1989).

En un trabajo realizado por Eshiwani en 1988 (citado en Estrada y Kerriov, 1992), el autor pudo observar que la escuela mantiene expectativas distintas dependiendo del género, por lo que proporciona diferente trato y experiencias a hombres y mujeres, y que mediante el currículum oculto la escuela ejerce una presión social para que cada individuo asuma las características que definen su género, de modo que se espera que los hombres sean activos, objetivos y se interesen en las ideas, mientras que de las mujeres se espera que sean pasivas, subjetivas y se interesen más en la gente que en las ideas

Las expectativas y estimulación diferencial que proporciona la escuela a niños y niñas se manifiesta en formas tan obvias y cotidianas que resulta difícil reparar en ellas. En un estudio de Carol Dweck (citado en Estrada y Kerriov, 1992), se demuestra que mientras los niños reciben elogios por su buen trabajo escolar, las niñas los reciben por su buena conducta y buena imagen, de esta manera se puede pensar que los varones aprenden que tienen la capacidad de trabajar bien académicamente; mientras que las niñas aprenden que la falta de elogios se debe a alguna ineptitud académica, mala conducta, mal aspecto o imagen desaliñada por lo que esto influye en que pierdan la confianza en ellas mismas y en su capacidad intelectual.

Se ha considerado que los factores educativos también determinan las actitudes que cada género tiene con respecto a los contenidos académicos. Eshiwani (citado en Estrada, y Kerriov, 1992), ha afirmado que una motivación positiva influye tanto en el desempeño académico como en el tipo de aspiraciones e intereses que desarrollan hombres y mujeres. Se puede decir que dentro y fuera de la escuela, los hombres en general, ven más favorecida la posibilidad de desarrollar intereses vinculados a la actividad intelectual y científica.

El tipo de aspiraciones e intereses de las mujeres van dirigidos hacia ciertas áreas del conocimiento en especial, esto se manifiesta en un fenómeno de concentración femenina en unas disciplinas del quehacer científico y la ausencia de la mujer en otras. Algunos estudios mencionan que la presencia femenina es predominante en las áreas de ciencias consideradas exactas o naturales.

En la educación formal, se refuerza lo que de alguna manera se aprende dentro de la familia, pues se continúa el trato diferencial entre los niños y las niñas e incluso durante los ejercicios físicos que tienen que hacer, pues implican mayor fuerza y resistencia o bien, juegos más bruscos los que tienen que realizar los niños, y mientras ellos demuestran su habilidad y aptitudes de esta manera, las niñas la demuestran con su buen comportamiento. Considero que este trato debería cambiar e impulsar a ambos sexos y fomentar las aptitudes que tienen para que todos brinden su mayor esfuerzo en las tareas que realicen, pero ésta no es labor únicamente de los maestros, este tendría que ser un trabajo en conjunto pues tendría que iniciarse en el hogar y por lo tanto, continuarse en el ámbito educativo. Ψ

2.3 La condición de la mujer en el ámbito social.

La forma en que la sociedad influye sobre la vida de cada ser humano imponiendo modelos y formas de pensamiento ha implicado una diferencia fundamental entre géneros, ya que la manera de percibir y concebir el mundo a partir de las diferencias anatómicas, psicológicas, morales y culturales conduce a formas de interpretación distintas de la realidad. Por lo que la importancia de que la mujer se integre a la producción de conocimientos radica en que su participación puede contribuir con diversos enfoques o formas de interpretar los fenómenos desde una visión diferente (Estrada y Kerriov, 1992). Independientemente del estrato social en que la mujer se encuentra, se le ha impuesto un lugar definido dentro de la sociedad que es la familia y como función básica la del servicio subordinado a los demás, (León, 1991).

El papel de las mujeres en la sociedad, esta cambiando en todo el mundo. Los movimientos por la liberación de la mujer encuentran un paralelo más silencioso hasta en remotas poblaciones rurales (Newland, 1982) Cuando se analiza la conducta o las actividades desempeñadas por el hombre y por la mujer, siempre se hace en términos de la diferenciación de roles impuestos por la sociedad a cada uno, diferencia sobre la que la misma sociedad ha fundamentado sus instituciones y su cultura, sancionando a quien desobedezca esta supuesta diferenciación por todos los medios de que dispone: prohibiciones legales o culturales, tabúes rigurosos, castigos y rechazos; y todavía se atreve a decir que esta distinción se debe sólo a una diferencia "natural" biológica que determina el papel que la sociedad espera desarrollen tanto el hombre como la mujer.

Lamas (1986), Fernández (1980), Urrutia (1979) y De Leñero (1969), coinciden en que el rol asignado a la mujer esta dado (impuesto) por la sociedad en

la que nace. En todas las sociedades ha existido una tendencia a la diferenciación entre los papeles o funciones a realizar por la mujer y los realizados por los hombres.

Estas autoras lo consideran un círculo vicioso, en el cual la sociedad utiliza una serie de criterios predeterminados, establece una norma social encargada de definir lo masculino y lo femenino. Por lo que el hombre y la mujer se ven obligados a actuar en el mismo sentido de la definición de la norma, contribuyendo así a la reafirmación de la misma. Lo que da lugar a un proceso cerrado sin muchas posibilidades de cambio, sobre todo en el caso de sociedades que viven replegadas en sí mismas y que pretenden mantener normas tradicionales inflexibles

En un estudio realizado por Margaret Mead (1935, citado en Lamas, 1986), se corroboró que la asignación de diferentes cualidades o características entre los sexos, como es la dependencia e independencia de otros, el activismo sexual, la crueldad, el afecto por los niños, el sentimentalismo, la docilidad y pasividad, son porque se observan y aprenden de modelos que viven en una sociedad determinada. Este estudio concluye afirmando que si realmente se encuentran actividades femeninas y masculinas diferenciadas, son principalmente producto de los patrones y modelos culturales de las normas propias de una sociedad ya establecida

A partir de una teorización sobre la relación entre la condición de la mujer y situaciones específicas de vida de las mujeres (existen pocas y reducidas formas de ser mujer...en torno a un número de opciones culturales dominantes). La femineidad, la condición y las situaciones viables de las mujeres, tiene como punto fundamental de referencia la expectativa social y la norma cultural de la maternidad ejercida desde la conyugalidad: maternidad y conyugalidad son esferas vitales que organizan los modos de vida de las mujeres independientemente de su edad, su clase social, su nacionalidad, su religión, etc. Con base a las formas de sus relaciones, de sus

funciones, y de su ubicación respecto al poder, son denominadas por Lagarde (1990), como madresposas.

Ese papel es impuesto a todas las mujeres aún si no llegan a tener hijos ni marido: a todas las hace vivir en torno a las normas que definen su "ser para los otros" (la reproducción y la extensión que de ella se ha hecho en la cotidianidad como servidumbre permanente, obediencia y sumisión, incluso si les es difícil cumplir con los estereotipos vigentes). Si bien la sociedad sólo reconoce como madres y como esposas a las mujeres casadas y con hijos, también espera que en su relación con otro sujeto actúen como madres y como cónyuges ("simbólica, social, económica, imaginaria, afectivamente"); en este sentido la categoría que abarca la condición de la mujer en la sociedad es la de madresposa. Las madresposas siempre cumplen las funciones reales y simbólicas de esa categoría sociocultural que define los contenidos básicos de todos los cautiverios y también constituyen un cautiverio específico.

Ser esposa o concubina de un hombre y ser madre de sus propios hijos teniendo como escenario alguna de las formas vigentes de organización familiar y doméstica define en el drama cotidiano los papeles femeninos valorados positivamente como realización de las mujeres y objetivos de sus vidas. Aunque madresposas y prostitutas son objetos sexuales, lo son claramente diferentes. Sin embargo, tienen un tronco común que se encuentra en la base de la construcción histórica de las mujeres: ser objetos sexuales para el placer de los otros... las madresposas tienen asignado ser objetos sexuales no sólo para el placer de los otros sino de toda la vida de los otros, de la unidad erotismo-procreación. Las prostitutas son esenciales en este complejo sistema sexual y permiten la reproducción de:

- La poligamia masculina.
- La virginidad, la castidad, la fidelidad y la monogamia de las madresposas.
- El matrimonio.
- La escisión de la sexualidad femenina y la especialización de la feminidad en buena y mala..., así son la expresión de la escisión histórica del género...de las mujeres.

Ser mujer es muy peligroso, la violencia patriarcal hace a las mujeres particularmente vulnerables y las expropiaciones y el despojo que significa ser del sexo femenino son fuente de riesgo mortal: las muertes de muchas mujeres se deben a complicaciones de la gestación, el parto con sus secuelas, y el aborto con las suyas. Lo que se podría llamar muerte por maternidad constituye la cuarta causa de fallecimiento de las mujeres en edad fértil. Los rasgos de la mujer que muere y las formas en que muere, delinean también a uno de los personajes principales en el drama cotidiano del orden genérico patriarcal.

Es exigencia básica de toda política oficial dirigida a mejorar la situación de las mujeres en la sociedad. Las leyes han definido con frecuencia en un sentido restrictivo el papel de las mujeres en relación con el supuesto de que las mujeres pasan su vida en la continua dependencia de padres, maridos u otros familiares, (Newland, 1982).

Muchas mujeres están cambiando porque ya pueden disponer de sus propios cuerpos, vivir con autonomía económica y elaborar su propia interpretación de la historia de las mujeres y las historias de cada mujer. Estos cambios en la feminidad realmente existente aún no han permitido a las mujeres dejar de vivir sus vidas de

seres para los otros. Pero ya vislumbran horizontes en los que esa entrega disminuirá e ira reduciendo el peso del yugo que cargan. Como lo menciona Lagarde (1993), los personajes femeninos nuevos, feministas y libertarias, las que pueden ejercer poderes, las que están cambiando, son en realidad mujeres que construyen individual y genéricamente nuevos seres para sí.

El género femenino está subrepresentado en la vida política de casi todos los países del planeta, este hecho parece tan generalizado que daría la falsa impresión de que corresponde a la naturaleza femenina obedecer y a los hombres mandar. Una mujer que llega a ocupar un cargo de dirección, generalmente está aislada del mundo femenino y no tiene posibilidad de encontrar en otras mujeres una comunidad de intereses y de puntos de vista que le permitan desarrollar una política de género, (Gómez, 1998).

Toda socialización tiene su raíz en la humanización primaria que permite a la persona que surge a la vida ser modelada por el "haber" humano concreto recibido del colectivo en el que nace. Se trata de un "haber" cristalizado en instituciones como hábitos, costumbres, idiomas, normas, ritos, mentalidades, tradiciones y creencias que constituyen habitudes asignadas, con las cuales los seres humanos son socializados en el seno del grupo en el que nacen. Los demás con este sistema de acciones habitualizadas socialmente con sus maneras de sentir, hablar, pensar, de actuar, organizan físicamente la apertura a la realidad de cada hembra o macho de la especie humana.

Por lo que la sociedad no es la suma de individualidades autónomas y naturalmente libres. El vínculo social no es un pacto acordado voluntariamente por individuos plenamente conscientes y racionales. Para llegar a ser individuos humanos, para tener una identidad personal o una subjetividad propia, hemos sido

físicamente socializados en un sistema de hábitos propio de una comunidad, (Fernández, 1996).

La naturaleza y la sociedad tratan a las mujeres de una forma y a los hombres de otra; mientras que la naturaleza ha colocado exclusivamente ante las mujeres determinados obstáculos (especialmente lo relativo a la maternidad) los rasgos biológicos a que están expuestas han resultado singularmente susceptibles de conquista por la medicina moderna. En países donde la mayoría de la población disfruta cuando menos de una asistencia médica elemental pocas mujeres mueren en el parto. Los principales problemas de salud de los hombres han resultado más difíciles de tratar, pues además de que la susceptibilidad de los hombres a las afecciones cardiovasculares y a ciertos tipos de cáncer es mayor, las diferencias sociales existentes entre hombres y mujeres los exponen más a ellos al consumo de tabaco, de alcohol y de drogas, así como a los riesgos profesionales, a los accidentes, al asesinato y a la guerra, (Newland, 1982).

Los comportamientos humanos no son respuestas mecánicas. Aunque ninguna persona pueda evitar las obligaciones del género, éstas no sobredeterminan las conductas individuales de manera inflexible. La acción creativa y transformadora tiene cabida en la vida humana aún dentro de los márgenes impuestos socialmente

Por esta apertura de todo individuo humano, los miembros de la especie, aún compartiendo circunstancias comunes con otros y otras del grupo al que pertenecen, son diversos, no idénticos. Tal diversidad produce tantas formas de vivir la opresión de género como individuos mujeres hay, por lo que el malestar y la rebeldía contra el sistema de poder vigente puede manifestarse en diversos modos y grados. Esta diversidad nos advierte contra las actividades políticas que establecen rígidas jerarquías entre las que poseen "conciencia de género" y las demás mujeres, o entre las que responden al estereotipo de "feminidad natural" y las que no. Con

prácticas políticas culpabilizadoras difícilmente puede resultar sensibilizador un movimiento liberador, (Fernández, 1996).

Experiencias nuevas muestran que algunas reformas sociales desempeñaron un papel muy importante para las condiciones de vida de los hombres y de las mujeres. Por lo que es importante darse cuenta del significado de la intervención política dentro de muchas áreas de la sociedad que explican el estado social de las mujeres (Gónas 1992, Valiente 1995, citado en Sundgren 1998). Por esta razón se formó una definición más general de la igualdad de género en la década de los 80's, en la que se basan decisiones políticas de los ámbitos sociales y familiares. El objetivo de esta igualdad de género era la siguiente: las mujeres y los hombres deberán tener los mismos derechos, las mismas obligaciones y las mismas oportunidades en todas las áreas importantes de la vida"

Cada persona debía tener un trabajo bien pagado para que se pueda sostener a sí misma. Los hombres y las mujeres tienen que compartir las responsabilidades de la casa y el cuidado de los hijos y ambos sexos tienen que estar comprometidos en los asuntos políticos, sindicales y otros de su sociedad o de su lugar de trabajo, (Government Bill 1987, citado en Sundgren 1998).

Se ha pensado que el trabajo es considerado socialmente para la mujer como un mecanismo de supervivencia ante situaciones de viudez, divorcio o improductividad económica del compañero y el estudio como el móvil por acceder a un nivel cultural que les permita relacionarse con su futuro esposo y mantener su posición de ascender a otra.

En un estudio realizado en 1992, se intenta analizar algunos aspectos de la actitud estatal hacia la igualdad de oportunidades y describirlas. "La actitud oficial hacia la igualdad de género implica que todos estamos de acuerdo con la igualdad

recomendada, que aquí se llama -igualdad de géneros ideal-, y estamos intentando lograr el cometido común, pero con distintos pasos.

Las formas de vida que están relacionadas con empleos productivos (Hojrup 1981, Christensen 1987, Jacobsen & Karlsson 1993, citado en Sundgren, 1998) predominantes en los hechos, son totalmente en los documentos del estado. La categoría de género en la forma de segregación entre los sexos y la primacía de la norma masculina (y jerarquía) se demuestra por los informes del estado en presentaciones y gráficos. Sin embargo, estos hechos basados en el género se presentan sólo en casos excepcionales y son seguidos fragmentariamente por un análisis o comentarios orientados al problema. Se observa lo que ocurre desde un punto de vista basado en una teoría de poder sexual estructural, que podría haber contribuido al análisis y no está de acuerdo con una teoría política neutra por género liberal y orientada al individuo". Como se puede observar el estudio muestra que una perspectiva liberal feminista domina la política. El liberal feminismo ve la supremacía del varón y la subordinación de la mujer como el resultado de una larga serie de acontecimientos individuales y procesos y no como un efecto de toda una estructura social. Se asume que el individuo es racional y sensible y que realizará elecciones no tradicionales y no fijadas en el sexo si se crean oportunidades para la libre elección, es decir, libertad de oportunidades para mujeres y hombres. Los resultados del estudio muestran que el objetivo explícito de la igualdad es tener condiciones de vida "verdaderamente iguales" para las mujeres y hombres, mientras que la legislación para la igualdad y otras políticas de igualdad subrayan las oportunidades "formalmente iguales". No es una obligación actuar, pero los individuos y las organizaciones son impulsados a utilizar las oportunidades ofrecidas por sus propios esfuerzos y en su propio interés. Para asegurar un cierto afecto deseado ha sido posible escoger por ejemplo, sistemas de cuotas.

Junto con las presentaciones de la situación real en la sociedad, las expectativas aumentan para lograr poderosos resultados, pero no se proponen medidas para pasar a la práctica. La ley prohíbe la discriminación por género y el acoso sexual; pero conseguir que un caso se lleve a los tribunales es una tarea muy difícil para una mujer a nivel individual. El trabajo que proporciona la igualdad de género se basa principalmente en medidas voluntarias a pesar del hecho de que las normas, las regulaciones y los convenios se han mostrado para facilitar el trabajo. Finalmente, se puede trazar una tendencia general en los textos en que los temas de la igualdad tienden a ser fácilmente un tema de mujeres a pesar del hecho de que el objetivo explique que tanto la vida de los hombres como de las mujeres debe ser cambiada para lograr una igualdad de género, (Sundgren, 1998).

Los hombres y las mujeres tienen la misma cantidad de tiempo libre. La mayoría del tiempo libre es dedicado a ver televisión, más entre los hombres que entre las mujeres. Las relaciones sociales son la cuarta o quinta actividad de tiempo libre más para las mujeres que para los hombres. A esto se debe añadir escuchar música, leer, realizar deportes y vida al aire libre, cultura y actividades en el club. El tiempo libre de las mujeres está dividido en más actividades si se compara con lo que realizan los hombres, y en mayor número de tiempo pero más corto que los hombres y tienen la consideración de tiempo de espera para responder a las necesidades de la casa o para atender a las necesidades de algún miembro de la familia, (Statistics Sweden, 1992, citado en Sundgren, 1998).

En la sociedad actual hay una tensión entre los viejos y nuevos modelos de vida de hombres y mujeres. Sven Axel Manson (1994 citado en Sundgren 1998), escribe que no existe ninguna duda de que las mujeres han cambiado sus posiciones en el área pública aunque algunos investigadores piensen que prevalece el dominio masculino pero que se manifiesta de otras formas. Manson describe una situación bastante compleja, por una parte los hombres hasta cierto punto se

centran en su familia y en su casa pero hay una parte que sigue la tendencia opuesta y algunos hombres ven en las mujeres objetos que se pueden intercambiar.

Hay un concepto de cómo las mujeres y los hombres como individuos y padres podrían compartir todo el trabajo con recursos y compromiso. Para este propósito la igualdad formal de oportunidades ha sido creada para cada uno en su vida cotidiana, la diferencia, tensión y/o conflicto entre el ideal y la realidad se hace visible. Las mujeres llegaron a estar duramente explotadas como madres y como trabajadoras asalariadas e indirectamente, ésto también les sucedió en su mundo circundante.

No hay nada negativo en que una mujer desee amar a un hombre y unos niños, ni en que desee ser amada por ellos; el problema reside en la autorrealización lograda a través de estos medios en lugar de hacerlo a través de su propia capacidad independiente para crear y contribuir

La sociedad define a las mujeres como consumidoras y la finalidad de la imagen femenina reinante que proyectan los medios de publicidad como objeto sexual pasivo es la de vender productos. Se desprende que los beneficiarios de esta depreciación de la mujer no son los hombres sino la estructura de poder de las grandes empresas, (Randall, 1989).

Puede afirmarse que es tal el grado de sometimiento y enajenación de la mujer, que difícilmente llega a ser consciente de su situación, y evidentemente los medios masivos de difusión contribuyen a que día con día se refuerce y legitime esta situación. Ψ

CAPITULO 3. LA MUJER COMO OBJETO PUBLICITARIO

LA MUJER OBJETO

Erika Jong

Alabadas sean las mujeres de América con sus anteojos para el sol color púrpura eléctrico y sus pezones cambiables

alabados sean sus labios de cereza de pastelería y las marfilinas tormentas nevadas de sus uñas

alabada sea la firmesencia de su ultralucencia y la ultralucencia de su firmesencia

alabados sus cosméticos Revlón, sus cupidos estremecidos irrigadores vaginales,

alabados sus lápices de ojos y lo que está escrito en sus ojos, alabadas las adheridas a sus suaves cuerpos, sus curvalon sostenes,

alabado su olor a chamade, sus esquivos hombros de blancas tigresas

alabadas sus acarameladas uñas de los pies color de brandy que se hacen más largas después de la muerte

alabadas sus desodorizadas axilas y sus empolvadas entrepiernas rociadas con spray,

alabadas sus máquinas de escribir eléctricas que nunca dejan de zumbar y los corazones de sus hombres que se detienen,

alabadas sus aspiradoras eléctricas que aúllan con su propia rabia sin voz

alabadas sus máquinas electrónicas de responder, sus madres enchufables,

alabadas las mujeres jóvenes que tuercen sus anillos de boda y las mujeres viejas con vientres vacíos y bolsas de mercado llenas

alabadas las viejas arrugadas con arrugas pintadas que compran basura

alabadas todas las mujeres que aguardan al plomero y todas las mujeres que duermen con botellas de agua caliente,

alabados los carritos de supermercado y estribos y cuartos de
baño de paga,
alabadas sean las mujeres que compran zapatos que aprietan y sombreros sin
devolución,
alabado sea su exterior que se vuelve su interior y su interior que se vuelve su
exterior.

La poesía de Erika Jong titulada "La Mujer Objeto", habla de la mujer de consumo que adopta las formas de la moda al grado de cambiar su propio cuerpo con el fin de agradar a los demás (al hombre) y la convierte en desechable a medida que aumentan los años en el contexto del mercado conyugal y sexual, la mujer enajenada es una manifestación dialéctica de rabia y conmiseración de la mujer cosificada para la publicidad y la propaganda de esta sociedad de consumo, (De Dios, 1977).

Se dice comúnmente que la mujer es una consumista por excelencia, carente de toda actitud pensante y por ende, sólo se le reconocen atributos relacionados con la amabilidad, la belleza y en una palabra, la pasividad. Así mismo y debido a que es ella la procreadora de los hijos, a ella le va corresponder la tarea de su educación.

En la formación de actitudes respecto a la mujer, no se pueden dejar de lado la influencia ejercida por los medios de información masiva usados hasta la sobresaturación en la propaganda, política y la publicidad, a menudo dichos mensajes contienen un criterio de explotación y subestiman casi siempre a la mujer en el mundo actual. La imagen de la mujer en los medios de difusión, si bien es estereotipada no es ajena a los usos, pautas culturales de la sociedad donde los intereses de la clase dominante desarrollan características antagónicas entre hombres y mujeres impuestos como normales en el comportamiento de los seres humanos de uno y otro sexo, la mujer limitada a la casa y el hombre dirigido al

mundo externo al hogar; a la mujer le corresponde ser sumisa, dependiente, frágil (sexo débil), maternal, sentimental; en tanto, las características de la virilidad se asocian al autoritarismo, la independencia, la fuerza y la eficiencia, también existe una marcada fuerza de funciones: la maternidad para la mujer, mientras que la paternidad para el hombre se diluye ante el interés social primordial fuera del grupo familiar, de esta manera, la moral sexual gira en torno a la mujer como monógama, fiel cuando casada formal o convencionalmente, o bien, virgen cuando soltera.

La expresión "Medios Masivos de Comunicación", se refiere a la televisión, la radio, la prensa, etc. Por lo general, el término "medios masivos" califica todo el sistema dentro del cual se producen, se seleccionan, transmiten, reciben y responden mensajes, (Alfaro, 1988).

Los medios masivos de difusión constituyen una característica propia de la sociedad moderna, cuyo desarrollo ha sido paralelo al aumento de las actividades sociales, el rápido cambio social, el incremento de los ingresos y la elevación del nivel de vida, así como a la progresiva desaparición de algunas de las formas tradicionales de control y autoridad, (Mc Quail, 1979).

Los medios masivos de difusión presentan características como las siguientes:

- ❖ Se dirigen a públicos amplios.
- ❖ Las comunicaciones masivas son públicas (su contenido está abierto a todos).
- ❖ El público de los medios masivos es variado.
- ❖ Los medios masivos pueden llegar a una gran cantidad de personas que están distantes de la fuente y que, a la vez, se hallan lejos unas de otras.

- ❖ En los medios masivos de difusión, la relación entre el emisor y el público es impersonal puesto que personas a las que sólo se conoce en su función pública de emisores se dirigen a una audiencia anónima.
- ❖ El público de los medios masivos de difusión es una colectividad característica de la sociedad moderna que presenta varios rasgos distintivos. La composición del público varía constantemente y no existe liderazgo ni sentimientos de identidad.
- ❖ Las comunicaciones masivas requieren organizaciones formales complejas.

La vida social es la sede de la opresión de las mujeres, las minorías sexuales y algunos aspectos de la personalidad humana en los individuos. Hay un profundo reconocimiento del lugar de la sexualidad en la sociedad, y de las profundas diferencias entre la experiencia social de los hombres y la de las mujeres.

Para Urrutia (1979), la opresión de la mujer se efectúa también mediante los medios de comunicación y la publicidad, pues éstos nos programan para nuestro único destino. El matrimonio y la maternidad, cualquier actividad extra que se realice como escuela, trabajo, política, etc., se considera como secundaria sustituyendo temporalmente para el papel central (esposa, madre y ama de casa).

Nuestro sistema educativo está construido en torno a la imprenta y a la lectura. Existe la creencia común de que la letra impresa es el medio intelectualmente superior y que la t.v. en comparación con aquella, hace que los niños se vuelvan pasivos, con mente entorpecida y faltos de imaginación, Greenfield (1985). Es posible que la letra impresa, la radio y la t.v. fomenten diferentes procesos psicológicos y sociales en sus públicos respectivos.

La radio, el cine, la t.v., la prensa, los discos, en una palabra, los instrumentos de información a grandes masas son producto de la tecnología creada por el ser humano, deberían estar al servicio de él y no enajenarlo. Estos medios como los comerciales, son rentables gracias a otro sistema manipulante como lo es la publicidad. La propaganda y la publicidad han marchado juntas en la historia. Antes la propaganda, era personal realizada por los poetas, historiógrafos y por los mismos hombres con sus actitudes discursos y poses históricas.

En la formación de actitudes respecto a la mujer no podemos dejar de lado a la influencia ejercida por los medios de difusión usados hasta la sobresaturación en la propaganda política y la publicidad. Los medios masivos de difusión, dan origen a nuevos complejos de actividad relacionadas con la manipulación de símbolos, estos incluyen la propaganda y la publicidad entre otras. Dichos medios adquieren status y autoridad y ejercen cierto grado de control sobre las fuentes de información y sobre la opinión pública, también tienen gran influencia sobre la conducta en lo que respecta al entretenimiento, el ocio y el consumo personal, (Mc Quail, 1979). Ψ

3.1. Publicidad.

Los medios masivos en general, y en especial la publicidad utiliza la imagen de la mujer como anzuelo para la venta de sus productos (sean para ella, para el hombre, para el hogar, o cualquier uso). Así mismo, la publicidad se ha encargado de que la mujer haga suyo el hecho de que será a través del consumo de artículos como ella podrá ser valorada y podrá alcanzar sus metas, (Baz y Tellez, 1994).

La publicidad es la rama de la persuasión colectiva que más semejanzas tiene con la propaganda. La publicidad intenta estimular la acción de una manera abierta, quiere vender un producto o un servicio y no disimula su intención. Sus actividades establecen una relación directa y expresa con el objeto de la acción solicitada.

Para González (1981), la publicidad es una institución rentable que tiene por objetivo promover las ventas, y en este sentido su éxito se mide contabilizando las ganancias. Se nos ha inducido a ver nuestros cuerpos sólo como bienes de consumo, con los que se pagan favores recibidos. Sentimos que somos bienes de consumo porque nuestros cuerpos como un todo desmembrado, son utilizados para vender productos inútiles que enriquecen a millones de empresarios y comerciantes.

Esta publicidad actúa como una máquina de propaganda de una sociedad basada en la supremacía masculina. Las imágenes que presenta de la mujer surgen de los roles idealizados y estereotipados de las mujeres como objetos sexuales, madres y amas de casa. Se les interpreta como seres menos inteligentes y más dependientes que los hombres. No es que la publicidad cree estas imágenes de la mujer, estas corresponden al status real que se obliga a ocupar en una sociedad sexista. La publicidad es un poderoso medio para reforzarlas, aumentando la dificultad para las mujeres de romper con esos estereotipos, (Naranjo, 1981).

La publicidad es la calidad o estado de lo que es público; es la difusión de información por medio de cualquiera de los medios de difusión existentes. La publicidad es el conjunto de los medios empleados tanto para divulgar o extender las noticias o hechos, como para dar a conocer un producto industrial o comercial, en la difusión de esta información a través de la masa media. Su función en las economías del mercado consiste en atraer mayor demanda, expandirla, canalizar el consumo y crear necesidades.

Con el avance de la técnica, lo que hace la publicidad es impresionar y suggestionar más que convencer o explicar, se utilizan "slogan", se repiten imágenes motivadoras, manipuladoras surgidas de estudios fisiológicos, psicoanalíticos y conductistas; la publicidad deja de ser informativa y la vuelven sugestiva, manejando obsesiones y expectativas.

En nuestro país desde los años cincuenta se le destina a la publicidad televisiva la mayor parte del presupuesto publicitario. A esta situación se agrega el hecho de que en México, la gente depende mucho de ver la t.v., la población por ejemplo, no tiene el hábito de leer, en cambio ve mucho la t.v., por lo tanto, este medio se ha convertido en un campo de cobertura para la industria televisiva y existe una vinculación muy fuerte entre la t.v. y la publicidad.

Desde la infancia la mujer es educada para gustar, para ser siempre del gusto del hombre, ella tiene que estar pendiente de su arreglo y de esta manera consumiendo productos que la hagan estar "más bella" y sentirse más segura con respecto a su pareja. Por tales motivos los agentes publicitarios se han encargado de hacer tanta publicidad a los productos relacionados con el rol estético de la mujer, esto determina la utilidad que tiene para la publicidad garantizar que la mujer siga identificando dicho rol como una parte importante de su vida, (Camacho, 1985).

La influencia de la publicidad por televisión en México es notable, al manejar las motivaciones que con frecuencia existen en los seres humanos y con la penetración que cuenta en la actualidad en los hogares mexicanos, son millones los que prefieren un centro comercial determinado, alguna marca de auto, un costoso perfume; y así entre sueños y realidad; niños, jóvenes y adultos son presa cotidiana de la actitud de las empresas para asegurar el mercado. Por tanto, publicidad se ha convertido en un instrumento indispensable para un gran sector de negocios corporativos y es usada de manera competitiva.

Valiéndose de los avances maravillosos de la información masiva, como la prensa, el cine, el radio y la televisión; la publicidad es en este momento uno de los factores más importantes de la vida diaria. En un momento dado, la publicidad obtiene cierta autonomía y entonces es capaz de crear necesidades apremiantes de crear por ejemplo, a partir de la necesidad de aseo, una obsesión en donde las empresas de jabones, desodorantes, talcos, perfumes y lociones comienzan a competir por presentar el más eficaz mientras el público esta a la expectativa, tratando de lograr la mayor higiene posible, no importa que el producto arruine su piel, porque naturalmente, los anuncios jamás dicen vender productos "inconvenientes" sino que según los publicistas todos son maravillosos, insuperables es decir, sumamente necesarios.

El hombre rehuye a las privaciones físicas, el dolor, el hambre, el fracaso, la represión sexual, la carencia de amor y reconocimiento de lo monótono y lo aburrido; y la publicidad ofrece todo lo contrario. Por lo que pareciera como si la adquisición de un producto ofreciera euforia, seguridad, comodidad, bienestar, éxito, reconocimiento, amor, placer sexual, respeto y poder. Por tal motivo, es que los publicistas intentan elaborar anuncios atractivos con la finalidad de captar la atención de un auditorio cada vez más distorsionado por la difusión propagandista, (Ramonet, 1983).

En opinión de Sergio López (1990, citado en Gallegos, 1995), el Director de la Asociación Mexicana de Publicidad, la "publicidad es una manera de informar al consumidor las características de los productos y sus beneficios para orientarlos en la toma de decisiones al momento de la adquisición de bienes y servicios", sin embargo, en la actualidad sabemos que los comerciantes "venden" algo más de lo que "anuncia" y con frecuencia la información que se refiere a las funciones y la calidad del producto es confusa.

Para Erazo (1980), los roles con que más se ha identificado la mujer es en primera instancia, el rol de *ama de casa*, que consiste en la ejecución o gerencia de las actividades que aseguran el mal funcionamiento del hogar y están divididas en aquellas que giran en torno a la cocina, especialmente, alimentación, limpieza o lavado y la decoración. En lo que respecta a compras, se refiere al papel de compradora que tiene la mujer en el mundo moderno. Un segundo rol, es el de *madre*; es uno de los más difícilmente cuestionables; el sentido de responsabilidad que la mujer tiene a sus hijos y las culpabilidades fácilmente desarrollables en ella, a este respecto con elementos que la publicidad ha explotado y sigue explotando inconscientemente; ya que se publican anuncios asociados al rol de madre, como productos para el uso del niño, así como los que hacen aparecer a la mujer relacionándose con uno o varios de sus hijos en la imagen o en el texto y donde aparece la figura de un niño. El tercer rol se refiere a los *trabajos femeninos fuera del hogar*, que incluye a todos los trabajos productivos que han sido y de alguna manera siguen siendo la única posibilidad que tiene muchas mujeres de ser remuneradas. Dicho trabajos tienen la particularidad de que han sido rechazados y denigrados por los hombres, como los de secretaria, enfermera, peluquera, costurera, etc.; otro rol importante con respecto a la mujer es que la *dependencia* en que ha vivido con respecto al hombre a lo largo de la historia, se manifiesta en muchos aspectos de su vida, uno de estos aspectos es que ella tiene que estar pendiente del cuidado personal del hombre, este cuidado abarca desde la alimentación y el vestuario hasta

la decoración del ambiente para que le sea grato. Con respecto al rol de *objeto sexual*, el autor nos dice que el mundo erótico de la mujer se ha limitado a que actúe de objeto sexual del hombre; esta condición es uno de los recursos más utilizados por la publicidad como anzuelo para la venta de sus productos. Por último, se tiene el *rol estético*, en esta categoría se está considerando la necesidad que se le ha impuesto históricamente a toda mujer, de cumplir con ciertos patrones de belleza. Las industrias de cosméticos, moda, etc. y todos los productos que ofrecen aportarle a la mujer mayores atractivos corresponden a este rol y son los más fuertes contribuyentes de las revistas femeninas a través de la publicidad.

El consumo efectuado por cualquiera para el cumplimiento de los roles femeninos, encuentra su gratificación en lo afectivo. De esta manera cualquier producto adquirido para aumentar sus atractivos será uno de los caminos considerados como más eficaces para llegar al hombre. Por lo tanto, la publicidad es la gran promotora de los roles que históricamente se le han asignado a la mujer. Ψ

3.2. Propaganda.

Propaganda, es la acción de propagar, de difundir información, es la presentación al público de hechos reales o supuestos argumentos y opciones organizados de tal modo que induzcan a conclusiones favorables para los intereses o puntos de vista de quienes los han presentado; a fin de que tales esfuerzos puedan tener el mismo efecto.

La publicidad es comercial, la propaganda es política.

La propaganda política ideológica actúa en forma total, absorbente y sistemáticamente, tiene absoluta relación con la vida cotidiana del pueblo.

Los medios usados por la propaganda son material impreso: prensa, libros, volantes, folletines, carteles, etc.

La palabra directa: cara a cara o por medio de la radiodifusión, el altavoz, el canto revolucionario, épico o satírico, los discos, los cassettes, etc.

Imagen: caricaturas, emblemas, fotos, dibujos, televisión, cine, cablevisión, videocasetes, etc.

Espectáculo: obras teatrales, desfiles deportivos, militares, luz, iluminación, músicos, canto, etc.

Para González Llaca (1981), la propaganda es un conjunto de métodos basados principalmente en las materias de la comunicación, la psicología, la sociología y la antropología cultural, que tiene por objeto influir a un grupo humano, con la intención

de que adopte la opinión política de una clase social, adopción que se refleje en una determinada conducta. La propaganda es un conjunto de métodos y esta relacionada con todo lo que se refiere al hombre, en el más amplio sentido.

Es indiscutible el enorme poder que poseen los medios de difusión masiva sobre la sociedad la cual es manipulada a fin de que consciente o inconscientemente, sus miembros se conviertan en autómatas orientados hacia un sólo objetivo: consumir todos los artículos que el aparato productivo les presenta tras los escaparates.

Para lograr que la sociedad derroche sus ingresos en productos cada vez más caros, cada vez menos duraderos, cada vez más innecesario, los publicistas inundan el aire con mensajes agresivos, sutiles, suplicantes, altos susurrantes, diseñados en tal forma que no hay defensa posible contra ellos.

El origen del gasto publicitario mayoritariamente extranjero puede explicar el reducido porcentaje de los anuncios y la programación tendiente a movilizar recursos técnicos y humanos para el cambio social para el desarrollo, para educar a la población, informarla sobre sus problemas y alentar costumbres que favorezcan la transformación social y en particular el de la participación de la mujer. El atraso político de ella, la tendencia a involucrarla en cuestiones superficiales relacionadas con el papel tradicional de la "femineidad" y sobre todo, la exaltación de su papel como consumidora implica un eslabón indispensable en el proceso de producción que genera las ganancias de las compañías transnacionales

Por otro lado, a los grupos de la estructura de poder no les conviene la concientización de la mujer hacia el cambio social estructural y su participación consciente y responsable dentro del contexto sociopolítico en pie de igualdad con el

hombre, desde el momento que los movimientos revolucionarios de liberación femenina son en realidad liberadores del género humano.

El argumento de que las grandes empresas crean nuevas necesidades psicológicas para vender sus productos es igualmente débil. No hay evidencia de que la propaganda pueda por sí misma crear un deseo, sugiriendo que los medios para satisfacerlo están disponibles, (Randall, 1989).

Dentro del mismo fenómeno de consumo se encuentra a la mujer como destinataria de la producción de objetos para la familia y el hogar acorde con las tareas que le han sido asignadas tradicionalmente y cuya orientación no cambiará en los medios en tanto los mensajes continúen manejándose según la ideología de las empresas, porque los medios obtienen el mayor porcentaje de sus ingresos de tales empresas. El origen del gasto publicitario mayoritariamente extranjero explica los pocos anuncios, temas, programas espacios e imágenes en general, tendientes a promover la transformación social o simplemente a informar a la población sobre sus problemas con veracidad, al aliento de costumbres y actitudes favorecedoras del cambio social en general y en particular del cambio hacia la mujer.

En cierto sentido, los anuncios de modas, cosméticos y artículos para la "higiene femenina" se dirigen más al hombre que a la mujer. Alientan a los hombres a esperar que las mujeres lleven todos los últimos adornos de la esclavitud sexual. Para la mujer, el comprar y usar ropas y productos de belleza, no es tanto consumo como trabajo. Una de las tareas de una mujer en esta sociedad es ser un objeto sexualmente atractivo, y la ropa y los cosméticos, son los útiles del oficio. El consumidor principal es en realidad, en este caso, el hombre quien consume a la mujer como una mercancía sexual, (Randall, 1989).

La sociedad de consumo explota comercialmente el papel de la mujer en la sociedad, utilizándola por ejemplo en las Industrias de modas y cosméticos para el florecimiento de las mismas. Se encasilla a la mujer en la vida doméstica, se le estereotipa según su clase social, en las ocupaciones se le localiza como sirvienta enfermera, madre sufrida y abnegada, mujer dependiente, sumisa, cosificada, prostituida, pero cuando participa socialmente, toma decisiones, trabaja o es profesional, se comporta con talento y planeación, entonces se le estereotipa como "marimacho" ó "malvada". El contenido de los mensajes de los medios de difusión masiva enviados sistemáticamente a la población receptora orientan a la mujer hacia problemas sin importancia y la proyecta de acuerdo con los patrones de consumo de los países desarrollados, alejándola de los problemas sociales y políticos, así como de los grupos marginados, ubicándola en una restringida función de eje productor y reproductor de la familia como base del equilibrio de la sociedad, (De Dios, 1977).

En el campo de la comunicación los estereotipos femeninos adquieren dos funciones importantes: promover la venta de innumerables artículos y servir de apoyo al statu quo, pues reflejan y refuerzan la imagen de mujer que el sistema requiere. En este ámbito, regularmente los hombres son presentados como equilibrados, independientes, activos, fuertes, poderosos, capaces, autoritarios y responsables; mientras que a las mujeres se les presenta como emocionalmente inestables, infantiles, pasivas, indecisas y con necesidad de ayuda y aprobación.

Los hombres aparecen realizando actividades fuera del hogar que abarcan desde ser empleado, dueño de una empresa hasta llegar a ser héroe. Rara vez son presentados compartiendo las tareas del hogar, pero sí en alguna ocasión lo hacen, generalmente son objeto de ridículo. Si las mujeres son presentadas en algún trabajo fuera de su casa, en general son ocupaciones de enfermera, secretaria, maestra o en actividades subordinadas al hombre, (Bustos, 1988). Los estereotipos más difundidos por los medios de difusión en lo que respecta a la mujer son: la mujer

como sexo débil; el lugar de la mujer: el hogar; la mujer como objeto sexual y consumidora; la mujer "liberada" y la mujer asalariada.

Existen diversos estudios e investigaciones que evidencian la forma en que los medios masivos de difusión en cualesquiera de sus distintas formas, confirman a la persona que se pone en contacto con ello, sea de uno u otro sexo, el estereotipo de la mujer como ser inferior con relación al hombre.

Debido a que la mujer es considerada como inferior al hombre y por lo tanto, se le niega toda la capacidad para una actividad intelectual seria, generalmente a ella se le caracteriza y valora sólo por el cuerpo, asimilando muy bien esa consigna. Ψ

3.3. Televisión.

Para Zea (1991, citado en Padilla, 1992), nuestra vida cotidiana se ve afectada por el fuerte contenido ideológico que se despliega de los mensajes de la televisión.

La televisión se manifiesta como el medio de comunicación propio de nuestra época en el que las miles de empresas buscan atraer la atención del espectador y asegurar con ello la compra de los artículos que anuncian. En la actualidad la televisión se ha convertido en el medio de comunicación dominante en casi todos los países industrializados y parece lógico pensar que un cierto uso de los medios masivos constituye un índice y hasta un requisito para la pertenencia a la sociedad. El uso de la televisión en la población desocupada suele verse como normal

Estudios realizados por Steiner, 1968, Wilensky, 1964 y Blumler, 1968 (citado en Alfaro, 1988); acerca de la televisión, han demostrado que grupos socialmente diferentes suelen interesarse por el mismo tipo de material televisivo, en iguales cantidades.

La televisión presenta una discriminación ocupacional, la cual refleja la ideología discriminatoria predominante en el ámbito nacional. Estas imágenes distorsionan la realidad, en la medida en que sólo se dan cuenta de una parte de ella.

Muñoz (1991), considera que en la t.v. mexicana se repiten con mayor frecuencia las motivaciones de instinto sexual, de conservación (hambre, sed, seguridad, deterioro físico) y vanidad. Exaltando los valores típicos de dominación en los hombres y subordinación en el caso de las mujeres. El ama de casa no se escapa de este impulso al comprar productos que mantendrán el interés de su marido en ella, a través de sus artes culinarias, o de administración del hogar.

El culto a la mujer hogareña se encuentra lleno de contradicciones; por un lado se le exhorta a permanecer en casa, haciendo todas las labores de mantenimiento de la misma, como única manera de que sea realmente feliz y respetada por la comunidad; por otro lado la mayoría de los mensajes de los medios nos presentan una imagen inferior de la mujer y los creadores de "imágenes" han convertido las tareas domésticas en algo peyorativo. Cuando el hombre ejecuta la misma labor que la mujer, se le da realce al trabajo porque el hombre gana más en la sociedad sexista. El trabajo de la mujer, si es que se puede considerar trabajo según lo que los anunciantes presentan, está restringido a una área: el hogar, o lo que viene a ser lo mismo: la familia. Si aparece fuera de la casa será en actividades de servicio: enfermería, sobrecargo, telefonista, vendedora, etc. Por tanto, la publicidad tratará por todos los medios a su alcance que este patrón sea imitado, que constituya un motivo de admiración, que las mujeres aspiren a ser pálidas, y delgadas modelos de televisión.

Medina y Pichardo (1982), realizaron una investigación en la que analizaron 20 programas de televisión (13 americanos y 7 mexicanos, todos transmitidos en México), con el fin de identificar el grado de sexismo que se presentaba en dichos programas. Los resultados revelan que a pesar de que hay sexismo en los programas de ambos países, éste es más acentuado en México. El porcentaje de personajes con rasgos sexistas en programas mexicanos fue de 62%, en tanto que en los programas americanos correspondió a un 34%. Al analizar el tipo de ocupaciones con las que aparecen los personajes, se observó que la mujer, en los programas mexicanos nunca aparece como profesional o técnica, ni como funcionaria o ejecutiva, el porcentaje fue de 0%, mientras que los hombres aparecen como profesionales o técnicos en un 4.72% únicamente; Y como funcionario o en puestos directivos en un 14.3%. En los programas de Estados Unidos se encontró, aunque en forma menos dramática que en México una diferencia dependiendo del sexo del personaje en las ocupaciones estudiadas. Como profesional o técnico se

encontró un 22.74% de mujeres en comparación con 43.22% en los hombres. Dentro de las categorías de funcionarios o puestos directivos, las mujeres ocuparon un 4.51% en tanto que los hombres un 13.70 %.

Downing, 1974 y Manes y Melnyk, 1974 (citado en Baz y Tellez, 1994), encontraron en sus investigaciones que, en términos generales los programas de televisión transmiten el mensaje de que la única manera de realización para la mujer es por medio del matrimonio y que la ocupación más frecuente es la de ama de casa.

Aunque históricamente a la mujer se le han asignado como papeles primordiales los de esposa-madre- ama de casa, y ha sido subordinada socialmente, los estereotipos proyectados por la t.v. se alejan mucho de favorecer otra imagen femenina (Gallegos, 1995)

Gómez Jara (1989), afirma que los estereotipos son imágenes de una realidad material o valorativa que en la mente popular o de grandes masas se convierten en modelos de interpretación o de acción.

Entre los estereotipos femeninos que más difunde la televisión son:

- ❖ La mujer como sexo débil.
- ❖ La mujer debe estar en el hogar.
- ❖ La mujer es valiosa por su belleza.
- ❖ La mujer es usada como objeto sexual.

- ❖ La mujer que es inteligente y moderna es consumista.
- ❖ La mujer depende siempre de la aprobación de los demás.
- ❖ La mujer bella es alta, delgada, de ojos claros, blanca o rubia y con una posición económica solvente.
- ❖ La mujer es dependiente del hombre y en caso de realizar alguna actividad fuera de casa, por lo regular se encuentra subordinada al hombre.
- ❖ La mujer liberada y destacada debe asumir con responsabilidad y felicidad su doble jornada de trabajo, lo que implica no descuidar la atención doméstica, a su marido y a sus hijos.
- ❖ La mujer es feliz cuando es acreedora de un obsequio del halago masculino.
- ❖ La mujer es emocionalmente inestable y requiere constante ayuda.
- ❖ Una buena mamá siempre está en continua preocupación y es asidua consumidora.

Por otro lado, Medina y Pichardo (1982), realizaron una investigación en la que analizaron veinte programas de t.v. con el fin de identificar el grado de sexismo que se presentaba en dichos programas. Los resultados demuestran que el sexismo es mas marcado en México que en las emisiones estadounidenses. En ningún programa mexicano las mujeres aparecían realizando trabajos profesionales, ni mujeres obreras o campesinas. Se mostraban realidades distorsionadas que convienen a los intereses del grupo dominante.

Por tanto, la televisión, se encarga de transmitir, mantener y perpetuar valores, normas, creencias y actitudes que van a influir el modo de pensar y actuar de la gente, de acuerdo con un sistema social determinado. Ψ

3.4. Revistas.

Mattelart (1977), menciona que la revista como todo medio de difusión, tiene un rol educativo, que debe definirse a partir del papel que ahí juega la publicidad. El contenido de lo que se trasmite, a través de este proceso educativo, está estrechamente ligado a los propósitos que inspiran la publicidad.

Para Greenfeld (1985), una característica importante del material impreso es que permite la acumulación de conocimiento al crear un modo de almacenar información.

Existen diversos estudios e investigaciones que evidencian la forma en que los medios masivos de difusión en cualesquiera de sus distintas formas, confirman a la persona que se pone en contacto con ellos sea de uno u otro sexo, los estereotipos de la mujer como un ser inferior con relación al hombre.

Dentro de los medios masivos de difusión, las revistas femeninas juegan un papel importante como difusores de ideas y formas de pensar que ayudan a conformar la mentalidad de algunas mujeres de la sociedad. Aunque lo medular sigue siendo reforzar y legitimar los roles tradicionales de la mujer, también es cierto que no pueden evitarse los cambios que se producen en la sociedad.

Existen algunos modelos ideológicos conservadores en este tipo de "literatura" (historietas y fotonovelas). Como el de la familia como célula de la sociedad contra viento y marea y con todos los valores que implica: sujeción de la mujer y los hijos al padre, obligaciones mutuas, etc.; sobre la valoración de la mujer, el aspecto clave sin el cual nadie puede formar parte "digna" de una familia. La mujer objeto es aquí pontificada al máximo, nada de sexo antes y menos fuera del matrimonio, porque ahí

están: la familia, la propiedad privada y el estado para condenar, a la mujer se le reserva un lugar: la casa, y todas aquellas que se salen del esquema, de alguna forma son consideradas como sospechosas, (Gallo, 1981).

La definición que se da en las revistas acerca de la mujer se refiere a que es un elemento valioso únicamente por su belleza y por el sexo. Al respecto, García-Calderon (1980) sostiene que la imagen ideal que ofrecen las revistas es la de una mujer de los sectores medios y su arribo al consumo: ya sea dentro de los límites del hogar, manejando el presupuesto familiar, o como mujer activa que compra ropa y perfumes para lucir atractiva en su trabajo.

Por ejemplo: Courtney y Lockeretz (1971, citado en Gallegos, 1995), analizaron anuncios impresos, en ocho revistas, concluyendo que presentan los siguientes clichés sobre la mujer: a) las mujeres son dependientes y necesitan la protección de los hombres; b) las mujeres no toman decisiones importantes ni hacen cosas importantes; c) los hombres consideran a las mujeres, esencialmente, como objetos sexuales; ellos no están interesados en la mujer como persona; d) el lugar de la mujer es en la casa.

Eitzen (1980, citado en Baz y Tellez, 1994), al analizar los estereotipos sexuales femeninos en revistas, encontró que la mujer emerge en varias anécdotas y artículos como ama de casa feliz, preocupándose con las necesidades de su esposo e hijos.

Santa Cruz y Erazo (1983, citado en Baz y Tellez, 1994), en su investigación sobre las revistas publicitarias femeninas encontraron que el centro de la vida afectiva del "nuevo" modelo femenino que ese medio trasmite y hacia el cual están dirigidas todas las actividades que la mujer desempeña, sigue siendo el hombre; cualquier otra relación -ya sea de amistad, de trabajo o familiar- es prácticamente

inexistente. En segundo plano, y cerrando definitivamente el ámbito afectivo de la mujer, está la maternidad. La explotación del amor maternal y de todos los sentimientos que se desprenden de él, sigue siendo practicada fuertemente por la publicidad.

En estudios realizados por Medina y Pichardo (1982), acerca de las revistas femeninas reportaron que la imagen de la mujer siempre es de sectores medios desempeñando dos roles principales: Como ama de casa, ó mujer activa que compra diversos artículos como perfumes, maquillajes, ropa, etc., para lucir atractiva en su trabajo.

En otro estudio realizado pero por Courthey y Lockeretz (1989 citado en Gallegos, 1995), sobre anuncios impresos en ocho revistas, concluían que los "clichés" presentados por las mujeres se basan en la ansiedad; y la información de los mensajes se apoyan en los valores y estereotipos que están determinados en la cultura, en el caso de las mujeres requieren ser "liberadas o rescatadas", la belleza y sus virtudes físicas y domésticas sobresalen continuamente.

González, Luna y Martínez (1991, citado en Gallegos, 1995), realizaron un estudio con la revista *Eres*, una vez analizados una serie de ejemplares, encontraron que en esta revista se conservan los roles tradicionales adjudicados a la mujer en todas las revistas femeninas, entre los temas principales está el de la belleza y la sobrevaloración de esta, desde las portadas se exalta la belleza de la mujer utilizando una artista famosa que refleja las características femeninas tales como: Juventud, sensualidad, belleza, delicadeza, y fragilidad. Junto a ella está un joven, también famoso, abrazándola y mostrando su virilidad. Se manejan estereotipos alejados de la realidad mexicana, promoviendo el consumo de artículos para alcanzarlo y lograr la aceptación del hombre.

Las revistas ilustradas propician en diversos grados la imagen superficial y cosificada de la mujer cuando la ligan a sucesos tales como el adulterio, la separación o engaño del marido o bien induciéndola mediante situaciones fantásticas, irreflexivas y emotivas hacia las metas sin una mayor alternativa; el matrimonio y la maternidad.

Los estereotipos femeninos, adquieren dos funciones importantes: promover la venta de innumerables artículos y servir de apoyo al statu quo, pues reflejan y refuerzan la imagen de mujer que el sistema requiere. Por ejemplo, como producto de la mujer como incorporación al trabajo asalariado, ciertas revistas femeninas empezaron a abordar este tema, pero sin cuestionar la estructura social dominante, así podrían encontrarse títulos como el siguiente: "Mujer que trabaja fuera del hogar sin descuidar su casa, su marido y a sus hijos". Que diferente sería si el título dijera: "Mujer que trabaja fuera del hogar, compartiendo labores domésticas y cuidado de los hijos con su pareja u otros miembros de la familia", (Baz y Tellez, 1994).

A pesar de los cambios que empiezan a darse en lo que respecta a la mujer, los estereotipos más difundidos por los medios de difusión son: a) la mujer como sexo débil; b) el lugar de la mujer: el hogar; c) la mujer como objeto sexual y consumidora; d) la mujer liberada y e) la mujer asalariada, (Bustos 1985, citado en Baz y Tellez, 1994).

La industria cultural de los medios de difusión masiva nacional-transnacional le otorga a la mujer dos alternativas: o es esposa, madre sufrida y abnegada, pasiva, masoquista; ó ninfómana, vampiresa dispuesta permanentemente a realizar el acto sexual con quien la elija.

La publicidad retoma los mitos culturales y los vulgariza, de ahí que junto a la mujer hogareña y maternal, exista "otra" que encarna la sexualidad: exótica, atractiva,

admirada, es decir, su cuerpo es un objeto. Por si esta utilización de la mujer en la publicidad no bastara para humillarla, hay tres maneras que se podrían denominar "formales" de afirmar su inferioridad. La mujer depende económica, social y emocionalmente del hombre, en la mayoría de los casos, (De Dios, 1977).

El trabajo de la mujer si es que se puede considerar trabajo según lo que los anunciantes presentan, está restringido a un área, el hogar, o lo que viene a ser lo mismo: la familia. Si aparece fuera de la casa será en actividades de servicio: enfermería, sobrecargo, telefonista, vendedora, etc., En nuestra sociedad surgen grandes interrogantes como son: ¿A qué se debe el carácter consumista de la mujer?; ¿Quiénes son los verdaderos responsables de esta situación? y ¿Cuál es el fin que se persigue con ello?

Ante esta situación y ante la necesidad de las grandes empresas capitalistas por obtener nuevos mercados en dónde colocar la gran variedad de sus productos la mujer representó el "blanco" de esa producción. La forma más efectiva de asegurar ese gran mercado que representa la población femenina, es a través de los medios masivos difusión. Así vemos que por un lado la mujer representa el blanco de la publicidad y por el otro, la mujer es utilizada como objeto publicitario.

La función principal de los estereotipos publicitarios de la mujer no es la promoción de las ventas de productos, sino la de reforzar la ideología de la subordinación económica y sexual de las mujeres al hombre, en beneficio objetivo de este último y consecuentemente la realidad de la supremacía masculina, (Randall, 1989)

Para Newland (1982), las imágenes femeninas que divulgan los medios de difusión, ya sean los medios impresos, la radio o la televisión, constituyen poderosos y sutiles instrumentos de presión social, que pueden precipitar cambios o favorecer

el inmovilismo. Los modelos de comportamiento femenino aceptado que los medios de comunicación proyectan son, por regla general, modelos conservadores.

La mujer como objeto publicitario nos presenta una imagen femenina, carente de inteligencia pero muy estilizada, cumpliendo con sus quehaceres hogareños y complaciendo a "su hombre"; y a través de los diferentes roles que la mujer juega en la sociedad se asegura un mercado a los productos de los mensajes. El rol de ama de casa permite a los publicistas crear la necesidad de consumo de productos elaborados para el mejor desempeño de sus tareas en la cocina, alimentación, limpieza, decoración, etc.

A menudo estos mensajes contienen un criterio de explotación y subestiman casi siempre a la mujer en el mundo actual. La imagen de la mujer en los medios de difusión si bien estereotipada, no es ajena a los usos, pautas culturales de la sociedad donde los intereses de la clase dominante desarrollan características antagónicas entre hombres y mujeres impuestos como normales en el comportamiento de los seres humanos de uno y otro sexo.

El rol estético que históricamente se ha considerado como propio de la mujer y además el más importante, refleja la abundante promoción de los cosméticos y de la moda. Los medios masivos de difusión, a través de sus diferentes fuentes, cumplen con su tarea de reforzar los valores de abnegación, sufrimiento, belleza, que se consideran propios de la mujer. Con el fin de obtener mayores ventas, creando para ellos nuevas y falsas necesidades. Estos medios son el arma principal con la que cuenta el sistema para mantener a la mujer relegada de toda actividad social o política. Pues al determinar toda acción femenina únicamente a los roles de esposa, madre y ama de casa, hace posible la opresión de la mujer y le dificulta toda acción crítica, negándole con ello, la plena realización a la que todo ser humano tiene derecho, (Collín, 1981).

Para Randall (1989), mucho de lo que las mujeres "consumidoras" hacen, es trabajar específicamente como parte de sus obligaciones domésticas y sexuales. En la sociedad de consumo la mujer es la mejor agente de ventas porque mediante ella, la publicidad estimula la sexualidad del hombre para que consuma objetos. Al hombre se le manipula sustituyéndole la realidad por la expectativa, con el objeto de que se enajene más para que produzca más y compre más cantidad de productos.

Es posible prever los efectos de la publicidad en las masas, y de cómo contribuye a perpetuar el patrón tradicional del comportamiento que la mujer debe aceptar, según los lineamientos que dicha publicidad establece, (Colectivo Isis, 1988). Si la publicidad persigue fabricar consumidores a alta escala, se auxilia de la imagen de la mujer presentándola de una manera distorsionada y degradante para inducir el consumo de una gran variedad de artículos muchas veces superfluos.

La publicidad no sólo se basa en la propaganda de los valores de la clase dominante como tal, sino que va más lejos, imprime todas sus manifestaciones con un claro sexismo, una actitud discriminatoria en contra de la mujer. Este sexismo se expresa por un lado en la mitificación de la mujer en sus papeles de esposa, madre y ama de casa; y por otro, en su utilización como objeto sexual. Bajo la aparente exaltación de los valores de la "femineidad", ternura, desamparo, emotividad, fragilidad, belleza, se esconde en realidad toda una actitud de limitación. Se trata de restringir sus capacidades creativas, de inhibir sus posibilidades intelectuales. Para los medios de difusión la inteligencia es un coto cerrado. Su curiosidad es banal y sólo se expresa en el conocimiento de las novedades que ofrece la moda en todos los sentidos; el culinario, el del vestido, el de los utensilios del hogar, el del maquillaje, el de todas aquellas cosas que le ayuden a cumplir mejor su papel de servidora, siempre sumisa ante el hombre patriarcal y autoritario.

La aprobación masculina es la máxima aspiración de la mujer, para obtenerla muchas mujeres aceptan pasar por tontas e ineptas. Lo menos que podría esperarse de quienes venden un producto es que consideraran que quien lo utiliza sabe emplearlo y puede diferenciar entre lo que es fácil y lo que no lo es; entre lo que quiere y lo que no quiere. Los comerciales no le conceden ni siquiera eso a las mujeres; aunque ellas usan diariamente detergentes; un hombre autoritario o paternal tiene que explicarles pacientemente sus ventajas y su forma de uso. Las mujeres nunca les dicen a los hombres qué deben hacer. Son éstos quienes les indican qué, cuándo y cómo deben hacerlo. Parece que el prestigio de una marca no pudiera ser avalado sólo por la mujer, sino que el hombre tiene que dar su visto bueno.

El consumidor actual, la mujer o el hombre, viven inmersos en la publicidad y propaganda, por ejemplo, el hecho de que entre amas de casa se recomienden algún artículo para el hogar (un detergente, porque limpia mejor; un aromatizante porque permanece el aroma, etc.), o bien, entre hombres, alguno para el aseo personal (loción, espuma para afeitar, etc.), De Dios (1977).

Los grupos que trabajan para la liberación de las mujeres intentan hacerles ver cómo las utiliza la estructura del poder (dirigido y manejado por los hombres) para promover la sociedad consumidora, cómo son manejadas y explotadas por la publicidad, por la industria del vestido, por las revistas femeninas, etc., (Randall, 1989).

También menciona que las mujeres comienzan a ver cómo están siendo utilizadas por los medios de comunicación de masas, y en general, por la estructura del poder; cómo se les obliga a consumir la última moda del vestido, los cosméticos y los peinados (cosificadas ellas mismas, juguetes para los hombres, mientras mantienen la industria que las oprime). Los voceros de la liberación de las mujeres

han señalado que el sistema del rendimiento es opresivo no porque lujos relativamente triviales están disponibles, sino porque necesidades básicas no materiales no lo están.

Todavía existen medios masivos que cuando proyectan a la mujer realizando un trabajo extradoméstico remunerado, transmiten el mensaje de que lo hacen debido a algún problema personal o que se trata de algo pasajero. Manes y Melnyck (1974, citado en Baz y Tellez, 1994), señalan que la imagen que proyectan los medios acerca de la mujer que trabaja es en muchos casos de una persona no realizada; así mismo, proyectan la idea de que la mujer busca trabajo muchas veces ante la imposibilidad de casarse. Estoy de acuerdo con estos autores, incluso algunos programas de t.v. hacen notar esta imagen, pues regularmente es la secretaria solterona quien se enamora de su jefe; sin embargo, continua trabajando para él ante la imposibilidad de casarse, pues de esta manera podría continuar cerca.

Habría que romper con una cultura y educación tradicional que hacen de la mujer una espectadora de la historia construida por los hombres, para transformarla en un ser responsable y copartícipe del acontecer sociohistórico de la sociedad contemporánea; Claro está, ésto no depende del sistema y cultura únicamente, también es labor de la mujer hacer que ya no sea vista o tratada como objeto sino que sea tratada como mujer/ser humano.

Se puede concluir mencionando que la opresión de la mujer únicamente ha podido sostenerse con el reforzamiento continuo de una ideología que es impuesta y reforzada a través de las instituciones, las leyes, la familia, la educación y los medios masivos de difusión. Ψ

CONCLUSION

Dado que la diferencia de papeles de género coloca a las mujeres en una condición de desigualdad en cuanto a oportunidades y derechos fundamentales como la educación, el empleo, el salario, la participación política, la manifestación, ejercicio y goce de la sexualidad, etc.; esto se traduce en una subordinación hacia las mujeres por parte de la sociedad. Así mismo debido a que la mujer es la encargada del proceso reproductivo, se ha asumido que todas aquellas actividades relacionadas con el cuidado de los hijos y labores domésticas, son responsabilidad solamente de ella.

El género es una división de los sexos socialmente impuesta, es un producto de las relaciones sociales de sexualidad. No existe la mujer como tantas veces se ha dicho, ni tampoco el varón, existen diferentes mujeres y varones en diferentes situaciones sociales y culturales que tienen que ver con las etapas del ciclo de vida. En nuestra sociedad, es la figura de madre, esposa y ama de casa para las mujeres; y la de jefe de familia y sostén económico principal del hogar, padre y esposo, para los hombres. Otro ámbito, lo constituye la organización de la vida familiar y doméstica, espacio privilegiado de las mujeres e identificado en nuestras sociedades como el lugar de la subordinación femenina.

La vitalidad de la propuesta del género se origina en que ha permitido seguir líneas diferentes de investigación, basadas en opciones teórico-metodológicas distintas. Se trata de un campo abierto al debate, en el que las perspectivas que existen deberán confrontarse en su coherencia interna, en su capacidad de explicación, en las posibilidades que abren la acción y la transformación de las sociedades así como de las posibilidades de vida de las mujeres y los varones, (De Barbieri, 1992).

La identidad de género se establece más o menos a la misma edad en que el infante adquiere el lenguaje (entre los dos y tres años) y es anterior a un conocimiento de la diferencia anatómica entre los sexos. Desde dicha identidad el niño estructura su expectativa vital; el género al que pertenece es identificado en todas sus manifestaciones: sentimientos o actitudes de "niño" o "niña", comportamientos, juegos, etc. Es usual ver a niños rechazar algún juguete porque es del género contrario, o aceptar sin cuestionar ciertas tareas porque son del propio género. Ya asumida la identidad del género es casi imposible cambiarla.

Los trabajos realizados sobre género descartan la idea de que el rol de la mujer y el origen de su opresión es algo determinado biológicamente y sostiene que la estructura de desigualdad entre hombres y mujeres nada tiene que ver con un orden natural sino que está determinado por la cultura.

Ya no es tan aceptable que las mujeres sean, "por naturaleza" (o sea, en función de su anatomía o de su sexo), lo que la cultura designa como "femeninas" (valores, deseos, comportamientos) se asumen mediante un proceso individual y social (proceso de adquisición de género).

La existencia de las distinciones socialmente aceptadas entre hombres y mujeres es lo que da fuerza y coherencia a la identidad de género, pero hay que tener en cuenta que el hecho de que el género sea una distinción significativa en gran cantidad de situaciones es un hecho social, no biológico. Por lo que la distribución de roles sociales no se desprende "naturalmente" de la biología, sino que es un hecho social. Por ejemplo, la maternidad sin duda juega un papel importante en la asignación de tareas, pero no por este hecho, las mujeres nacen sabiendo planchar y coser.

Las distinciones entre lo masculino y lo femenino, lo débil y lo fuerte, se han ido desvaneciendo poco a poco. Este desvanecimiento se expresa en el vestuario, en las formas de enamorar, en quién paga la cuenta en los cafés, quién saca a bailar en las fiestas, en la participación de la mujer en la vida productiva, en el salario de la mujer como un pilar fundamental de la economía familiar, etc. (Maldonado, 1993). Situación que depende sobretodo de las mujeres, no sólo para que se mantenga sino para que ya se le dejen de asumir aspectos como la manera de vestir o el hecho de que no puede tener un empleo debido a que no podría desempeñar labores "aptas" para un hombre. Además de que la mujer ejerce un papel importante en la toma de decisiones como proveedora económica y es el apoyo emocional de la familia, muchas veces ella misma sigue adjudicándose características de pasividad, sumisión y dependencia en mayor medida que los hombres.

A los hombres por el simple hecho de serlo, se les atribuye la creatividad, los poderes de dominio, la racionalidad, la violencia, la conducción de los otros, las decisiones sobre las vidas propias y ajenas, la creación de instituciones y su manejo, la definición de ideales y proyectos colectivos y la responsabilidad de interpretar toda formulación en torno a ellos y a su concreción. El machismo también se manifiesta en una necesidad de salirse siempre son la suya, de presionar a que otros acepten los puntos de vista propios y de ganar cada discusión, considerando cada diferencia de opinión como una declaración de enemistad. A partir de la importancia que se le da a la dignidad dentro del machismo, ésta se manifiesta como una hipersensibilidad que lleva al hombre a interpretar casi cualquier comentario como un insulto.

La familia es uno de los medios de educación más importante, a través de ella se trasmite a cada nueva generación un conjunto de mensajes y significados sociales que pueden ser reproducidos o transformados de acuerdo al momento histórico que le toca vivir; así mismo, es la primera institución con la que cualquier ser humano

tiene contacto y es en ella donde se inicia fuertemente la transmisión de valores y creencias que irán conformando actitudes y pautas de comportamiento. Es aquí donde la mujer actúa como responsable directa del cuidado y crianza de los hijos (debido a las funciones que le asigna la sociedad) va a jugar un papel muy importante como transmisora de valores y pautas de comportamiento; sin embargo, lo anterior no depende únicamente de la familia; la educación formal es otra de las instancias de socialización que también fomentan, refuerzan y mantiene valores y pautas de comportamiento que la familia se encargó de iniciar. Lejos de encontrarse incongruencias entre lo que se fomenta o refuerza en ambas, más bien parece indicar que existe una armonía, complementándose de manera excepcional, en el caso de dar un tratamiento diferencial a niños y niñas en lo que se refiere a la asignación de funciones y actividades distintas tomando como parámetro el sexo, pero privilegiando la condición de un sexo (el ser hombre) sobre el otro (el ser mujer). En otras palabras, en éstas como en otras instancias de socialización, existe una ideología sexista. Es el seno familiar donde los niños reproducen los esquemas que les muestran los adultos. Lamas (1986), señala cómo la cultura y la sociedad son factores determinantes para que exista una desigualdad entre hombre y mujer.

Existen papeles y estereotipos muy definidos para mujeres y hombres, comunes a la mayoría de las sociedades. Estos se refieren a aspectos de expresividad y afectividad, así como de pragmatismo y consecución de metas. Estos aspectos se relacionan con los papeles asignados tradicionalmente a la mujer y al hombre: de ama de casa y cuidadora de los hijos y de proveedor respectivamente. Desde niña se le educa para ser ama de casa, un ser débil, inferior física e intelectualmente a los hombres, por lo que tendrá la obligación moral de justificar su existencia sirviéndole lo mejor posible ya que él la protegerá moral, física y económicamente. Para condicionar su rol se le dan juguetes como muñecas y diferentes utensilios que se utilizan dentro del hogar para que desde pequeña vaya ejercitando su papel de futura madre y ama de casa

La discriminación de la mujer es producto de una estructura económica inherente a la sociedad de clases. El nivel en que se coloca a la mujer no es un hecho natural correspondiente a la supuesta inferioridad biológica e intelectual femenina; tampoco se debe a cuestiones como el carácter o la personalidad, la sumisión, la pasividad, la ternura o el amor maternal dadas como prendas de feminidad.

La sociedad de consumo, también explota el papel de la mujer en la sociedad, pero ésta de manera comercial, utilizándola por ejemplo, en la industria de la moda y cosméticos para el beneficio de ellas mismas; se encasilla a la mujer en la vida doméstica, al hombre se le aparta de la función familiar como si no formara parte de ella, convirtiéndolo en simple proveedor, remarcando como valores "masculinos" el dinero, el éxito material y sexual sin compartir la vida con su familia fomentando junto a otros factores la desintegración familiar en la sociedad de consumo.

La posición de las mujeres, sus actividades, sus limitaciones y sus posibilidades varían de cultura a cultura, pero lo que sí se mantiene constante es la diferencia entre lo concebido como masculino y lo concebido como femenino; sin embargo, la posición de la mujer no está determinada biológica sino culturalmente. Es el elemento "histórico y social" lo que determina que una "esposa" es una de las necesidades del trabajador, que el trabajo doméstico lo hacen las mujeres y no los hombres. Para la mujer asalariada existe una doble explotación; primero es explotada en el trabajo asalariado, pues debido a su condición de mujer el salario que recibe es (en muchos casos todavía) inferior al que recibiría un hombre realizando la misma actividad. Por otro lado, el realizar un trabajo remunerado no la libera del cuidado de los hijos y de su papel de ama de casa, por lo que muchas mujeres tienen que trabajar cuando menos 80 horas a la semana y en muchos casos rebasa las 100 horas dependiendo del número y edad de los hijos.

Todavía existen medios masivos que cuando proyectan a la mujer realizando un trabajo extradoméstico remunerado, transmiten el mensaje de que lo hacen debido a algún problema personal o que se trata de algo pasajero. Manes y Melnyck (1974, citado en Baz y Tellez 1994), señalan que la imagen que proyectan los medios acerca de la mujer que trabaja es en muchos casos de una persona no realizada; así mismo, proyectan la idea de que la mujer busca trabajo muchas veces ante la imposibilidad de casarse. Estoy de acuerdo con estos autores pues incluso algunos programas de t.v. hacen notar esta imagen de la mujer, pues regularmente es la secretaria "solterona" quien se enamora de su jefe, sin embargo, continua trabajando para él ante la imposibilidad de casarse, pues de esta manera continuaría cerca.

La educación ha enseñado que las tareas de producción las cuales desempeña el sexo masculino implican capacidad intelectual, iniciativa, creatividad y esfuerzo, lo que trae como resultado un dominio progresivo sobre la naturaleza. Estas tareas han sido según la educación más valoradas que las funciones reproductoras que realizan las mujeres. Se ha considerado que así como los factores educativos, los factores sociales también determinan las actitudes que cada género tiene con respecto a los contenidos académicos.

La forma en que la sociedad influye sobre la vida de cada ser humano imponiendo modelos y formas de pensamiento ha implicado una diferencia fundamental entre géneros, ya que la manera de percibir y concebir el mundo a partir de las diferencias anatómicas, psicológicas morales y culturales conduce a formas de interpretación distintas de la realidad.

Lamas (1980), Fernández (1980), Urrutia (1979) y De Leñero (1969), coinciden en que el rol asignado a la mujer está dado (impuesto) por la sociedad en la que nace. En todas las sociedades ha existido una tendencia a la diferenciación

entre los papeles o funciones a realizar por la mujer y los realizados por los hombres. Muchas mujeres están cambiando porque ya pueden disponer de sus propios cuerpos, vivir con autonomía económica y elaborar su propia interpretación de la historia de las mujeres y las historias de cada mujer. Estos cambios en la feminidad realmente existente aún no han permitido a las mujeres dejar de vivir sus vidas de seres para los otros.

La radio, el cine, la t.v., la prensa, los discos, en una palabra, los instrumentos de información a grandes masas son producto de la tecnología creada por el ser humano, deberían estar al servicio de él y no enajenarlo. Estos medios como los comerciales son rentables gracias a otros sistemas manipulantes como la propaganda y la publicidad. La t.v. se manifiesta como el medio de comunicación propio de nuestra época en el que las miles de empresas buscan atraer la atención del espectador y asegurar con ello la compra de los artículos que anuncian.

Los estereotipos femeninos, adquieren dos funciones importantes: promover la venta de innumerables artículos y servir de apoyo al statu quo, pues reflejan y refuerzan la imagen de la mujer que el sistema requiere. El rol de ama de casa permite a los publicistas crear la necesidad de consumo de productos elaborados para el mejor desempeño de sus tareas en la cocina, alimentación, limpieza, decoración, etc. El rol estético que históricamente se ha considerado como propio de la mujer y además el más importante, refleja la abundante promoción de los cosméticos y de la moda.

El trabajo de la mujer si es que se puede considerar trabajo según lo que los anunciantes presentan, está restringido a un área, el hogar, o lo que viene a ser lo mismo: la familia. Por un lado la mujer representa el blanco de la publicidad y por el otro, la mujer es utilizada como objeto publicitario. La función principal de los estereotipos publicitarios de la mujer no es la promoción de las ventas de productos,

sino la de reforzar la ideología de la subordinación económica y sexual de las mujeres al hombre, en beneficio objetivo de este último.

Las imágenes femeninas que divulgan los medios de difusión, ya sean los medios impresos, la radio o la televisión, constituyen poderosos y sutiles instrumentos de presión social, que pueden precipitar cambios o favorecer el inmovilismo. Los medios de difusión proyectan modelos de comportamiento femenino que ya son aceptados; estos son por regla general, modelos conservadores, (Newland, K. 1982).

En la sociedad de consumo la mujer es la mejor agente de ventas porque mediante ella, la publicidad estimula la sexualidad del hombre para que consuma objetos. Al hombre se le manipula sustituyéndole la realidad por la expectativa, con el objeto de que se enajene más para que produzca más y compre más cantidad de productos. Claro está, ésto no depende del sistema y cultura únicamente, también es labor de la mujer hacer que ya no sea vista o tratada como objeto sino que el trato que se le dé sea como mujer/ser humano.

Por lo que se puede decir que la opresión de la mujer sólo ha podido sostenerse con el reforzamiento continuo de una ideología que es impuesta y reforzada a través de las instituciones, las leyes, la familia, la educación y los medios masivos de comunicación.

La situación con respecto al papel de la mujer en la sociedad así como en los medios de difusión ya no depende sólo de la sociedad sino también de ella misma, dejando de asumir instancias de desvalorización (sumisión, abnegación, inferioridad, debilidad, etc.) y dándose ella misma un lugar y un valor que ya tiene por el simple hecho de ser mujer. Ψ

BIBLIOGRAFIA

- Alfaro, José Luis. (1988). *"Análisis de los mensajes sobre sexualidad en los medios de comunicación impresos en el distrito federal y arrea metropolitana"*. Tesis Lic. Psicología, México, UNAM, Campus Iztacala.
- Baz Y Tellez, Margarita. (1994). *"Metáforas del cuerpo"*. Facultad de Psicología, UNAM, México.
- Bell, Donald. (1987). *"Ser varón. La paradoja de la masculinidad"*. Barcelona: Tusquets.
- Bleichmar, E. (1985). *"El feminismo espontaneo de la histeria"*. Ed. Adotraf, Madrid.
- Bleichman, B. (1989). En: *"Seminario sobre la participación de la mujer en la vida nacional"*. Ed. UNAM, México.
- Burín, M. (1983). *"La educación y las mujeres"*. Centro de Estudios de La Mujer. Buenos Aires.
- Bustos Romero Olga (1988). *"Reflexiones acerca de la imagen de la mujer en los medios masivos de comunicación"*. Facultad de Psicología. UNAM. México.
- Camacho Godínez Thelma. (1985). *"Influencia de los medios masivos de comunicación en la mujer"*. Tesis Lic. Psicología, México, UNAM Campus Iztacala.

- Cazés, Daniel (1994). *"La dimensión social del género: posibilidades de vida para mujeres y hombres en el patriarcado"*. El Género. En CONAPO. Antología de la Sexualidad Humana. Vol. I Ed. Porrúa, México.
- Colectivo, Isis. (1988). *"Lo que vende realmente la publicidad"*. Ed. Independiente, México.
- Colín Chavez Ma. Estela (1981). *"La culturización de la mujer a través de los medios masivos de comunicación"*. Simposio de estudios e investigación sobre la mujer en México, aspectos Socio-Culturales y Jurídicos. México.
- De Barbieri Teresita (1984). *"Mujer y vida cotidiana"*. SEP/80-FCE. México.
- De Barbieri, Teresita (1992). *"Sobre la categoría de género"*. Una Introducción Teórico-Metodológica. Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, México.
- De Dios Puente Delia Selene (1977). *"La mujer para la publicidad y la propaganda"*. El Colegio de México. Primer Simposio Centro Americano de Investigación sobre la mujer. México.
- De Leñero, Elu Ma. C. (1969). *"¿Hacia dónde va la mujer mexicana?"*. Instituto Mexicano de Estudios Sociales, A.C. (IMES). México.
- De Leñero, Elu Ma. C. (1975). *"La mujer de América Latina"*. SEP/SETENTAS, Tomo II. México.
- Dio Bleichmar, Emilce (1991). *"La mujer en el mundo moderno"*. Alianza Editorial, Madrid.

Ehrlich, Marc (1989). *"Los esposos, las esposas y los hijos"*. Ed. Trillas, México.

Erazo y Santacruz (1980). *"El orden transnacional y su modelo femenino"*. Ed. Nueva Imagen, México.

Estrada, Ma. Luisa Y Kerriov, Miriam (1992). *"Participación de la mujer en el desarrollo de la psicología"*. Tesis, Lic. Psicología, México, UNAM Campus Iztacala

Facio, Alda. (1995). *"Cuando el género se convirtió en sexo"*.
<http://www.udg.com.mx/laventana/libro/facio.html>

Fernández, E.M. (1980). *"Sexismo: una ideología"*. En: E. Urrutia. *Imagen y Realidad de la Mujer*. SEP/SETENTAS-Diana. México.

Fernández, Mercedes. (1996). *"Filosofía y debates feministas"*. UCA Nicaragua. En:
<http://www.uca.edu.ni>

Gallegos, Bertha Esther (1995) *"Percepción psicológica de la imagen femenina en la publicidad televisiva"*. Tesis Lic. Psicología. México, UNAM, Campus Iztacala.

Gailo, M.A. (1981). *"Los cómics: un enfoque sociológico"*. Ed. Quinto Sol, México.

García-Calderon, C. (1980). *"Revistas femeninas. La mujer como objeto de consumo"*. Ed. El Caballito. México

Gómez Jara, D (1989). En *"Seminario sobre la participación de la mujer en la vida nacional"* Ed. UNAM, México.

- González, Edmundo. (1981). *"Teoría y práctica de la propaganda"*. Ed. Grijalbo, México.
- Gómez, Silvia. (1998). *"Participación política, género y democracia"*. El Colegio de México. En: <http://www.ianic.utexas.edu>
- Greenfield, Marks. (1985). *"El niño y los medio de comunicación"*. Ediciones Morata, Madrid.
- Hernández, Alfonso. (1998) *"La masculinidad ¿poder o dolor?"*. Centro de Estudios de Género. UNAM. <http://www.udg.mx/laventana/libr2/alfonso.html>
- Hierro, G. (1989). *"De la domesticación a la educación de las mexicanas"*. Ed. Fuego Nuevo. México.
- Lagarde, Marcela. (1990). *"Cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas"*. Coordinación General de Estudios de Posgrado, UNAM. México,
- Lagarde Marcela (1993). *"Identidad de género"*. Managua: Cenzontle.
- Lamas, Martha (1986). *"La antropología feminista y la categoría de género"*. Nva. Antropología, Vol. VIII, No. 30, México.
- Lamas, Martha (1995). *"Usos, dificultades y posibilidades de la categoría de género"*. Revista La Ventana Núm. 1. Universidad de Guadalajara.
- Lara, Ma. Asunción. (1994). *"Masculinidad y feminidad"*. En CONAPO. Antología de la Sexualidad Humana. Vol. 1. Porrúa. México

- León, Sara (1991). *"El papel de la mujer dentro de la familia"*. Tesis Lic. Psicología, UNAM, Campus Iztacala. México.
- Mattelart, M. (1977). *"La cultura de la opresión femenina"*. Ed. Era, México.
- Mc. Quail, D. (1979). *"Sociología de los medios masivos de comunicación"* Ed Paidós, Buenos Aires.
- Medina-Pichardo, J. (1982). *"Indagaciones en torno al empleo de elementos eróticos y/o sexistas en la publicidad dirigida a adultos"*. Trabajo Inédito, México.
- Meza, Guadalupe (1998). *"Masculinidad. Un viaje alrededor del mundo"*. Universidad de Guadalajara <http://www.udg.mx/laventana/libr2/gilmore.html>
- Meza, Guadalupe (1998). *"Notas acerca del género masculino"*. Universidad de Guadalajara. <http://www.udg.mx/laventana/libr3/gpemeza.html>
- Montenegro, Nayla. (1997). *"Masculinidad o lucir bien: unas a favor y otras en contra"*. Editora Panamá América
- Muñoz, C. (1991). *"Psicología de la publicidad"*. citado en Horns R. creadores de la imagen mexicana, Ed. Planeta Mexicana, México.
- Naranjo, Carmen. (1981). *"La mujer y el desarrollo en: la mujer y la cultura"*. Ed. Diana Ensayos recopilados por Carmen Naranjo. México.
- Nash, Mary. (1984). *"Presencia y protagonismo"*. Aspectos de la historia de la mujer. Edic. del Cerbal, Barcelona.

- Newland, Ketheleen. (1982). *"La mujer en el mundo moderno"*. Alianza Editorial, Madrid.
- Oakley, A. (1972). *"La mujer discriminada"*. biología y sociedad. Tribuna Feminista, Ed. El Debate. Madrid.
- Oses, Dario. (1994). *"Presentación del libro diálogos sobre el género masculino en Chile"*. Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Sociales.
<http://rehue.csociales.uchile.cl/osespre.htm>
- Padilla, F. (1992). *"Semiología y psicología de la publicidad televisiva para niños"*. Tesis Lic. Psicología, UNAM, Campus Iztacala. México.
- Palomar, Cristina. (1998). *"La ventana"*
<http://www.udg.mx/notypub/laventana/agosto95/centro.html>
- Ramonet, I. (1983). *"La golosina visual"*. Ed. Gilli, Barcelona
- Randall, Margaret. (1989). *"Las mujeres"*. Ed. Siglo XXI, México.
- Rodríguez, R.I. (1990). *"Historización del rol genérico. La diferencia de pensamiento entre hombre y mujer"*. Tesis Lic. Psicología, UNAM, Campus Iztacala. México.
- Rubin, Gayle. (1986). *"El tráfico de mujeres: notas sobre la economía política del sexo"*. Nueva Antropología, Vol. VIII, No. 30, México.

Sundgren, Berit. (1998) *"La distancia entre la igualdad ideal del género en la sociedad y la vida cotidiana de la gente"*. Presentación, análisis y evaluación del concepto oficial de la igualdad de género en Suecia. Suecia. Grinups University Of Karlstad En: <http://nodo 50. lx.apc.org>

Urrutia, E. (1979). *"Imagen y realidad de la mujer"*. Ed. Diana. México.

Walters, Marianne. *"La red invisible"*. Pautas vinculadas al género en las relaciones familiares. Ed. Paidós. Barcelona.