



UNIVERSIDAD DON VASCO, A.C.

Incorporación No. 8727-25 a la
Universidad Nacional Autónoma de México

Escuela de Psicología

**LOS AUTOCONCEPTOS EN COMÚN DE LAS ESTUDIANTES QUE
SON MADRES, DEL CONALEP, PLANTEL URUAPAN**

Tesis

para obtener el título de
Licenciada en Psicología

Norma Denisse Pérez González

Tania Nayeli Terán Ramos

Asesora: Lic. Leticia Espinosa García

Uruapan, Michoacán. A 6 de marzo de 2015.



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.

ÍNDICE

Introducción.

Antecedentes.	1
Planteamiento del problema.	3
Objetivos.	4
Preguntas de investigación.	5
Justificación.	6
Marco de referencia.	7

Capítulo 1. Autoconcepto.

1.1 Perspectiva histórica del estudio del autoconcepto.	12
1.2 Definiciones de autoconcepto.	14
1.3 Diferencia entre autoconcepto y autoestima.	16
1.4 Características del autoconcepto.	17
1.5 Elementos del autoconcepto.. . . .	21
1.6 Componentes del autoconcepto.	25
1.7 Formación del autoconcepto.. . . .	27
1.8 Proceso de cambio en el autoconcepto.	32
1.9 Autoconcepto y conducta.	34

Capítulo 2. La mujer.

2.1 Identidad del sexo femenino.	37
--	----

2.1.1 Identidad de género femenino.	38
2.1.1.1 Posturas psicológicas sobre la adquisición y desarrollo de la identidad de género.	40
2.1.2 Identidad de rol sexual femenino.	46
2.2 Estereotipos del género femenino.	47
2.3 Roles del género femenino.	51
2.3.1 Rol de madre.. . . .	54
2.4 Autoconcepto de la mujer que es madre.	57

Capítulo 3. Metodología, análisis e interpretación de resultados.

3.1 Descripción metodológica.	60
3.1.1 Enfoque cualitativo.	60
3.1.2 Diseño no experimental.	62
3.1.3 Estudio transversal.	63
3.1.4 Alcance exploratorio.	63
3.1.5 Técnica e instrumento de recolección de datos.	64
3.2 Población y muestra.	67
3.2.1 Población.	67
3.2.2 Muestra.	68
3.2.3 Muestreo no probabilístico.	68
3.3 Descripción del proceso de investigación.	69
3.4 Análisis e interpretación de resultados.	71
3.4.1 Categorización del autoconcepto de las mujeres desde la “Evaluación del autoconcepto: una escala multidimensional”.	72

3.4.2 Categorización del autoconcepto de las mujeres desde la “Guía de entrevista del autoconcepto”.	75
3.4.3 Integración de resultados.	78
Conclusiones.	80
Bibliografía.	84
Mesografía.	86
Anexos.	

INTRODUCCIÓN

Esta investigación se enfocó a identificar los autoconceptos que tienen en común las mujeres estudiantes que son madres, con edades de 15 a 20 años de edad, que son a la vez alumnas del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica de Uruapan, Michoacán, México.

Antecedentes.

El estudio y comprensión del sí mismo, considerado uno de los conceptos centrales de la psicología, ha permitido al ser humano encontrarse con lo que él es, con lo que ha sido y con lo que podría llegar a ser.

En diferentes épocas, hindúes, filósofos, budistas, entre otros, han expresado que el conocimiento del autoconcepto en un individuo, resulta ser el principio del camino para lograr la armonía y la felicidad.

Según Kimble y cols. (citados por Salgado; 2011), el autoconcepto es el resultado de la existencia de diversos aspectos en una persona, tales como su cuerpo, familia, posesiones, estados de ánimo, emociones, conciencia, actitudes, valores, posición, social, entre otros; que se interrelacionan para brindar al sujeto, su propia percepción a través de las experiencias sobre las distintas etapas de su vida.

Dentro de las investigaciones enfocadas al estudio del autoconcepto, se encontró la realizada en la ciudad de México por La Rosa, en la que pretendió “encontrar y describir las características más comunes e importantes en el autoconcepto de los mexicanos” (referido por Díaz-Guerrero y Díaz-Loving; 1996: 293).

Por medio del estudio, La Rosa encontró que hay cinco aspectos de mayor relevancia para los mexicanos cuando piensan en sí mismos, físico, social, emocional, ocupacional o educacional y ético o moral (Díaz-Guerrero y Díaz-Loving; 1996).

García, también realizó una investigación sobre el autoconcepto, la cual pretendió “identificar si existen diferencias entre los estereotipos de género interiorizados y el autoconcepto de los estudiantes de la Universidad Don Vasco A.C., de la ciudad de Uruapan, Michoacán” (2013: 5).

Respecto a ello, “esta investigación dio como resultado que la existencia de diversos estereotipos de género en la sociedad, influyen fuertemente en el autoconcepto de los individuos” (García; 2013: 121).

Otro estudio acerca del autoconcepto, es el que realizaron en México en 1999, Valdez y González, con el objetivo de conocer el autoconcepto con base en el género. Dicho estudio contó con una población de 600 personas de entre 11 y 65

años, y determinó que en general, las mujeres se consideran más románticas, detallistas, cariñosas, sentimentales y criticonas; mientras que los hombres se perciben activos, mentirosos, necios, agresivos, bromistas, inteligentes y desobedientes” (referidos por García; 2013: 3).

Planteamiento del problema

El autoconcepto es un constructo integrado tanto por esquemas personales acerca de quién se es actualmente, como por esquemas basados en quién se podría convertir el sujeto. Es decir, los posibles yos, el yo que se anhela ser y el yo en el que se teme convertirse, un yo no amado, desempleado o fracasado en cualquier ámbito. Estos posibles yos, tienen la función de motivar a los individuos por medio de metas claras encaminadas a la imagen de la vida deseada.

Las jóvenes estudiantes de entre 15 y 20 años se encuentran en el proceso de formación de un esquema general de quiénes son y quiénes quieren ser, sin embargo, cuando en medio de ese proceso aparece la maternidad, dicho proceso puede sufrir modificaciones para reestructurarse. A pesar de ello, aún no hay investigaciones que aclaren dicha reconfiguración.

La falta de conocimiento del autoconcepto en un individuo, indudablemente afectará su desarrollo intelectual y emocional, ya que conocerse constituye el primer paso para entender los motivos y elecciones que lo han traído hasta aquí, y sobre todo, las decisiones que habrá de tomar para llegar a donde anhela.

A pesar de su gran impacto en la vida del ser humano, hasta este momento no existían precedentes que indicaran el estudio del autoconcepto en las mujeres estudiantes que son madres.

Por tanto, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los autoconceptos que tienen en común las jóvenes que son madres, de 15 a 20 años de edad, alumnas del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica de Uruapan, Michoacán, México?

Objetivos.

El presente trabajo mantuvo su carácter científico al guiarse por los siguientes lineamientos, que a la vez, posibilitaron la optimización de los recursos materiales y humanos disponibles.

Objetivo general.

Identificar los autoconceptos que tienen en común las mujeres estudiantes que son madres, de 15 a 20 años de edad, alumnas del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica de Uruapan, Michoacán, México.

Objetivos particulares.

1. Definir el autoconcepto.
2. Conceptualizar los elementos que conforman el autoconcepto.
3. Describir el proceso de cambio del autoconcepto.
4. Mostrar las características del autoconcepto en las madres estudiantes.
5. Conocer el concepto de identidad femenina.
6. Reconocer los roles femeninos.
7. Describir el rol de madre.
8. Nombrar los autoconceptos de las mujeres estudiantes que son madres, de 15 a 20 años de edad, alumnas del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica de Uruapan, Michoacán, México.

Preguntas de investigación

1. ¿Cómo se define el término autoconcepto?
2. ¿Cuáles son los elementos que conforman el autoconcepto?
3. ¿Cuál es el proceso de cambio del autoconcepto?
4. ¿Cuáles son las características del autoconcepto en las madres universitarias?
5. ¿Cómo se define el concepto de identidad femenina?
6. ¿Cuáles son los roles femeninos?
7. ¿Cómo se define el rol de ser madre?

8. ¿Cuáles son los autoconceptos de las jóvenes que son madres, de 15 a 20 años de edad, alumnas del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica de Uruapan, Michoacán, México?

Justificación

La presente investigación precisó dar a conocer los autoconceptos en común presentados en las jóvenes que son madres, de 15 a 20 años de edad, alumnas del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica de Uruapan, Michoacán, México, lo cual resultará útil para que esas mujeres conozcan en primer lugar, un panorama real de su autoconcepto como mujeres que son simultáneamente madres y estudiantes; en segundo sitio, mostrarles el proceso de surgimiento y cambio de su autoconcepto a partir de que se encuentran cumpliendo los roles mencionados.

Con base en lo anterior, las madres estudiantes tendrán entonces la posibilidad de reconocer un panorama más amplio respecto a su situación, podrán analizar mejor sus circunstancias y por ende, tomar mejores decisiones encauzadas a la búsqueda de estabilidad emocional, física, mental y social; ya que, como se ha mencionado en párrafos anteriores, la comprensión de sí mismo, permite al ser humano encontrarse con lo que él es, con lo que ha sido y con lo que podría llegar a ser, lo cual es el principio del camino para lograr la armonía y la felicidad.

Esta investigación se enfoca al estudio del autoconcepto de las madres estudiantes, dado que, como se ha explicado antes, no existen precedentes de

exploración en el autoconcepto de este sector de la población. Por otra parte, se pretende que la presente podrá servir como base en el área, a futuros investigadores interesados en indagar el tema.

Conocer los autoconceptos de las mujeres que son madres sirve como antecedente a los estudios de identidad de género que se realizan desde la sociología, la psicología y la sexología.

Marco de referencia

La presente indagación se llevó a cabo durante los meses de agosto a septiembre del 2015 en el Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP), campus Uruapan, el cual actualmente se encuentra ubicado en el Km. 7 de la carretera a Pátzcuaro, C.P. 60110, en Uruapan, Michoacán, México.

El CONALEP, campus Uruapan, fundado en 1981, actualmente cuenta con al menos 1060 alumnos que se encuentran cursando el bachillerato y, simultáneamente, una de las cuatro carreras técnicas que la institución ofrece: electromecánica, automotriz, contabilidad y enfermería.

El Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica, campus Uruapan pertenece a un organismo nacional público, creado en 1978, cuyo objetivo es la formación de profesionales técnicos egresados de secundaria. En 1993 se reformó, abriendo así las expectativas acerca de la capacitación laboral. Durante 1994, de acuerdo con las necesidades del país, nuevamente reformó su sistema educativo,

adoptando el esquema de Educación Basada en Normas de Competencia (EBNC). Después, durante 1998, emprendió un proyecto para la acreditación de planteles como Centros de Evaluación de Competencias para evaluar la adquisición de competencias a lo largo de la vida, bajo el nombre de Normas Técnicas de Competencia Laboral (NTCL).

En 2003, ocurrió una reforma educativa más, con la cual se innova y consolida la metodología de la Educación y Capacitación Basada en Competencias Conceptualizadas (ECBCC). En el 2011 se realizó la incorporación de la formación de profesionales técnicos bachilleres. Actualmente es una institución federalizada, constituida por una unidad central que norma y coordina al sistema; 30 colegios estatales; una unidad de operación en el Distrito Federal y la representación en el estado de Oaxaca. Esta estructura hace posible la operación de los servicios en 307 planteles, los cuales se encuentran en las principales ciudades y zonas industriales del país y ocho centros de asistencia y servicios tecnológicos.

El CONALEP es reconocido como centro de capacitación, evaluación y certificación de competencias laborales y servicios tecnológicos, que contribuye a elevar la productividad y competitividad del país.

El Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica, tiene como misión, formar mediante un modelo basado en competencias, a profesionales técnicos y profesionales técnicos bachilleres, capacita y evalúa con fines de certificación de

competencias laborales y servicios tecnológicos para atender las necesidades del sector productivo del país.

La institución es líder en la formación de profesionales técnicos y profesionales técnicos bachilleres en México, que cursan programas reconocidos por su calidad y basados en el modelo mexicano de formación dual; egresan con competencias laborales y valores sociales que les permiten ser competitivos en el mercado laboral y continuar estudios superiores.

Los valores que se consideran fundamentales en dicho plantel son:

- “Respeto a la persona: consideramos a cada una de las personas como individuos dignos de atención, con intereses más allá de lo estrictamente profesional o laboral.
- Compromiso con la sociedad: reconocemos a la sociedad como la beneficiaria de nuestro trabajo, considerando la importancia de su participación en la determinación de nuestro rumbo. Para ello debemos atender las necesidades específicas de cada región, aprovechando las ventajas y compensando las desventajas en cada una de ellas.
- Responsabilidad: cada uno de nosotros debe responsabilizarse del resultado de su trabajo y tomar sus propias decisiones dentro del ámbito de su competencia.

- Comunicación: fomentamos la fluidez de comunicación institucional, lo que implica claridad en la transmisión de ideas y de información, así como una actitud responsable por parte del receptor.
- Cooperación: el todo es más que la suma de sus partes, por lo que impulsamos el trabajo en equipo, respetando las diferencias, complementando esfuerzos y construyendo aportaciones de los demás.
- Mentalidad positiva: tenemos la disposición para enfrentar retos con una visión de éxito, considerando que siempre habrá una solución para cada problema y evitando la inmovilidad ante la magnitud de la tarea a emprender.
- Calidad: hacemos las cosas bien desde la primera vez, teniendo en mente a la persona o área que hará uso de nuestros productos o servicios, considerando lo que necesita y cuándo lo necesita” (www.conalep.edu.mx).

La población de la presente investigación estuvo formada por las mujeres estudiantes del CONALEP que conforman ambos turnos. Se determinó una muestra no probabilística compuesta por 23 alumnas. Las características requeridas fueron: ser madre, estudiante y tener una edad de entre 15 y 20 años.

CAPÍTULO 1

AUTOCONCEPTO

La imagen que cada persona tiene de sí misma, tanto física como psíquica, representa un factor clave en el desarrollo del individuo. Esa imagen ha sido denominada por la psicología con el término autoconcepto.

En diversas épocas, hindúes, filósofos, budistas, entre otros grupos, han hecho alusión al hecho de que solamente por medio del autoconocimiento se logra la armonía y la felicidad. Asimismo, autores como Rogers y Sullivan, consideran al sí mismo, el concepto central de la psicología (Epstein, citado por Díaz-Guerrero y Díaz-Loving; 1996).

“El autoconcepto es la respuesta a las preguntas ¿Quién soy? ¿Cómo soy? ¿Cómo llegué a serlo? Y ¿En qué tipo de persona me convierte ser eso que soy? Dando respuesta a tales preguntas, el individuo conocerá la descripción de todas aquellas características y facetas que considera propias y que por lo tanto, lo identifican como persona” (Díaz-Guerrero y Díaz-Loving; 1996: 291).

Encontrar el propio concepto de sí mismo es una tarea ardua. A simple vista, parecería sencillo, algo fácil de entender y que no involucra mayor profundidad, pero realmente el ser humano no entiende el verdadero significado del autoconcepto, pues no es solamente un simple concepto que define lo que la persona es, sino una

palabra cuyo peso abarca por completo su presente, pasado y futuro, así como una extensa serie de procesos internos y externos.

El presente capítulo tiene como propósito encontrar la definición exacta del autoconcepto y todo lo que este implica, es decir, lo que debe examinar el ser humano para encontrar más allá de un concepto, un verdadero significado a la palabra autoconcepto.

1.1 Perspectiva histórica del estudio del autoconcepto

Históricamente, el hombre siempre se ha cuestionado quién es él, cómo ha llegado a serlo y en qué puede llegar a convertirse. No ha sido simple curiosidad lo que lo ha llevado a la incansable búsqueda de la respuesta, ya que considera que encontrarla, es pieza clave para la realización personal (Flores; 2011).

Ramírez y Herrera (citados por Salgado; 2011), refieren que en la Grecia antigua, filósofos como Platón y Aristóteles, bajo el título de Hilemorfismo, o dicotomía de cuerpo y alma, se dedicaron al estudio del conocimiento del hombre.

Oñate (citado por Salgado; 2011), señala que el estudio del autoconcepto como tal, pero entendido como alma, inicia con Platón; posteriormente, es Aristóteles quien estudia y describe la naturaleza del Yo; tiempo después, Descartes, por medio del estudio de él mismo, plantea las bases para hablar del sí mismo con su célebre frase “Pienso, luego existo”.

Flores (2011), señala que hasta finales del siglo XIX, el estudio del autoconcepto era materia únicamente filosófica, por lo que el Yo era visto como espíritu o alma. Sin embargo, en 1890, William James describe dos formas del Yo; uno es el llamado Yo mismo, el cual se construye por medio de cuestiones subjetivas que construyen y buscan conocer al sí mismo; el otro es el Mí mismo, también llamado *Self* o autoconcepto, que hace referencia a lo que se puede conocer de manera objetiva acerca del Yo. James definió entonces al autoconcepto como el conjunto de todo aquello que un individuo puede llamar suyo.

Una vez que el estudio del Yo se separa de la parte filosófica, comienza a definirse como autoconcepto, el cual se manifiesta en contextos sociales, y se construye solamente a través de la interacción con las otras personas y no solamente de manera interna (Valdez, citado por Salgado; 2011).

Mead (citado por García; 2013), otra de las personas pioneras en el estudio del autoconcepto, es quien comienza a señalar que la formación de dicho autoconcepto, se encuentra relacionado con las experiencias sociales de cada individuo.

Posteriormente, Markus adhirió al autoconcepto, el concepto de autoesquemas, un elemento utilizado para explicar dicho autoconcepto, refiriéndose a este como “un conjunto de autoesquemas que organizan las experiencias de los individuos para poder reconocer e interpretar los estímulos relevantes del ambiente social” (citado por García; 2013: 39).

Actualmente, el también llamado sí mismo, es considerado uno de los conceptos centrales de la psicología, ya que por medio de este, el ser humano puede encontrarse con lo que él es, con lo que ha sido y con lo que podría llegar a ser (Díaz-Guerrero y Díaz-Loving; 1996).

Harre y Lamb (citados por Salgado; 2011), sostienen que al hablar de autoconcepto, es importante señalar que a lo largo de su estudio, ha sido nombrado de diferentes maneras según cada autor. Aunque en general, todos ellos lo refieran como algo similar, los diferentes nombres propuestos podrían causar confusión, pues podrían parecer conceptos aislados. Algunos de esos diversos nombres son: auto percepción, autoconocimiento, auto identidad, conciencia de sí mismo, el Yo conocido, representación de sí y autoimagen.

1.2 Definiciones de autoconcepto

En este apartado se pretende dar a conocer aquellas definiciones que puedan mostrar las distintas formas en que el autoconcepto es concebido por los principales representantes de su estudio, con la intención de presentar al lector un panorama lo más amplio posible sobre el tema.

Según Myers (2006), el autoconcepto es una integración de esquemas personales acerca de quién es una persona actualmente, y con base en ello, en quién podría convertirse, es decir, sus posibles yos, el que anhela ser y en el que teme convertirse, un yo no amado, desempleado o fracasado en cualquier ámbito.

Estos posibles yos, tienen la función de motivar al ser humano por medio de metas claras, encaminadas a la imagen de la vida deseada.

El mismo Myers (2006) define la palabra autoconcepto como la respuesta de cada persona, ante la pregunta: ¿Quién soy? Dicha contestación no es sencilla, pues involucra presente, pasado y futuro en la vida de un ser humano, por lo que responderla, implica buscar también las respuestas a las preguntas: ¿Quién fui? ¿En quién voy a convertirme? Y lo más importante, ¿en qué argumentos baso esas respuestas? Una vez reunidas tales respuestas, comenzará el camino para encontrar la mencionada pregunta principal: ¿Quién soy?

Para Oñate (citado por Salgado; 2011), el autoconcepto es una característica del ser humano que, por medio de reflexiones surgidas de su conciencia del ser y estar, desemboca en la formulación de juicios que le permiten conocerse, reconocerse y definirse.

Fisher (citado por Salgado; 2011), define al concepto de sí mismo, como un conjunto de características individuales y por tanto, únicas, que le permiten mostrar a los otros quién es él.

Según Kimble y cols. (mencionados por Salgado; 2011), el autoconcepto es el resultado de la existencia de diversos aspectos en una persona, tales como su cuerpo, familia, posesiones, estados de ánimo, emociones, conciencia, actitudes,

valores posición social, entre otros, que se interrelacionan para brindarle así, su propia percepción a través de las experiencias sobre las distintas etapas de su vida.

Valdez y González (referidos por García; 2013) muestran al autoconcepto como una estructura mental que abarca el plano psicosocial compuesto por lo físico, lo conductual y lo afectivo, que se construye por medio de las experiencias, además por factores tales como edad, sexo y cultura.

Finalmente, con fundamento en las definiciones presentadas acerca del autoconcepto, puede decirse que el sí mismo, es aquello que reúne todas las características bajo las que una persona puede autodescribirse, esto será el resultado de un amplio proceso comenzado desde el nacimiento, que involucra la obtención de experiencias a través de la interacción con los otros y la codificación de dichas experiencias. Dicho proceso será plasmado a lo largo de los siguientes apartados.

1.3 Diferencia entre autoconcepto y autoestima

Al hablar de autoconcepto, son varios los autores que señalan que si bien existe cierta relación entre autoconcepto y autoestima, son temas diametralmente opuestos, y la diferencia debe ser establecida para evitar confusiones entre uno y otro tema.

Díaz-Guerrero y Díaz-Loving, en su definición global de autoconcepto, realizan también una clara diferenciación entre este y la autoestima, pues indican: "El autoconcepto es la respuesta a las preguntas ¿Quién soy? ¿Cómo soy? Y ¿Cómo llegue a serlo? (1996: 291). Sin embargo, aunada a estas preguntas, se plantea una más, que dice: ¿Qué tipo de persona me considero a partir de todo eso que soy? La cual, aunque va de la mano a las anteriores, se diferencia de ellas, ya que da respuesta a una evaluación que la persona realiza de sí misma, es decir, hace referencia a la autoestima.

El autoconcepto es una autopercepción que el individuo tiene, mientras que su autoestima es la evaluación que una persona realiza de sí misma a partir de saber quién es, es decir, a partir de su autoconcepto. Es por eso que ambas nociones están unidas, y por esa misma razón podrían llegar a confundirse.

1.4 Características del autoconcepto

El autoconcepto, como constructo particular en un individuo, debe cumplir con ciertas características. Aunque no se encuentren definidas como tales en un estudio específico, algunos autores las han mostrado por medio de sus investigaciones, las cuales se exponen en este apartado.

El autoconcepto está conformado por todas aquellas facetas y características que un individuo considera como propias, a través de los roles y circunstancias en

que se encuentra, en resumen, es la conjunción de todas aquellas particularidades con las que una persona se define a sí misma (Díaz-Guerrero y Díaz-Loving; 1996).

Fierro (1997), señala que el autoconcepto tiene tres características específicas, las cuales se enlistan y explican a continuación:

- Está integrado por esquemas: esto quiere decir que el autoconcepto se compone por representaciones que surgen de las experiencias sociales, estos ayudan a la organización y procesamiento de la información que se dirige a uno mismo, se constituyen por la apariencia física, la propia conducta, las relaciones con otros, la personalidad, los valores, las metas personales y las reglas para controlar la conducta.

Los autoesquemas son estructuras de conocimientos que cada individuo posee sobre él mismo, basadas en experiencias pasadas, gracias a los cuales es más fácil entender, explicar y prever las propias acciones (Rodrigues; 2004).

- Se considera el centro de referencia hacia uno mismo, es decir, “funciona como una plantilla mediante el cual un procesador reconoce e identifica un estímulo y lo compara con el autoprototipo para saber si encaja o no en su estructura” (García; 2013: 43). La plantilla será la creencia que el sujeto tiene de sí mismo.

- Es un constructo que el individuo elabora de sí mismo: a partir tanto de la autoobservación como de procesos mentales internos.

Otras características son las presentadas por Craig (referido por García; 2013):

- Requiere la conciencia de sí mismo, la cual surge en la niñez temprana y es indispensable para que pueda surgir el autoconcepto, pues el individuo deberá primero aprender a diferenciar entre él y los demás.
- Requiere de la interacción con la sociedad en la que vive, la cual le mostrará las conductas y normas que deberá interiorizar.
- Es integrador, filtro y mediador de la conducta, ya que a partir de la interacción, es el propio sujeto quien decidirá que atributos sociales conservará.

Rodrigues (2004), menciona otra importante característica del autoconcepto:

- Se ve determinado por los roles sociales y al mismo tiempo, influye en el desenvolvimiento social, ya que el individuo actúa de acuerdo con la manera en que se percibe y a las personas con las que se relacione en cada uno de sus roles. Esta característica muestra entonces la existencia de no solamente un autoconcepto, sino varios; en una mujer, por ejemplo, podrían existir un autoconcepto como madre, otro como amiga y otro más como esposa.

Por su parte, Myers (2005), también plantea dos características:

- El autoconcepto cambia a través de las experiencias: excluyendo por supuesto, el autoconcepto de género, las experiencias a lo largo de la vida vuelven al autoconcepto un constructo en constante evolución.
- Está compuesto de posibles yos: los cuales funcionan como referencias, debido a que permiten conocer tanto lo que al sujeto le gustaría ser, como lo que no le gustaría; por lo tanto, marcan conductas y estilos de vida encaminados al ideal del sí mismo.

De acuerdo con Gorostegui y Dörr (citados por García; 2013), una característica más del autoconcepto es la siguiente:

- Contiene actitudes valorativas: lo cual hace posible al sujeto realizar un análisis de sí mismo y de su ambiente, con esto podrá entonces tomar postura frente a sí y su entorno.

La última característica es la siguiente, propuesta por Papalia y cols. (citados por García; 2013):

- Permite al sujeto describirse a sí mismo: por medio del conocimiento que una persona tiene de sí misma, podrá entonces describirse y presentarse ante su contexto.

Las anteriores características, en conjunto, dan forma a la estructura que sostiene al autoconcepto.

1.5 Elementos del autoconcepto

En este apartado se pretende mostrar al lector la forma en la que algunos de los principales autores dedicados al estudio del autoconcepto, han estructurado los elementos que conforman dicha noción.

El autoconcepto, de acuerdo con Goñi (citado por García; 2013) es considerado como una estructura compuesta por varios elementos específicos que le dan forma, sentido y, en general, permiten construir el verdadero significado del sí mismo. Tales componentes se desprenden de dos dimensiones: la académica y la no académica. Dentro de la primera, se encuentran los elementos lógico matemáticos y verbales; que se refieren a la percepción que el individuo tiene de sí mismo como alumno, es decir, las capacidades y competencias con las que cuenta en dicho ámbito.

Como parte de la dimensión no académica, se encuentran los elementos siguientes:

- Físico: referido a la percepción e interpretación de la imagen corporal en cuanto a habilidades físicas y percepción de la apariencia corporal, dentro de los cuales existen competencia, forma, salud, control de peso, coordinación, fuerza, flexibilidad, resistencia y atractivo físico (Goñi, citado por García; 2013).
- Social: abarca la competencia social, que se refiere a las habilidades sociales que el individuo posee y como las utiliza; la aceptación social, es decir, el tamaño del círculo social que el sujeto conforma; y la responsabilidad social, lo cual hace referencia a la preocupación de los acontecimientos sociales y la empatía y asertividad que el individuo manifiesta (Goñi, mencionado por García; 2013).
- Emocional o psicológica: este elemento se refiere a la percepción que el individuo tiene de su propio estado emocional, implica el conocimiento e interpretación de sus emociones y el tipo de reacciones que tiene ante determinadas situaciones (Goñi, retomado por García; 2013).

Colas y Villaciervos (citados por García; 2013), presentan cuatro elementos bajo los cuales se construye el autoconcepto, los cuales se enlistan a continuación:

- Aspecto físico: características corporales de acuerdo con el género.
- Capacidades intelectuales.

- Dimensión emocional.
- Relaciones sociales.

Díaz-Guerrero y Díaz-Loving (1996) señalan que el autoconcepto está conformado por todas aquellas facetas y características que un individuo considera como propias, a través de los roles y circunstancias en que se encuentra; en resumen, es la conjunción de todas aquellas particularidades con las que una persona se define a sí misma.

Según Díaz-Guerrero y Díaz-Loving (1996), una serie de investigaciones acerca del autoconcepto, reveló las características más comunes e importantes que las personas consideran para definirse a sí mismos, es decir, aquellos elementos que conforman el autoconcepto de un individuo, los cuales se dividieron en cinco dimensiones, que se enlistan y definen a continuación:

- Física: lo cual se refiere a aquellos aspectos corporales tales como complexión, fuerza atractiva, estado de salud o estatura, entre otros.
- Social: hace referencia a la percepción de la propia forma de interactuar con los demás.
- Emocional: engloba aquellos sentimientos y emociones que el individuo experimenta.
- Ocupacional o educacional: la cual describe el funcionamiento de la persona en la escuela, trabajo o cualquier otra ocupación.

- Ética/moral: está referida a la congruencia con los valores personales y culturales.

Por su parte, Fierro (1997), indica que los autoconceptos son esquemas o representaciones de grupos pertenecientes a categorías específicas, derivadas de experiencias pasadas, especialmente de tipo social. Tales esquemas organizan el procesamiento de información en la experiencia actual, y su contenido involucra:

- Apariencia.
- Conducta.
- Relaciones interpersonales.
- Personalidad.
- Valores.
- Metas.
- Reglas.
- Control de conducta propio.

Después de la aplicación de diversas pruebas, De la Rosa y Díaz Loving(2013) determinaron que el autoconcepto está basado en cuatro dimensiones fundamentales:

- Social.
- Emocional.

- Ética.
- Ocupacional.

Con base en ellas crearon la “Evaluación del autoconcepto: una escala multidimensional”. Instrumento en el cual se encuentra sustentada la presente investigación (De la Rosa y Díaz Loving; 2013).

1.6 Componentes del autoconcepto

Según Franco (citado por Salgado; 2011), el autoconcepto es un conjunto organizado de actitudes que una persona tiene para sí misma, y al igual que las actitudes, se compone de tres dimensiones, las cuales le dan estructura. Dichas dimensiones se mencionan a continuación:

- Componente cognoscitivo o autoimagen: formado por las percepciones y creencias sobre sí mismo. Esto alude al proceso de pensamiento, con un énfasis en la racionalidad y en la lógica.
- Componente afectivo, o autoestima: referido a las evaluaciones que el sujeto realiza sobre su persona. Por ello, el componente más característico de las actitudes es el emocional o sentimental.
- Componente conductual o motivación: es el elemento activo de la actitud, ya que mantiene la tendencia a reaccionar de una determinada manera. Sobre

este componente y la propensión, la correspondencia es muy directa, pues las actitudes son factores predisponentes de la conducta.

Franco (citado por Salgado; 2011), menciona que además de las tres dimensiones expuestas antes, el autoconcepto se compone por un sistema organizado como contexto, el cual se encarga de ir integrando nueva información y diferenciar los distintos aprendizajes. Tal sistema, cumple con las características expuestas a continuación:

- Relativamente estable: cuenta con una tendencia a mantener a lo largo del tiempo, el concepto que se tenga de sí mismo, aceptando así lo que con él concuerda y rechazando aquello que le suponga discrepancias.
- Dinámico: es un proceso que está en constante cambio de acuerdo con la adquisición de nuevas experiencias, aunque al mismo tiempo está dirigido por un eje de estabilidad.
- Multifacético y jerárquico: existe un concepto general de sí mismo, pero también conceptos específicos de cada rol que el sujeto desempeñe, sea de tipo social, académico o familiar. Dichos conceptos se organizan en torno a uno general, el cual ocupa la posición superior en la jerarquía.

Los componentes del autoconcepto, son los factores que dan estructura y significado a la palabra, cumpliendo así su función, al englobar la definición individual de una persona.

1.7 Formación del autoconcepto

El autoconcepto es una característica del ser humano que, por medio de reflexiones surgidas de su conciencia del ser y estar, desemboca en la formulación de juicios que le permiten conocerse, reconocerse y definirse. Esto quiere decir, que como cualidad del ser humano, una persona se conoce a sí misma a partir del proceso de interiorizar su propio juicio del entorno y de su interior (Oñate, citado por Salgado; 2011).

Díaz-Guerrero y Díaz-Loving (1996), indican que quienes se han dedicado al estudio del Yo, coinciden en que el autoconcepto no existe al nacer, por lo cual, el ser humano lo va desarrollando a la par del resto de sus procesos evolutivos, esto ocurre con ayuda de la interacción con el medio y el tipo de reforzamiento que de él reciba, pero principalmente con la interacción con sus padres, la cual será crucial en la determinación del autoconcepto en el infante, dada la dependencia de este hacia ellos para poder cubrir sus necesidades de afecto y atención. Es así como el niño en un principio, obtendrá las bases para llegar a definir quién es él.

De acuerdo con Oñate (citado por Flores; 2011), el desarrollo del autoconcepto surgirá en el niño, a partir de las relaciones con los demás, ya que estas le reflejarán características, expectativas y evaluaciones sobre él.

Para Mead (citado por Flores; 2011), en la formación del autoconcepto intervienen aspectos tanto culturales como sociales, pues el ser humano interpreta

su interacción con los demás, es decir, evalúa la percepción que los otros tienen de él, lo cual hará que se comporte de tal o cual manera, dependiendo del contexto en el que se encuentre.

Saura (citado por Salgado; 2011), señala que el concepto que el hombre elaborará de sí mismo, será el resultado de la interpretación que este realice de su propia realidad objetiva, con base en una valoración interna de los objetos, personas y situaciones que forman parte de su ambiente.

La actitud y conducta que cada ser humano adopta, están directamente relacionadas con el significado que él otorga a su realidad, la cual es relativa a las propias experiencias, determinadas a partir de la interacción social (Saura, citado por Salgado; 2011).

De acuerdo con Myers (2006), la experiencia social juega un importante papel en la determinación del autoconcepto, por medio de los papeles que cada ser humano adopta, la comparación con los demás, los propios éxitos y fracasos, los juicios que otros realizan sobre él o la cultura en la que se desenvuelve.

Fierro (1997), señala que los autoconceptos son registros de memoria semántica, la cual es la encargada de guardar los significados de las palabras, acciones y operaciones. Su formación se da de la misma manera en la que se forman los conceptos generales o particulares, relativos a las demás personas, pues también cumplen con las tres facetas que dichos conceptos generales desempeñan, es decir, esquemas, prototipos y constructos.

Myers (2005) propone que la formación del autoconcepto comienza desde el interior y continúa moldeándose a partir de las experiencias, y que en dicha organización, existe influencia tanto de factores genéticos como sociales, tales como los papeles que adoptan, la identificación social, la comparación con los otros, los éxitos y fracasos, los juicios por parte de los demás hacia su persona, y la sociedad y la cultura en la cual se desenvuelve.

Salazar y cols. (2006) plantean que el proceso de formación del autoconcepto se logra a través de ciertas experiencias e interacciones sociales resumidas en tres bases, las cuales se explican a continuación:

- La primera se refiere a la socialización temprana. A través de esta, el niño percibe, conoce, adquiere y practica aquellos roles pertenecientes a su grupo social.
- La segunda base es el desarrollo del lenguaje, por medio de este, el niño comienza a expresar pertenencia, lo cual refuerza al autoconcepto.
- La tercera base ocurre cuando el niño comienza a comprender el lugar que ocupa en el mundo y el que ocupan los demás.

Los anteriores, fueron los procesos surgidos con base en la experiencia, necesarios en el individuo para la formación del autoconcepto; sin embargo, además de ellos, debe existir también en el individuo la capacidad de realizar procesos

cognitivos, ya que las experiencias deberán ser codificadas para que el proceso pueda llevarse a cabo, dicho de otro modo, las experiencias y la capacidad cognitiva se involucran de manera combinada en la construcción del autoconcepto (Saura, citado por García; 2013).

Para L'ecuyer (citado por García; 2013), el autoconcepto pasa por seis etapas de evolución:

- Emergencia del sí mismo: abarca de los 0 a los 2 años. Durante esta etapa, el niño logra la diferenciación entre el yo y los otros, la experiencia sensorial cobra vital importancia. El niño centra toda su atención en conocer su cuerpo y sus límites.
- Confirmación del sí mismo: de los 2 a los 5 años. La confirmación es conseguida a través de la interacción con los adultos y principalmente, con otros niños. Por medio del juego conoce sus capacidades y las de los demás. En esta etapa surgen el lenguaje que logra la interacción, la oposición que reafirma y fortalece su yo, y el reconocimiento de sus posesiones equivalente al reconocimiento del sí mismo.
- Expansión del sí mismo: entre los 5 y 12 años. Comienza el desarrollo de la autonomía, ya que el niño deja el seno familiar para entrar al mundo exterior, de esta manera, los nuevos grupos de los que formará parte repercutirán en su autoconcepto, permitiéndole por primera vez poner en práctica sus habilidades matemáticas, verbales y principalmente, de socialización.

- Diferenciación del sí mismo: ocurre entre los 10 y 20 años. Las percepciones e imágenes propias ahora son más complejas, el aspecto social se vuelve más relevante, incluso central, ya que percepciones como el rol, estatus, apariencia física y valores, se convierten en los temas prioritarios, pues resultan trascendentales en la conformación del autoconcepto. Es en esta etapa, donde todo lo aprendido hasta ahora se pone en duda y el individuo puede decidir entonces con cuál información quedarse; en este momento, la creación de la identidad conducirá al establecimiento del autoconcepto en la adolescencia.
- Madurez del sí mismo: entre los 20 y 60 años. Durante aproximadamente los 5 primeros años, es decir, la juventud, hay un mayor conocimiento de sí mismo y se establecen objetivos más reales, mientras se es influenciado por las expectativas sociales. Durante los 40 a los 45 años surge mayor interés social, esto significa que se ha de sumar al autoconcepto, aquello que se pueda hacer en beneficio de los demás.
- El sí mismo en edades avanzadas: a partir de los 60 años, poco se sabe acerca del proceder del autoconcepto en esta etapa, debido a que es un campo poco estudiado aún, si bien se produce una redefinición del autoconcepto.

Como se ha visto ya, la formación del autoconcepto involucra una serie de aspectos emocionales, sociales y culturales, que en conjunto, construirán lo que una

persona piensa de sí misma, en función a lo cual, se comportará ante cada determinado grupo de personas, es decir, en función de lo que de ella se espera.

El autoconcepto es una mezcla de diversos factores que interactúan entre sí para dar como resultado el conocimiento de quién es la persona. Dichos factores incluyen aspectos genéticos como el temperamento, el resto será consecuencia de la interacción social, a partir de la cual aprenderá a comunicarse, a entender cómo funciona el entorno y cómo funciona el sujeto mismo con base en ello; esto dará como resultado, saber quién fue él, quién es ahora y en quién podría convertirse. Es decir, podrá entonces autodescribirse, sin embargo, es necesario mencionar, que tal como se abordó en este apartado, el autoconcepto a partir de los roles nunca termina de formarse, al contrario, resulta un proceso en constante evolución.

1.8 Proceso de cambio en el autoconcepto

Como se ha visto en apartados anteriores, el autoconcepto surge desde la infancia, cuando los padres del niño comienzan a enseñar a este cuáles son sus roles basados en el género, es decir, los padres son los encargados de mostrar al niño cómo debe comportarse de acuerdo con lo que socialmente se espera de él.

Sin embargo, cuando el individuo comienza la interacción fuera del seno familiar, ocupará entonces a lo largo de su vida, distintos roles, con base en los cuales ampliará su autoconcepto, o dicho de otro modo, adquirirá autoconceptos nuevos.

Una persona suele tener un autoconcepto distinto a partir de cada rol que desempeñe. Dentro de cada papel, cada nueva experiencia irá provocando la evolución de su autoconcepto, esto quiere decir, dicha característica, más allá de sus aspectos particulares, es decir, su identificación con el género, permanecerá en constante evolución.

Myers (2005) indica que excluyendo por supuesto el autoconcepto de género, las experiencias a lo largo de la vida vuelven al autoconcepto un constructo en constante evolución.

Respecto al surgimiento de autoconceptos a medida de la adopción de roles, podría decirse por ejemplo, que una mujer podría, además de tener un autoconcepto como tal, tener otro autoconcepto como madre, otro como estudiante y tal vez, uno más como esposa. Una vez que estos autoconceptos han surgido, estarán sujetos a constantes cambios, los cuales surgen a medida de la adquisición de nuevas experiencias en las personas (Myers;2005).

Los propios significados que una persona elabora sobre las circunstancias, la sociedad, el ambiente y, principalmente de ella misma, no son permanentes, ya que con el paso del tiempo, las nuevas experiencias los van reestructurando de manera cotidiana como parte de la adaptación. Según Fernández (citado por Salgado; 2011), el proceso de formación del autoconcepto inicia en los primeros años de vida, consolidándose paulatinamente en años posteriores por medio de la interacción social, tanto en sentido positivo, como negativo, volviéndose cada vez más fuerte, y

así cada vez más difícil de cambiar. Sin embargo, nuevas experiencias podrían llegar a modificar las percepciones subjetivas de una persona acerca de la realidad, lo cual quiere decir, que ciertas experiencias pueden llegar a cambiar las creencias que un individuo tiene sobre sí mismo.

1.9 Autoconcepto y conducta

Invariablemente, la interacción que un individuo tiene con el medio, será resultado de su autoconcepto, ya que a partir de este, conoce sus habilidades y deficiencias, con las cuales entenderá el tipo de relación que desea y puede llevar con su entorno. Al mismo tiempo, el entorno influirá en la formación del autoconcepto de la persona, ya que este le reforzará al sujeto cómo es percibido por los demás, creándole una idea clara y estable, pero también modificable de quién es él. Es así que entre el medio y el mundo interno de cada sujeto, existe una dualidad inseparable en la formación de su autoconcepto y a su vez, de la conducta y tipo de actitudes con las que se enfrenta al entorno.

Craig (citado por Salgado; 2011), menciona que el autoconcepto está siempre interactuando con la personalidad y con la conducta social, así, el individuo va creando una imagen cada vez más estable y realista de sí mismo, en la cual conoce más de cerca sus puntos fuertes y también sus debilidades, lo que en suma conlleva a la organización de su comportamiento.

Myers (2005) señala que el autoconcepto está compuesto de posibles yos: los cuales funcionan como referencias, debido a que permiten conocer tanto lo que al sujeto le gustaría ser, como lo que no le gustaría; por lo tanto, marcan conductas y estilos de vida encaminados al ideal del sí mismo. Rodrigues (2004), menciona que el autoconcepto influye en el desenvolvimiento social, ya que el individuo actúa de acuerdo con el modo en que se percibe y las personas con las que se relaciona en cada uno de sus roles.

Burns (citado por Salgado; 2011), explica que el autoconcepto es una especie de esquema cognitivo afectivo, el cual influye directamente sobre la conducta del hombre y la definición de sus actitudes. Es decir, el autoconcepto conlleva una predisposición conductual, ya que algunas regularidades en los pensamientos, sentimientos y predisposiciones de cada persona, la harán actuar en relación a determinados aspectos ambientales.

Saura (1996) indica que el autocontrol en la conducta y las relaciones sociales va siempre de la mano con el autoconcepto, ya que es por medio de la interacción con el medio que se logra el establecimiento del *Self*, lo que significa la capacidad del ser humano de analizar y dirigir su conducta reflexivamente, con base en la información que recibe de su entorno. Es decir, el individuo toma la información que el exterior le brinda acerca de su personalidad, la analiza, y entonces decide hacerla o no parte de él. Es así como se transforma el control social en autocontrol.

De acuerdo con Myers (2006), la experiencia social, juega un importante papel en la determinación del autoconcepto, por medio de los papeles que adopta el sujeto, la comparación con los demás, los propios éxitos y fracasos, los juicios que otros realizan sobre él y la cultura en la que se desenvuelve.

Se concluye que en el ser humano, el autoconcepto y la conducta son dos elementos inseparables: siempre que se hable de autoconcepto, estará involucrado el refuerzo que brinda el medio para su creación, que solamente puede lograrse por medio de la interacción. Por otro lado, la relación que el individuo ejerza con su entorno, esta siempre estará marcada por el autoconcepto que se haya construido.

CAPÍTULO 2

LA MUJER

El presente capítulo lleva por objetivo central mostrar los procesos de formación intelectual y emocional por los que atraviesa el género femenino para llegar a la construcción de su autoconcepto como mujer y posteriormente, como madre. Para ello, es necesario explicar las primeras etapas de tal proceso en forma general en los individuos, enfocados por supuesto en la parte femenina, para mostrar la línea divisoria de la cual surge en las mujeres el ya mencionado autoconcepto.

2.1 Identidad del sexo femenino

La primera de las etapas que en un ser humano desencadenará la identificación del autoconcepto es la identidad de sexo, la cual es el resultado de la evaluación que un individuo hace de la forma de su propio cuerpo, incluidos los genitales, para identificarse así como hombre o como mujer. Sin embargo, la asignación de sexo surge al momento del nacimiento del individuo o incluso antes, a partir de la exanimación de sus genitales externos que los padres realizan. Con base en esto, desde ese momento el recién nacido, por medio de la interacción con su entorno, entrará a un determinado contexto social construido específicamente para el sexo genital al que pertenece. (Jayme y Sau;2004).

Según Cazés(citado por García; 2013), el sexo conlleva tres dimensiones:

- Gonádica: compuesta por las estructuras genitales tanto internas como externas, lo que en el caso de la mujer equivale a ovarios y vulva.
- Genética: correspondiente a los cromosomas que conforman a un individuo, XX en una mujer.
- Hormonal: el tipo de hormonas producidas de acuerdo con el sexo, una mujer se caracteriza por la producción de estrógenos.

Para Bem (citado por Jayme y Sau; 2004), la identidad de sexo se basa en tres componentes: preferencia sexual, identidad de género e identidad de rol sexual. Los dos últimos serán desarrollados a detalle a continuación.

2.1.1 Identidad de género femenino

Para hablar de la identidad de género, es necesario definir lo que significa género. Como se explicó antes, al momento del nacimiento, a cada individuo le es asignada una identidad de sexo; en el caso de las hembras, les es asignada una identidad como mujer. Por constructo social, ser mujer conlleva una serie de roles particulares que le han sido otorgados, catalogados como aquellas conductas y comportamientos que de ella se esperan, tales roles, de los cuales se hablará más adelante, según Jayme y Sau (2004), se engloban bajo el nombre de género.

Checa (2003), define como género a la construcción sociocultural organizada a partir de la diferencia sexual. Por su parte Lamas, (citada por Checa; 2003), agrega al concepto que es una dimensión simbólica que cada cultura elabora sobre la diferencia sexual.

De acuerdo con Sau (citada por Jayme y Sau; 2004), el género está dividido en dos instancias:

- Colectiva: es la parte del género que implica la adaptación de una mujer a las expectativas de la sociedad, es decir, aquello que hace que esa mujer se identifique con las demás en cuanto a ocupar los roles que la sociedad espera de ellas. Tales roles serán abarcados más adelante.
- Individual: también llamada identidad de género, y tema central del presente apartado, es la parte que se refiere a la manera particular en la que una mujer vive el hecho de pertenecer al género femenino; y como, a la vez, mantiene una individualidad.

Una vez que una mujer es catalogada como tal de acuerdo con su sexo, y comienza a ser introducida al rol de género femenino construido por la sociedad, entonces tendrá que enfrentar un proceso que Money y Ehrhardt (citados por Jayme y Sau; 2004: 60), describen como “la igualdad a sí misma, la unidad y persistencia de la propia individualidad como mujer, en especial, tal como es experimentada en la conciencia acerca de sí misma y en la conducta, la identidad de género es la

experiencia personal del rol de género femenino, el cual es la expresión pública de la identidad de género femenino”.

En síntesis, la descripción de los sentimientos y cogniciones que una mujer experimenta precisamente por el hecho de ser mujer, es aquello a lo que se le ha denominado identidad de género (Jayme y Sau;2004).

Cabe señalar que el término antes mencionado, rol de género femenino, debe ser conceptualizado para un mayor entendimiento de la identidad de género. El rol de género femenino, de acuerdo con Jayme y Sau (2004), se define como el conjunto de todas aquellas características que le son asignadas a una mujer y que no pueden ser controladas por ella, puesto que le han sido asignadas en función de su sexo.

Complementando la definición anterior, Money y Ehrhardt (citados por Jayme y Sau; 2004), plantean que el rol de género femenino es todo aquello que una mujer pueda decir o hacer para manifestar a los demás y a sí misma, el grado en que es mujer; en otras palabras, el rol de género de una mujer es la expresión pública de la identidad de género femenino. Existen varios roles dentro del género femenino, de los cuales se hablará más adelante.

2.1.1.1 Posturas psicológicas sobre la adquisición y desarrollo de la identidad de género

El surgimiento de la identidad de género en un individuo, ha sido explicado bajo distintas propuestas desde los principales modelos psicológicos, particularmente

han sido tres las principales explicaciones teóricas sobre tal surgimiento, las cuales son expuestas a continuación.

- Freud: desarrollo de la identidad sexual.

Para Freud (según Jayme y Sau;2004), las formas de pensar, es decir, la mente de un individuo y las experiencias que enfrentará, se encuentran determinadas en función del sexo biológico al que pertenezca. A partir de esto, el autor señala que el proceso de adquisición de la identidad de género en el individuo, está basada en el descubrimiento de la propia anatomía, primordialmente de los genitales externos; lo cual parte desde su teoría acerca de que durante la infancia, específicamente durante las etapas que él nombró oral, anal y fálica, existe actividad sexual. Tal proceso en las mujeres ocurriría entonces de la siguiente manera:

Hacia los cinco años, una niña descubrirá en sus genitales externos lo que Freud llamó “ausencia de pene”, lo que la obliga a identificarse con su madre, haciendo propios los valores y conductas que de ella aprecie. En otras palabras, Freud intenta mostrar que una mujer formará su identificación de género con base en la propia observación de la anatomía sexual externa y comparándola con la de sus padres. Esta teoría deja de lado dos circunstancias: una conformada por las influencias sociales, con base únicamente en la identificación con el progenitor del mismo sexo; la otra, es la posibilidad de que la identificación de género surja antes de los cinco años, pues como ya se dijo, para él surgirá a partir del interés del niño por sus genitales externos, lo que no pasa antes de dicha edad (Jayme y Sau; 2004).

- Aprendizaje social de conductas tipificadas sexualmente.

El aprendizaje social, es otra de las teorías que intentan explicar el desarrollo de la identidad de género. Con respecto a esta teoría, Mischel (citado por Jayme y Sau; 2014) habla del término de tipificación sexual, que engloba rasgos y conductas, en masculinos o femeninos. La tipificación femenina es entonces el proceso mediante el cual una mujer adquiere los patrones de conducta sexualmente marcados para las mujeres.

El proceso de tipificación, según Mischel (citado por Jayme y Sau; 2004), basado en la teoría de aprendizaje social, se realiza a través de los siguientes procesos generales:

- Discriminación: el individuo deberá aprender a distinguir entre los roles de género.
- Generalización: aprender a aplicar la discriminación aprendida a las nuevas situaciones.
- Práctica o imitación: ejercer lo aprendido por medio de la observación de la conducta de otras personas del mismo sexo, siempre en función de las consecuencias percibidas de dichas conductas.

Para Mischel (citado por Jayme y Sau; 2004), las consecuencias de las primeras tentativas por realizar conductas tipificadas sexualmente femeninas, son las

que determinan la adquisición de género en una mujer. Esto quiere decir, que si a una niña se le anima a comportarse de acuerdo con los roles femeninos y se le refuerza positivamente, irá generalizando lo que es propio y lo que es impropio para su sexo, esto en función de las consecuencias que perciba.

En síntesis, esta propuesta señala que el reforzar las conductas tipificadas sexualmente, facilitará la adquisición de los roles de género, lo cual implica el surgimiento de la identidad de género. “Sin embargo, considera al individuo como un ser pasivo que se limita a ser objeto de los procesos de tipificación sexual, y no agentes activos que intervienen en dichos procesos y pueden incluso modificar las consecuencias previas de sus actos. Además, considera que el individuo se limita a seguir la tipificación y no toma en cuenta que es el mismo sujeto quien interviene en el proceso y también podría modificar las consecuencias de dicha tipificación” (Jayme y Sau; 2004: 69).

- Identidad y constancia de género.

La última propuesta sobre el surgimiento de la identidad de género parte del modelo cognitivo del desarrollo, y de la idea de Jean Piaget de que el pensamiento de un niño está estructurado de forma distinta al del adulto, por lo que deberá pasar por varios estadios cognitivos para igualar su desarrollo. Con base en esto, Kohlberg (citado por Jayme y Sau; 2004), plantea que el mundo social de un niño se organiza cognitivamente en función de los roles sexuales.

Según Kohlberg (citado por Jayme y Sau; 2004), un niño aprende a reconocer su propio sexo a la edad de entre dos y tres años, sin embargo, es a los cinco o seis años cuando adquiere el concepto de constancia de género, es decir, comprende que el género de una persona no cambia. A esta edad entiende las diferencias de roles entre sexos como algo a lo que todo el mundo debe ajustarse, lo que abre paso a los estereotipos de género, los cuales se abarcarán más adelante.

De acuerdo con Jayme y Sau (2004), este modelo propone la existencia de un proceso de aprendizaje cognitivo de los roles de género, lo cual no necesariamente es producto del aprendizaje social, lo cual conduce a la formación de la identidad por medio de algunos mecanismos, los cuales se explican a continuación:

- Tendencia a actuar en respuesta a lo novedoso: es decir, ante situaciones de intereses en general.
- Autovaloración egocéntrica: el niño o niña llegará a la conclusión de que el sexo al que pertenece es el mejor.
- Asignación de valor moral a los roles de género: el niño o niña asumirá como justos los roles de su sexo y como injustos los del sexo opuesto.
- Identificación con el modelo de género: es decir, con el adulto que quien adoptan conducta y rasgos.

Con base en los mecanismos mencionados, puede decirse que la identidad de género, se forma en el niño o la niña con base en juicios básicos, es decir, de lo que

para ellos es bueno o malo, acerca de la realidad. De este modo se adquiere una identidad positiva, pues considerarán ser masculino o femenina como algo bueno y por lo tanto, atractivo. Debido a esto, el niño o la niña tenderá a identificarse con los adultos de su mismo sexo, en especial con los padres, dejando de lado los refuerzos propuestos en la teoría del aprendizaje social (Jayme y Sau;2004).

“Para esta teoría resulta esencial que el modelo masculino sea dado por hombres y el femenino por mujeres, a fin de no confundir al niño o la niña con mensajes o señales ambiguas que impidan una identificación plena sobre la que sustentar su identidad de género” (Jayme y Sau; 2004: 71).

Tal como se ha visto a lo largo de este apartado, y con base en las tres teorías aquí planteadas, de acuerdo con Jayme y Sau (20014), puede concluirse que la identidad de género surge durante la primera infancia en un periodo crítico, a partir de un conjunto de factores cognitivos y emocionales determinados a partir del propio género. La identidad de género se presenta una vez que el individuo comienza a tener conciencia de sí mismo, con lo que se distingue como individuo, esto sucede alrededor de los dieciocho meses de vida.

De ahí en adelante continuará formándose el concepto de género en el niño hasta los cinco o seis años, cuando ya pueda entenderlo completamente. Entonces comenzará a entender los estereotipos de género, de los cuales se hablará más adelante. Sin embargo, es importante señalar, como menciona Nicholson (citado por Jayme y Sau; 2004), que es a los doce años aproximadamente cuando el individuo

comienza realmente a comprender el significado de género y con él, los consecuentes roles que la sociedad le marca a partir de su sexo biológico, ya que a partir de esa edad, en la cual inicia la adolescencia, comienza el esfuerzo de dicho individuo por encontrar su identidad personal, basada muchas veces en la adopción de roles y estereotipos de género como forma de encuentro con lo que él es, es decir, de su autoconcepto.

2.1.2 Identidad de rol sexual femenino

Este es el tercer componente de la identidad de sexo, el cual según Jayme y Sau (2004), se encarga de definir globalmente todas aquellas características comportamentales y personales que constituyen y diferencian a hombres y mujeres, bajo los términos de masculinidad y feminidad.

A partir de una serie de investigaciones dedicadas a identificar las esencias de la masculinidad y la feminidad, se determinó que estas se conforman por el conjunto de atributos, actitudes y conductas que definen el comportamiento de cada individuo, y que por tal motivo, resultan similares a la definición de rasgos de personalidad en cuanto a que ambos implican modos de comportamiento estables y universales (Jayme y Sau; 2004).

A pesar de lo expresado en el párrafo anterior, Jayme y Sau (2004) refieren que no existe una definición concreta de lo que significa masculino y femenino, sin embargo, se llegó a entender como el conjunto de aquellas diferencias entre géneros

en cuanto a aspectos comportamentales, es decir, a los roles prescritos culturalmente en bien del equilibrio social.

Morris (citado por García; 2013) señala que la masculinidad y feminidad surgieron a partir de necesidades de supervivencia en épocas primitivas, lo cual condujo a hombres y mujeres al desarrollo de habilidades específicas para poder adaptarse al medio.

Tanto la masculinidad como la feminidad son representadas a través de prácticas y representaciones sociales que se sustentan en la sociedad y la cultura, las cuales determinan actitudes y comportamientos en hombres y mujeres (Morris, citado por García; 2013).

Con base en la información presentada a lo largo de este apartado, y según lo expresado por Jayme y Sau (2004), la feminidad, sin ser presentada como un constructo definido, puede mostrarse como todo aquel conjunto de características propias de la identidad de una mujer, por lo tanto, también puede llamarse toda aquella ausencia de masculinidad.

2.2 Estereotipos del género femenino

A lo largo de la historia, como se ha comentado ya durante este capítulo, la división entre géneros masculino y femenino ha traído consigo una serie de constructos socioculturales que buscan clasificar las características consideradas

propias de hombres o de mujeres. Dicha clasificación ha sido denominada por diversos autores como estereotipos de género.

Los estereotipos de género, según Myers (2005), son creencias por medio de las cuales se justifican los tipos de comportamiento de hombres y mujeres regidos por la sociedad. Morales y cols. (citados por García; 2013), señalan que los estereotipos de género son creencias compartidas entre los individuos pertenecientes a una misma sociedad, respecto a las características que conlleva el ser hombre o mujer.

El objetivo de los estereotipos de género es clasificar la información con base en las concepciones que se tienen respecto a lo femenino y masculino, de hecho, Colás y Villaciervos (citados por García; 2013), manifiestan que son un conjunto de ideas, creencias y significados que la sociedad utiliza para darle estructura y organización a la realidad.

Para Baron y Byrne (citados por García; 2013), los estereotipos de género como creencias socialmente compartidas sobre las características específicas de hombre y mujeres, tienen la principal función de proporcionar elementos al desarrollo de la propia identidad, ya que tales estereotipos poco a poco van siendo interiorizados por el individuo, lo cual influye en la formación del autoconcepto.

Los estereotipos de género, según Morales y cols. (citados por García; 2013), son creados con base en cuatro elementos principales:

- Rasgos: son aquellas características de personalidad asociadas a hombres y mujeres.
- Ocupaciones: área laboral en la que el individuo tiene mejor desempeño, según sus aptitudes basadas en el sexo al que pertenece.
- Características físicas: diferencias corporales de acuerdo con el sexo.
- Roles: son las actividades socialmente consideradas más apropiadas para hombres o mujeres, los cuales serán abordados a mayor profundidad más adelante.

Morales y cols. (Citados por García; 2013), mencionan que estos componentes de los estereotipos de género, son independientes, sin embargo, se influyen mutuamente, es decir, un aspecto suele generalizarse a los demás. Un ejemplo de esto podría ser el de una mujer percibida como frágil físicamente, será asociada con el rasgo de personalidad de sumisión.

Los estereotipos de género femenino son aquellos encaminados a lo que Morales y cols. (Citados por García; 2013), han llamado atributos expresivos, estos atributos corresponden a todo lo relacionado con los factores afectivo-emocionales, relacionales y mantenimiento de la cohesión grupal.

Con base en diversos estudios acerca de los estereotipos de género, se ha determinado que los más comúnmente identificados con el género femenino según Morales y cols. (mencionados por García; 2013), son aquellos que describen a las

mujeres como emocionales, débiles, sumisas, dependientes, comprensivas, cariñosas, y sensibles ante las necesidades de los demás.

Apoyando lo expresado en el párrafo anterior, Baron y Byrne (citados por García; 2013) exponen que los estereotipos femeninos más comunes son los que plantean a las mujeres como cariñosas, comprensivas, sumisas, tiernas, afectuosas, compasivas y sensibles a los otros.

Un estudio más, relacionado con los estereotipos femeninos, es el de Leñero (2010), en el cual se muestra a la mujer como dócil, dependiente, insegura, sensible, hogareña, comprensiva, delicada, tierna, afectiva, intuitiva, temerosa, sumisa y pasiva.

Ortega (referido por García; 2013), incluso propone que los estereotipos se crean con base en cuatro áreas principales, a partir de las cuales se plantean a continuación los estereotipos del género femenino:

- Cuerpo o aspecto físico: representado por delicadeza y debilidad, incluso mención que entre más frágil sea, más femenino ha de considerarse.
- Capacidades intelectuales: considera que la mujer se desempeña mejor en tareas organizativas y cooperativas
- Emocionalidad: que identifica a las mujeres como expresivas y emocionales.

- Relaciones e interacciones sociales: plantea a las mujeres con capacidades para socializar, gracias a sus habilidades de comunicación.

Con base en la información presentada a lo largo de este apartado, puede entonces decirse acerca de los estereotipos de género, en especial de los femeninos, que son parámetros sociales a los que una mujer debe adaptarse, es decir, buscar encajar en la figura preconstruida socialmente acerca de cómo debe ser una mujer. Una vez que esta logra tener una global percepción de su género, con base en los estereotipos ya mencionados, tenderá a la interiorización de ellos, con lo cual reafirme su feminidad, incorporando así tal información a su autoconcepto.

2.3 Roles del género femenino

A lo largo del apartado anterior, se ha dicho que los estereotipos de género femenino son aquellos que la sociedad marca como las características que debe tener una mujer. A partir de dichas particularidades, culturalmente se sobreentenderán entonces aquellos papeles que una mujer podrá ocupar dentro de la misma sociedad que la clasifica dentro de su género. Tales funciones reciben el nombre de roles de género.

En un principio, socioculturalmente existía una marcada diferencia entre los roles masculinos y femeninos, ya que incluso existían roles de género específicamente femeninos, limitados únicamente al rol maternal, de esposa y de ama de casa, los cuales se abordarán más adelante.

Como se ha dicho antes, estos roles incluían una serie de estereotipos, un ejemplo de esto sería el rol de esposa, acompañado de docilidad, comprensión y generosidad, entre otros. Sin embargo, diversos factores ambientales, hicieron que poco a poco, estos roles tradicionalmente adjudicados al género femenino, dejarán de tener el fuerte valor y sentido social que inicialmente les era atribuido, razón por la cual, aunado a diversos cambios culturales, emocionales y económicos en la sociedad, las mujeres poco a poco, si bien no dejando del todo esos roles, fueron abriéndose paso en el mundo fuera del hogar, sumando así gran cantidad de roles a su vida diaria. (Burin; 2003).

Actualmente, debido a cambios constantes en diversos espacios de la vida de hombres y mujeres, estas últimas ocupan un lugar en la sociedad muy distinto al que ocupaban antes, y gracias a eso han logrado sobresalir en ámbitos que por mucho tiempo estuvieron reservados únicamente para el género masculino. Ramírez (1995), con base en las investigaciones realizadas por varios autores dedicados al estudio de los roles de género en la actualidad, ha determinado que actualmente existe una gran variedad en los cuales las mujeres, a diferencia de tiempos pasados, se encuentran desarrollándose. De dichos roles, se presentan los principales a continuación.

Para Fuller (1993), la mujer actual ocupa un importante e incluso sobresaliente lugar en el trabajo y la autorrealización, pues hoy es una estudiante de mayor nivel que antes, también es proveedora contribuyente del sustento familiar, lo que supone

estar ingresada en el mercado laboral, es reguladora de su sexualidad y del control de su capacidad reproductiva y profesionalista, entre otros.

Un estudio realizado por Ramírez (1995), sobre los cambios que ha experimentado la familia y los roles de la mujer como parte de ella en América Latina y el Caribe a partir de los años 80, reveló que los nuevos roles más comunes ocupados por las mujeres son los de: madre adolescente, madre soltera, madre a edades tardías con mayor grado de escolaridad, esposa sin hijos y jefa de hogar.

El género femenino ha pasado por una revolución en cuanto a los roles que se le han asignado a lo largo de la historia. Por otra parte, como se dijo anteriormente, a pesar de la suma de dichos nuevos roles, esto no ha significado para la mujer, al menos no en todos los casos, el renunciar a los roles con los cuales se le ha relacionado tradicionalmente, pues por el contrario, en la actualidad ha tenido que sobrellevar la difícil tarea de convertirse a la misma vez en portadora de una gran variedad de dichos roles, entre los que destacan, como se ha mencionado a lo largo de este apartado: el ser madre, madre soltera, madre a edades tardías, madre adolescente, esposa, esposa sin hijos, ama de casa, jefa de hogar, estudiante de nivel superior, proveedora contribuyente del sustento familiar, profesionalista y miembro del campo laboral, entre otros.

A lo largo de la historia, las mujeres han sido socioculturalmente encasilladas en tres roles considerados específicos para ellas. Estos se encuentran compuestos además por una serie de estereotipos, es decir, la sociedad ha marcado ciertos

papeles adjudicados a la mujer, los cuales espera que sean cumplidos por ellas con ciertas características particulares. Estos tres papeles, según Burin (2003), han recibido el nombre de roles tradicionales, los cuales se enlistan a continuación:

- Esposa: el cual socioculturalmente debe seguirse con docilidad, comprensión y generosidad.
- Madre: papel que de acuerdo con las normas sociales, deberá implementarse bajo características como amor, altruismo, capacidad de control y contención de las emociones.
- Ama de casa: rol que se distingue por ser realizado bajo características como disposición sumisa para servir, receptividad y ciertos modos inhibidos, controlables y aceptables de agresividad y de dominación para el manejo de la vida doméstica.

2.3.1 Rol de madre

Como se ha expuesto, dentro de la gran cantidad de roles socioculturalmente impuestos a la mujer, uno de los principales es naturalmente el de ser madre. Históricamente, se habla de una dualidad llamada mujer-madre, acompañada de ciertos estereotipos tradicionalmente impuestos. Sin embargo, debido a los grandes cambios a los que la sociedad se ha visto sujeta, en los que hombres y mujeres han tenido que adaptarse a la adopción de nuevos roles y tareas para poder sobrellevar el diario vivir, la noción sobre la maternidad, a la par de todos esos cambios, ha

dado un giro a través del tiempo, todo a raíz como ya se ha dicho, de las demandas de una constante reorganización social en la que ahora se vive.

Se entiende por maternidad a un conjunto de fenómenos de gran complejidad que involucran entre otras situaciones, la reproducción como hecho biológico; históricamente la maternidad equivale a la reproducción de la especie y hasta hace algunos años, brindaba a la mujer un único y específico sentido de existencia, es decir, la mujer existía sencillamente para ser madre; sin embargo, la categoría de madre no limita totalmente el concepto de mujer. Las condiciones sociales, económicas y políticas de la reproducción de la vida social también conforman la función materna: la gestación, el parto, la lactancia y la crianza. Esta última en específico, aunque es ardua, cansada, ininterrumpida, costosa y se realiza por muchos años, llegando en algunos casos a tornarse un empleo por el resto de la vida de algunas mujeres, no es una tarea reconocida como un trabajo o profesión en la sociedad. (Turbet;2003).

En la actualidad, menciona Fuller (1993), gracias a las exigencias de un mundo en constante evolución, el rol de madre difícilmente se lleva como único, pues debe combinarse con un sinfín de roles adscritos a la mujer, además de los llamados tradicionales. Estos abarcan el desempeñarse como madres y esposas, madres estudiantes, madres que trabajan para colaborar o para proveer por completo el sustento de su familia, madres solteras que tienen que ser madre y padre, o incluso una conjunción de dos o más de estos y otros aunados a la maternidad.

Sin embargo, un tema por demás relevante en la actualidad sobre el rol de ser madre, es el hecho de que a partir de esa evolución del mundo actual, mencionada antes, la mujer de hoy vive el rol de madre de una manera totalmente diferente, podría decirse impensable años atrás, y es que la mujer que vive en la realidad actual, ya no ve a la maternidad como único medio de realización personal y mucho menos como el final de cualquier otra de sus aspiraciones en la vida. Actualmente, la mujer que ha logrado adaptarse al cambio sociocultural, no enfrenta el rol de madre como si fuera obligatorio asumirlo, pues puede tomar la decisión dejarlo de lado por conseguir otras metas, sueños o pasiones, también puede retrasar su llegada el tiempo que considere necesario para enfocarse en tales metas, pero sobre todo, la mujer actual puede vivir su rol de madre combinándolo a la par de cualquier otro.

Aunque socioculturalmente los roles de mujer y de madre se complementan, existe un punto en el que también se contraponen, o al menos así era visto hasta hace algunos años, ya que la maternidad ha servido históricamente para separar a la mujer de los ámbitos sociales de la vida política y económica, que también incluyen la vida laboral y profesional (Irigaray; 2004). Es ahí donde radica la principal diferencia entre el rol de mujer y de madre: una mujer solía ser educada para dedicarse a ser esposa, madre y ama de casa, en lo cual debería estar entregada de manera total, evitando así su desarrollo en cualquier otro ámbito fuera de lo doméstico. Actualmente, sigue siendo más que común el hecho de que sea la mujer quien se encargue en mayor medida del cuidado y educación de los hijos, lo cual muchas veces ha de obligarlas a dejar de lado cualquier otro rol como mujer, pues se da prioridad al de ser madre.

Con base en lo anterior, puede entenderse que las madres actualmente se ven forzadas a sobrellevar dicho rol a la par de cualesquiera de los otros que desempeñan, e incluso a dejar de lado alguno de ellos, puesto que muchas de ellas al convertirse en madres dan prioridad a este rol, convirtiendo al resto en secundarios; principalmente, los de estudiante y desarrollo en el campo laboral. Entonces, por ejemplo, una mujer que es estudiante y esposa, podría después de convertirse en madre, dejar de lado su rol de estudiante para poder dedicarse a ser madre y esposa, o una mujer que estudia y trabaja, podría dejar el trabajo para ser madre y estudiante.

2.4 Autoconcepto de la mujer que es madre

Tal como refieren Díaz-Guerrero y Díaz-Loving (1996: 291), “el autoconcepto es la respuesta a las preguntas ¿Quién soy? ¿Cómo soy? ¿Cómo llegue a serlo? Y ¿En qué tipo de persona me convierte ser eso que soy? Dando respuesta a tales preguntas, el individuo conocerá la descripción de todas aquellas características y facetas que considera propias y que por lo tanto, lo identifican como persona”.

Para que una mujer pueda adoptar y reconocer su autoconcepto, de acuerdo con Oñate (citado por Salgado; 2011), tendrá primero que desarrollar una conciencia de sí, a partir de lo cual atravesará por una serie de procesos tanto cognitivos como emocionales que inician en el nacimiento.

Como se ha explicado a lo largo de este capítulo, y de acuerdo con Jayme y Sau (2004), una mujer debe aprender a reconocerse como tal a través de su propio cuerpo; posteriormente conocerá el género que culturalmente le ha sido asignado y aprenderá a vivirlo y sentirlo desde perspectivas colectivas e individuales. Conocerá y será parte al mismo tiempo de los roles y estereotipos sexuales de los que deberá decidir ser parte o dejar de lado, mientras busca adaptarse a su entorno, mediante lo cual vivirá eligiendo aquello que quiere que forme parte de ella y reconociendo su propia identidad.

Es así como una mujer ha de construir su autoconcepto, sin embargo, hay que tener en cuenta el hecho de que tal autoconcepto, como constructo ligado a procesos ocurridos al interior y exterior de cada ser, se encuentra en constante evolución, surgido a través de la interiorización de nuevas experiencias, particularmente a partir de la adopción de los distintos roles elegidos o impuestos a través del tiempo.

Una mujer a lo largo de su vida desarrollará un autoconcepto general, el cual está basado en su identidad como sexo y como género femenino, sin embargo, cada nuevo rol que asuma, traerá consigo a su respectivo nuevo autoconcepto, es decir, a partir de su autoconcepto general, una mujer podrá tener un autoconcepto como madre, uno como esposa, y uno más como amiga; todos con la misma base, pero con características particulares.

El autoconcepto de una mujer, según Burin (2003), está integrado por factores como el social, emocional, ético, ocupacional y por supuesto, físico. Tales

componentes se van construyendo al paso del tiempo con base en la ocupación de roles y a las experiencias que estos traigan consigo.

En gran medida, el autoconcepto de una mujer está determinado tanto por los roles como por los estereotipos de género; ambos, una vez ocupados por la mujer, serán interiorizados y comenzarán a formar parte de ella. La gran mayoría de los roles asumidos por una mujer pueden ser transitorios, sin embargo, el rol de madre, es uno que, una vez que se construye, no se abandona jamás.

Uno de los roles más importantes en la vida de una mujer, es sin duda convertirse en madre, ya que tal paso traerá consigo un sinnúmero de cambios internos y externos para ella, entre los cuales uno de los mayores será el impacto en su autoconcepto.

Como ya se comentó, el autoconcepto sufre modificaciones de acuerdo con cada rol nuevo adquirido y a partir de cada nueva experiencia, es por eso que una mujer al convertirse en madre, ve reflejado un gran cambio en cada aspecto de su vida, incluido el ya mencionado autoconcepto, razón por la cual el objetivo de esta investigación es precisamente encontrar el autoconcepto más frecuente en las mujeres que son madres.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En el presente capítulo habrán de mostrarse las bases en las que se sustentó esta investigación, además del análisis e interpretación de resultados de la misma.

3.1 Descripción metodológica

Toda indagación de naturaleza científica, debe contar con un plan que asegure un trabajo sistemático. En función de ello, enseguida se explican las características del diseño que se adoptó para el presente trabajo.

3.1.1 Enfoque cualitativo

En la presente investigación se optó por utilizar el enfoque cualitativo, ya que el procedimiento empleado cumple con los criterios que dicha orientación metodológica posee.

De acuerdo con las características más relevantes planteadas por Hernández y cols. (2008) las que este estudio tuvo y que permiten definirlo como cualitativo son:

- Se planteó un problema, pero sin seguir un proceso claramente definido.

- En esta investigación se examinó al contexto social y durante el proceso, se inició una revisión de las teorías que explicaban la formación de los autoconceptos de la mujer y sus definiciones, para comprender desde qué punto de partida se analizaría el fenómeno.
- Esta investigación partió de ideas particulares, con el fin de llegar a proposiciones generales.
- El presente estudio no buscó comprobar una hipótesis, sin embargo, fueron surgiendo durante el proceso, aunque no han sido un objetivo como tal dentro de esta investigación.
- Para la presente investigación se utilizó la evaluación del autoconcepto: “Una escala multidimensional” realizada por De la Rosa y Díaz Loving y una entrevista semiestructurada para la recolección de los datos, los cuales fueron analizados desde un enfoque no estadístico; las investigaciones cualitativas pueden utilizar instrumentos cuantitativos, aunque no con fines de medición.
- En este estudio se evaluó el proceso natural de los sucesos, sin manipulación con respecto a la realidad (Corbetta, citado por Hernández y cols.; 2008).
- Esta investigación se fundamentó en una perspectiva centrada en el entendimiento del significado de los resultados obtenidos de la muestra estudiada.
- Este estudio define la realidad a través de las interpretaciones respecto a las propias realidades de los participantes.

- En esta indagación, las investigadoras introdujeron experiencias individuales de los participantes para construir un conocimiento, siempre siendo conscientes de que es parte del fenómeno estudiado.
- Esta investigación involucra una diversidad de ideologías y cualidades únicas de los individuos.
- Con este estudio no se pretende generalizar de manera probabilística los resultados a poblaciones más amplias.

3.1.2 Diseño no experimental

Esta investigación realizó una observación de los fenómenos de interés, en su contexto natural, sin el objetivo de participar, manipular o controlar las categorías que se estudiaron. Por tal motivo, utilizó el diseño de tipo no experimental. “El diseño de una investigación desde un enfoque cualitativo se refiere al abordaje general que habremos de utilizar en el proceso de investigación. Es una forma de enfocar el fenómeno e interés” (Hernández y cols.; 2008: 686).

Un diseño no experimental, podría definirse como el que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, “se trata de estudios donde no se hace variar en forma intencional las variables independientes para examinar su efecto sobre otras. Se observan fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. No se construye ninguna situación, sino que se observan las situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por

quien la realiza. Las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene sobre ellas control directo ni es posible influirles, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos” (Hernández y cols.; 2008: 206).

3.1.3 Estudio transversal

El tipo de estudio que se utilizó en la presente investigación fue transversal, ya que este “recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (Hernández y cols.; 2008: 208).

Por otra parte, la presente indagación no tuvo como fin, revisar la evolución del fenómeno, sino que se limitó a examinarlo en un solo punto del tiempo.

3.1.4 Alcance exploratorio

Para esta investigación, se determinó el alcance exploratorio, ya que se decidió examinar un tema poco estudiado, fresco y novedoso, del cual no existía en ese momento mucha información. (Hernández y cols.; 2008).

Desde los autores antes citados, la investigación exploratoria permite identificar al fenómeno y a los elementos que lo conforman, incluso da la posibilidad de describir las cualidades del mismo, sin embargo, dicha descripción suele ser superficial.

3.1.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Este apartado de la investigación está dedicado a la descripción de las técnicas de recolección de datos que se utilizaron en ella, por ser las más adecuadas para la obtención de la información necesaria.

La técnica es el conjunto de aquellas estrategias empleadas para recabar la información requerida y así construir el conocimiento de lo que se investiga. Propone las normas para ordenar las etapas del proceso de investigación, de igual modo, proporciona instrumentos de recolección, clasificación, medición, correlación y análisis de datos y aporta a la ciencia los medios para aplicar el método. Las técnicas permiten la recolección de información y ayudan al ser del método (Hernández y cols.; 2010). Las técnicas utilizadas en este estudio fueron una prueba psicométrica y la entrevista.

Las pruebas psicométricas están diseñadas para la recolección de información que permite la observación y descripción de determinadas conductas. Dichas pruebas pueden clasificarse en autoinformes, observación, técnicas subjetivas, proyectivas y objetivas. Cabe mencionar que la investigación cualitativa puede hacer uso de pruebas psicométricas, siempre y cuando su finalidad sea descubrir significados de la realidad estudiada (Hernández y cols.; 2008).

Por otro lado, la segunda técnica empleada fue la entrevista cualitativa, la cual se define como “una reunión para intercambiar información entre el entrevistador y el entrevistado o entrevistados, en la cual a través de las preguntas y respuestas, se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema” (Hernández y cols.; 2008: 587).

La entrevista semiestructurada, particularmente, “se basa en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados, es decir, no todas las preguntas están determinadas” (Hernández y cols.; 2010: 418).

El instrumento se entiende como aquello que permite operativizar a la técnica, es decir, es una construcción que la técnica utiliza para lograr la recolección de los Hernández y cols. (2010). Los instrumentos usados en este estudio fueron la “Evaluación del autoconcepto: una escala multidimensional” y una guía de entrevista del autoconcepto.

El primer instrumento mencionado, fue diseñado por Jorge De la Rosa y Rolando Díaz Loving, consta de setenta y dos pares de adjetivos bipolares, es decir, es un formato de diferencial semántico para evaluar el autoconcepto en las dimensiones ética, social, emocional y ocupacional. La confiabilidad de la prueba es de 0.94. Fue estandarizada en México en el año de 1989. Los resultados arrojados por esta prueba fueron cualitativos (De la Rosa y Díaz Loving; 2013).

El diferencial semántico “consiste en una serie de adjetivos extremos que califican al objeto de actitud, ante los cuales se solicita la reacción del participante. Es decir, este debe calificar al objeto de actitud a partir de un conjunto de adjetivos bipolares; entre cada par de estos, se presentan varias opciones y la persona selecciona aquella que en mayor medida refleje su actitud” (Hernández y cols.; 2008: 255).

El segundo instrumento empleado fue una guía de entrevista del autoconcepto, que es de modalidad semiestructurada; consta de diez preguntas abiertas encaminadas a encontrar las características del autoconcepto en cuanto a las dimensiones: social, física, emocional, ética, ocupacional y rol de madre. Esta guía fue creada por Norma Denisse Pérez González y Tania Nayeli Terán Ramos, en junio del 2014 y se realizó una validez de constructo y verificación por jueces, la que fue revisada por la Lic. Leticia Espinosa para verificar que su contenido correspondiera con los conceptos teóricos que definen el autoconcepto (ver anexo 1).

La calidez de constructo se define como el consenso que se brinda a los significados de algunos contenidos o conceptos, otorgándoles así el carácter de útiles y válidos desde un punto de vista científico. Mientras que verificación por jueces se refiere a la opinión aportada por alguna persona con trayectoria en el tema, reconocida por otros como una experta en el mismo; ya que puede brindar información, evidencia, juicios y valoraciones (Hernández y cols.; 2010).

3.2 Población y muestra

En este apartado, se planteará el concepto de población, además de especificar y detallar las características de la población elegida para llevar a cabo la investigación.

3.2.1 Población

“Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones y debe situarse claramente en torno a sus características de contenido, de lugar y en el tiempo” (Hernández y cols.; 2008: 239).

La investigación se realizó en el Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica de Uruapan, Michoacán, México. La población estuvo constituida por 618 mujeres, estudiantes del nivel superior y carrera técnica, con edades de entre 15 y 20 años.

Esta investigación estuvo enfocada a identificar los autoconceptos que tenían en común las mujeres estudiantes que eran madres, de 15 a 20 años de edad, alumnas de la institución mencionada.

3.2.2 Muestra

“La muestra en el proceso cualitativo, es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etcétera, sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia” (Hernández y cols.; 2008: 562).

El muestreo que se realizó fue no probabilístico, accidental o deliberado, debido a que una vez teniendo conocimiento de los objetivos del estudio, se tuvo acceso a la información de 23 participantes. La muestra estuvo compuesta por 23 mujeres jóvenes, cuyas edades oscilaron entre 15 y 20 años, las que eran estudiantes del CONALEP Uruapan, y todas ellas eran madres.

3.2.3 Muestreo no probabilístico

“La muestra no probabilística o dirigida es un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación” (Hernández y cols.; 2008: 241). La investigación fue no probabilística, porque no se pretendía hallar probabilidades, por el contrario lo que se buscaba era plasmar los resultados y características encontradas en las participantes. Esta búsqueda inició con una lista de salones brindada por el director de la institución en la que el estudio fue llevado a cabo, esta contenía aquellos salones en los cuales se podían encontrar mujeres; una vez identificados, se visitó

acada uno de ellos, localizando así aquellas alumnas que eran madres, quienes de manera voluntaria participaron en esta investigación.

3.3 Descripción del proceso de investigación

En este apartado se pretende dar a conocer cómo fue llevada a cabo esta investigación, con base en la serie de pasos que el enfoque cualitativo plantea.

Este proceso de investigación cualitativa comenzó con la elección del tema, de acuerdo con el problema de la realidad que se pretendía estudiar, con base en lo cual surgió una serie de preguntas secundarias a las que la investigación podría dar respuesta.

La relevancia del estudio se fue moldeando mediante una serie de autocuestionamientos, ya que por medio de ellos se pretendía llegar a la búsqueda de información útil y novedosa, para la población a la cual este estudio pretendía dirigirse.

Posteriormente, se consideró la viabilidad del proyecto mediante un estudio de campo en el cual se pretendía llevar a cabo el mismo; hubo que cambiar la elección del escenario en un par de ocasiones, debido a que las condiciones no eran las adecuadas para realizar dicho estudio.

Los objetivos del proyecto se definieron conforme a las necesidades detectadas en el estudio de campo. Una vez definidos dichos objetivos, comenzó la búsqueda bibliográfica para la realización del marco teórico.

Se decidió llevar a cabo esta investigación bajo el paradigma cualitativo, ya que se pretendía encontrar frecuencia de características y no medir la intensidad de las mismas.

Como siguiente paso, se delimitaron las características de las participantes en el estudio. Se optó por utilizar dos técnicas: la primera fue el diferencial semántico por medio del instrumento "Evaluación del autoconcepto, una escala multidimensional"; la segunda fue la entrevista cualitativa con el instrumento llamado "Guía de entrevista del autoconcepto".

Una vez recabados los datos, se optó por sistematizarlos y analizarlos a partir de las cuatro fases de la inducción, es decir, conceptualizar, categorizar, organizar y estructurar; ya que este proceso permite hacer una interpretación más certera, evitando la subjetividad.

Como último paso, se elaboró un reporte final de lo realizado a lo largo de la investigación, cuyo objetivo fue encontrar y plasmar los autoconceptos que tienen en común las mujeres estudiantes que son madres de 15 a 20 años alumnas del CONALEP. Dicho objetivo fue alcanzado satisfactoriamente.

3.4 Análisis e interpretación de resultados

Para poder analizar con mayor facilidad los resultados obtenidos, se realizó la sistematización de los datos en categorías de análisis y se organizaron de la siguiente manera:

1. Categorización del autoconcepto de las mujeres desde la “Evaluación del autoconcepto: una escala multidimensional”.
 - a) Esquema del autoconcepto desde la escala.
 - b) Lectura interpretativa.
 - c) Interpretación de resultados.

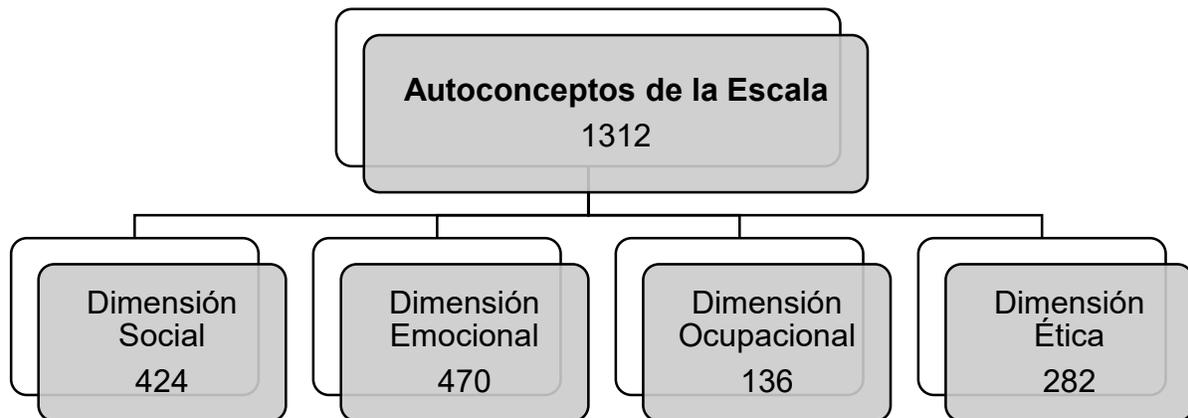
2. Categorización del autoconcepto de las mujeres desde la “Guía de entrevista del autoconcepto”.
 - a) Esquema del autoconcepto desde la entrevista.
 - b) Lectura interpretativa.
 - c) Interpretación de resultados.

3. Integración de resultados respecto al autoconcepto de las mujeres estudiantes que son madres, de 15 a 20 años de edad, alumnas del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica de Uruapan, Michoacán, México.

3.4.1 Categorización del autoconcepto desde la “Evaluación del autoconcepto: una escala multidimensional”

- a) Esquema del autoconcepto desde la “Evaluación del autoconcepto: una escala multidimensional”

Enseguida se muestra las variables examinadas y sus dimensiones, con las respectivas frecuencias.



- b) Lectura interpretativa

Con base en el esquema anterior se realizó la siguiente lectura interpretativa:

1. Las mujeres analizadas consideran como aspecto más relevante en relación con el autoconcepto la dimensión emocional, en específico con “muy felices” y “muy cariñosas”.

2. En cuanto a la dimensión social, las mujeres se consideraron “bastante educadas”.
3. De acuerdo con la dimensión ética, las mujeres se consideraron “bastante honradas”.
4. La dimensión a la que se le dio menos relevancia fue a la ocupacional, aunque de esta se destaca que las mujeres se consideran “muy trabajadoras”.

c) Interpretación de los resultados.

De acuerdo con las bases teóricas de esta investigación se tiene lo siguiente:

Morales y cols. (Citados por García; 2013) describen a las mujeres como emocionales, débiles, sumisas, dependientes, comprensivas, cariñosas y sensibles ante las necesidades de los demás.

López y Morales, así como Baron y Byrne (Citados por García; 2013), plantean a las mujeres como cariñosas, comprensivas, sumisas, tiernas, afectuosas, compasivas y sensibles a los otros.

En el estudio de Leñero (2010) se muestra a la mujer como dócil, dependiente, insegura, sensible, hogareña, comprensiva, delicada, tierna, afectiva, intuitiva, temerosa, sumisa y pasiva.

Para Fuller (1993), la mujer actual es proveedora contribuyente del sustento familiar, lo que supone estar ingresada en el mercado laboral, reguladora de su sexualidad y del control de su capacidad reproductiva.

Ramírez (1995) planteó que los nuevos roles más comunes ocupados por las mujeres son los de: madre adolescente, madre soltera, madre y jefa de hogar.

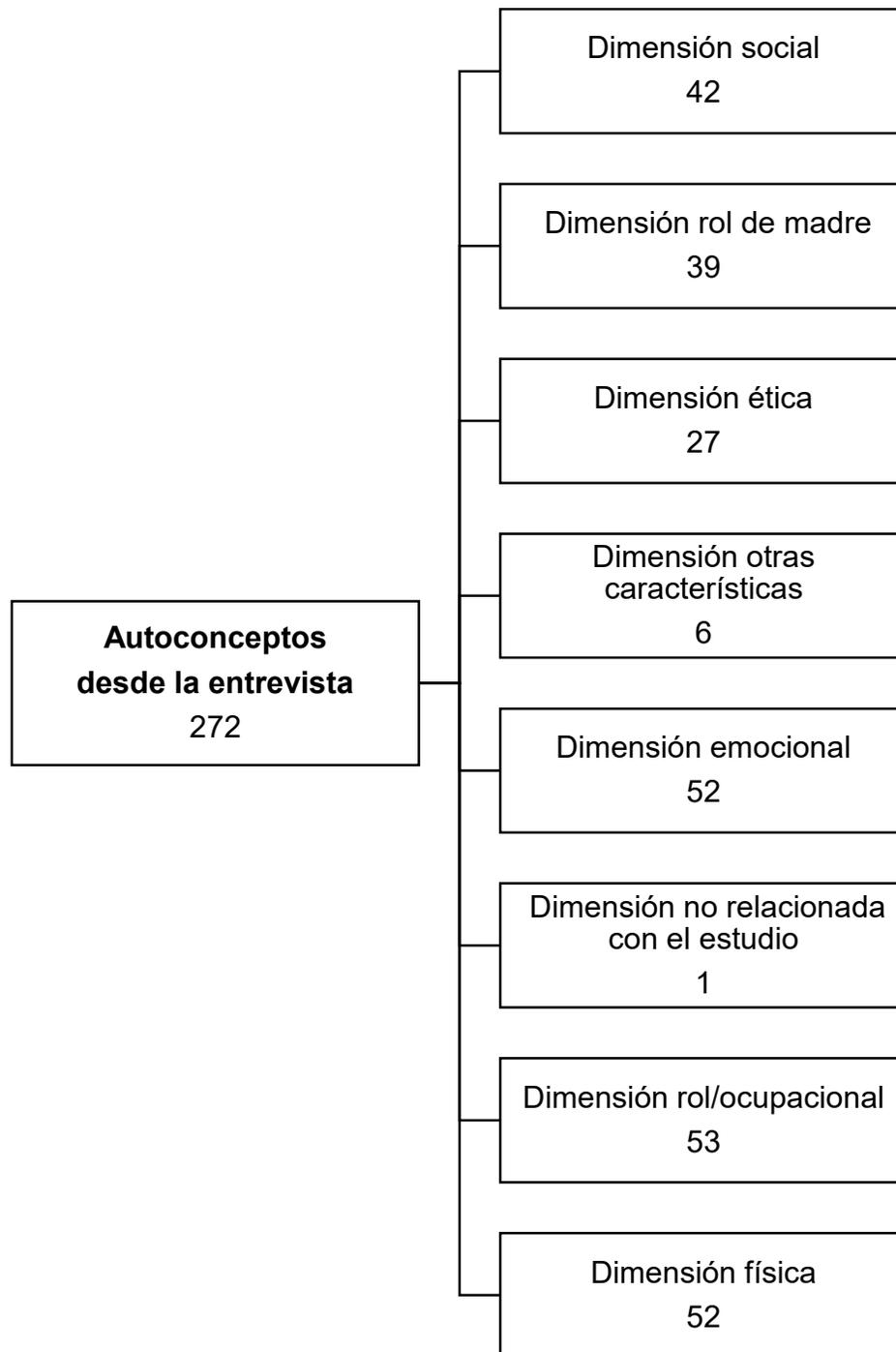
Una vez obtenidos los resultados de la “Evaluación del autoconcepto: una escala multidimensional”, al compararse con el sustento teórico, se puede establecer que la mayoría de las participantes de este estudio se consideran cariñosas. Algunas de ellas, aunque en un grado menor, se consideran comprensivas, tiernas y sensibles (ver anexo 2) lo cual coincide con lo planteado por la teoría.

La información recolectada difiere con la teoría en que las mujeres que participaron en el estudio no se consideran, en su mayoría, sumisas, dependientes, débiles, dóciles, inseguras, hogareñas, intuitivas, compasivas, temerosas o delicadas.

Cabe destacar que con la aplicación de la “Evaluación del autoconcepto: una escala multidimensional” no se pretendía encontrar o conocer los roles tradicionales que las mujeres desempeñan, para indagar esto se diseñó la guía de entrevista del autoconcepto.

3.4.2 Categorización del autoconcepto de las mujeres desde la “Guía de entrevista del autoconcepto”.

a) Esquema del autoconcepto desde la “guía de entrevista del autoconcepto”



b) Lectura interpretativa.

- Las mujeres analizadas consideraron como aspecto más relevante en relación con el autoconcepto, el emocional, en específico “alegres”.
- En cuanto al físico, las mujeres se describieron de “estatura baja”.
- En el aspecto ocupacional, se definieron como “trabajadoras” y “amas de casa”.
- Respecto a la dimensión social, las mujeres se consideraron “sociables”.
- Mientras que dentro del rol de madre, se describieron como “madres amorosas”.
- Dentro de la dimensión ética, se autocalificaron como “respetuosas”.
- Los dos aspectos a los que se les dio menos relevancia fueron otras características y aspectos no relacionados al estudio, en los cuales ninguna característica resultó sobresaliente.

c) Interpretación de los resultados.

Con base en la teoría expuesta en el capítulo anterior, los principales autoconceptos de las mujeres que son madres y estudiantes se describieron como emocionales, débiles, sumisas, dependientes, comprensivas, cariñosas y sensibles ante las necesidades de los demás (Morales y cols., citados por García; 2013).

Baron y Byrne (citados por García; 2013), definieron a las mujeres como cariñosas, comprensivas, sumisas, tiernas, afectuosas, compasivas y sensibles a los otros. Mientras que Leñero (2010), mostró a la mujer como dócil, dependiente, insegura, sensible, hogareña, comprensiva, delicada, tierna, afectiva, intuitiva, temerosa, sumisa y pasiva.

Para Fuller (1993), las mujeres fueron presentadas como proveedoras del sustento familiar y reguladoras de su sexualidad. Por otra parte, Ramírez (1995) planteó a la mujer como madre adolescente, madre soltera y jefa de hogar.

En cuanto los autoconceptos tradicionales, conservados actualmente según Burin (2003), se definió a las mujeres como esposas, amas de casa y madres altruistas y con capacidad de control y de contención de emociones.

Realizando una comparación entre los autoconceptos de las mujeres que son madres y estudiantes, planteados en la teoría y los autoconceptos encontrados mediante la guía de la entrevista cualitativa, se determinó lo siguiente.

- La única característica entre los principales autoconceptos hallados en la guía de entrevista que coincide con los autoconceptos rescatados en la teoría, fue la de ama de casa.
- Entre los autoconceptos presentados por la teoría y los encontrados en la entrevista, aunque no como características principales, se encontraron: comprensiva, cariñosa, sensible, insegura, temerosa y esposa.

- Las características del autoconcepto halladas en la teoría que no se presentaron en la guía de entrevista, fueron: emocional, débil, sumisa, dependiente, tierna, afectuosa, compasiva, dócil, hogareña, delicada, intuitiva, pasiva, proveedora del sustento familiar, reguladora de su sexualidad, madre soltera, jefa de hogar, madre altruista, madre con capacidad de control y madre con capacidad de contención de emociones.

3.4.3 Integración de resultados

Los autoconceptos que presentaron las mujeres que participaron en el estudio están integrados en las categorías: social, ética, emocional, ocupacional, física y rol de madre, de las cuales las que predominaron fueron emocional y social.

Dentro de la categoría emocional, los autoconceptos predominantes fueron: “muy felices”, “muy cariñosas” y “alegres”, mientras que en la categoría social predominaron los autoconceptos: “bastante educadas” y “sociables”.

Todos los autoconceptos mencionados son considerados cualidades positivas y forman parte de las definiciones teóricas de ser mujer; sin embargo, también se observó que pocas de ellas destacaron autoconceptos que son considerados negativos, lo que invita a reflexionar respecto al interés de mencionarlo o a la dificultad de su reconocimiento.

Otra observación a realizar es que las mujeres estudiadas resaltaron su roles dentro de la definición de sí mismas, tales como: amas de casa, madres amorosas o muy trabajadoras.

De esta manera, se pudo afirmar que los autoconceptos que tienen en común las jóvenes que son madres de 15 a 20 años de edad, alumnas del CONALEP de Uruapan, Michoacán, se identificaron en las dimensiones emocional y social, resaltando: muy felices, muy cariñosas y muy alegres; bastante educadas y sociables.

El único autoconcepto mencionado que de acuerdo con la teoría se enfoca o se adjudica a una característica específica de los hombres es el de activo y dinámico.

Por último, cabe destacar que de acuerdo con lo impuesto por la sociedad, todos los autoconceptos que se recopilaron cumplen con el papel que una madre debería desempeñar.

CONCLUSIONES

En esta última parte, se explica la manera en que se cumplieron los objetivos del presente estudio.

Esta investigación llevó como primer objetivo definir qué es el autoconcepto, tal como se señala en el capítulo 1 de este estudio, en su apartado 1.2, se encontró que el autoconcepto es la respuesta a las preguntas: ¿Quién soy? ¿Cómo soy? ¿Cómo llegue a serlo? ¿En qué tipo de persona me convierte ser eso que soy? Al dar respuesta a tales preguntas, el individuo conocerá la descripción de todas aquellas características y facetas que considera propias y que por lo tanto, lo identifican como persona (Díaz-Guerrero y Díaz-Loving; 1996).

El segundo objetivo de la investigación, situado en el apartado 1.5 del primer capítulo de este estudio, consistió en conceptualizar los elementos que conforman el autoconcepto, los cuales, según Díaz-Guerrero y Díaz-Loving (1996), son: dimensión física, dimensión social, dimensión emocional, dimensión ocupacional o educacional y dimensión ética/moral.

Como tercer objetivo, esta investigación se planteó el describir el proceso de cambio del autoconcepto; al respecto, en el apartado 1.8 del primer capítulo del presente estudio, se concluye, según palabras de Fernández (citado por Salgado; 2011), que el proceso de formación del autoconcepto inicia en los primeros años de

vida, consolidándose paulatinamente en años posteriores por medio de la interacción social, tanto en sentido positivo, como negativo, volviéndose cada vez más fuerte y, así, cada vez más difícil de cambiar. Sin embargo, nuevas experiencias podrían llegar a modificar las percepciones subjetivas de una persona acerca de la realidad, lo cual quiere decir que ciertas experiencias pueden llegar a cambiar las creencias que un individuo tiene sobre sí mismo.

El cuarto objetivo de esta investigación ha sido mostrar las características del autoconcepto en las jóvenes que son madres. De acuerdo con Jayme y Sau (2004), una mujer debe aprender a reconocerse como tal a través de su propio cuerpo; posteriormente conocerá el género que culturalmente le ha sido asignado y aprenderá a vivirlo y sentirlo desde perspectivas colectivas e individuales. Conocerá y será parte, al mismo tiempo, de los roles y estereotipos sexuales de los que deberá decidir ser parte o dejar de lado, mientras busca adaptarse a su entorno, mediante lo cual vivirá eligiendo aquello que quiere que forme parte de ella y reconociendo su propia identidad. Lo anterior se encuentra en el apartado 2.4 de esta investigación.

El objetivo número cinco de esta investigación fue conocer el concepto de identidad femenina. Con base en la teoría en que se basa este estudio, se tiene que una vez que una mujer es catalogada como tal, de acuerdo con su sexo, y comienza a ser introducida al rol de género femenino construido por la sociedad, entonces tendrá que enfrentar un proceso que Money y Ehrhardt (citados por Jayme y Sau; 2004: 60), describen como “la igualdad a sí misma, la unidad y persistencia de la propia individualidad como mujer, en especial, tal como es experimentada en la

conciencia acerca de sí misma y en la conducta, la identidad de género es la experiencia personal del rol de género femenino, el cual es la expresión pública de la identidad de género femenino”. Esto se encuentra en apartado 2.1.1 de este estudio.

Reconocer los roles femeninos ha sido el sexto objetivo del presente estudio. Al respecto, en el apartado 2.3 del segundo capítulo de esta investigación, Burin (2003) concluye que los roles tradicionales de la mujer son el de esposa, madre y ama de casa; mientras que Fuller (1993) señala como roles actuales de la mujer los de estudiante de mayores niveles que antes, proveedora contribuyente del sustento familiar, ingresada en el mercado laboral, reguladora de su sexualidad y del control de su capacidad reproductiva y profesionalista; por su parte, Ramírez (1995) señala los roles de madre adolescente, madre soltera, madre a edades tardías con mayor grado de escolaridad, esposa sin hijos y jefa de hogar.

Como objetivo número siete, se planteó determinar el rol de ser madre. De acuerdo con lo planteado por Fuller (1993), gracias a las exigencias de un mundo en constante evolución, el rol de madre difícilmente se lleva como único, pues debe combinarse con un sinfín de papeles adscritos a la mujer, además de los llamados tradicionales, convirtiéndose así en madres y esposas, madres estudiantes, madres que trabajan para colaborar o para proveer por completo el sustento de su familia, madres solteras que tienen que ser madre y padre, o incluso una conjunción de dos o más de estos y otros roles aunados a la maternidad. Esta información puede encontrarse en el apartado 2.3.1 de la presente investigación.

Como octavo y último objetivo: nombrar los autoconceptos de las mujeres estudiantes que son madres, de 15 a 20 años de edad, alumnas del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica de Uruapan, Michoacán, México; y en respuesta a la pregunta de investigación: ¿Cuáles son los autoconceptos que tienen en común las jóvenes que son madres, de 15 a 20 años de edad, alumnas del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica de Uruapan, Michoacán, México? Se determinó que de acuerdo con los resultados obtenidos en la “Evaluación del autoconcepto, una escala multidimensional” y en la “Guía de entrevista del autoconcepto”, los autoconceptos predominantes formaron parte de las dimensiones emocional y social; dentro de la emocional destacan “muy felices”, “muy cariñosas” y “alegres”; mientras que dentro de la social, sobresalen “bastante educadas” y “sociables”.

BIBLIOGRAFÍA

- Checa, Susana. (2003)
Género, sexualidad y derechos reproductivos en la adolescencia.
Editorial Paidós. Argentina.
- Díaz-Guerrero, Rogelio; Díaz-Loving, Rolando. (1996)
Introducción a la Psicología, un enfoque ecosistémico.
Editorial Trillas. México.
- Fierro, Alfredo. (1997)
Manual de psicología de la personalidad.
Editorial Paidós. España.
- Flores Antúnez, Karen L. (2011)
Los estilos de crianza y su repercusión en el desarrollo del autoconcepto y la autoestima en los niños de edad preescolar.
Tesis inédita de la Escuela de Psicología de la Universidad Don Vasco, A.C.
Uruapan, Michoacán, México.
- Fuller, Norma. (1993)
Dilemas de la feminidad: mujeres de clase media en el Perú.
Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú.
- García Estrada, Alba R. (2013)
Diferencias entre hombres y mujeres en estereotipos de género y autoconcepto.
Tesis inédita de la Escuela de Psicología de la Universidad Don Vasco, A.C.
Uruapan, Michoacán, México.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar.
(2008)
Metodología de la investigación.
Editorial McGraw-Hill. México.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar.
(2010)
Metodología de la investigación.
Editorial McGraw-Hill. México.
- Jayme, María; Sau, Victoria. (2004)
Psicología diferencial del sexo y el género.
Editorial ICARIA, S.A. España.

Leñero Llaca, Martha I. (2010)
Equidad de género y prevención de la violencia en primaria.
Edit. Secretaría de Educación Pública. México.

Myers, David G. (2005)
Psicología social.
Editorial McGraw-Hill. México.

Myers, David G. (2006)
Psicología social.
Editorial McGraw-Hill. México.

Ramírez, Valeria. (1995)
Cambios en la familia y en los roles de la mujer. América Latina y el Caribe.
Editorial CELADE-CEPAL. Chile.

Rodrigues, Aroldo. (2004)
Psicología social para principiantes, estudio de la interacción humana.
Editorial Trillas. México.

Salazar, José M.; Montero, Maritza; Muñoz C., Carlos. (2006)
Psicología social.
Editorial Trillas. México.

Salgado Ulloa, Silvia A. (2011)
La relación que existe entre el autoconcepto y el rol que juega cada miembro dentro
de un grupo artístico.
Tesis inédita de la Escuela de Psicología de la Universidad Don Vasco, A.C.
Uruapan, Michoacán, México.

Saura Calixto, Pilar. (1996)
La educación del autoconcepto: cuestiones y propuestas.
Editorial Servicio de Publicaciones Universidad de Murcia. España.

MESOGRAFÍA

Burin, Mabel. (2003)

“Género y Psicoanálisis: Subjetividades femeninas vulnerables”.

<http://www.psiconet.com/foros/genero/subjetividad>

Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica. (s/f)

<http://www.conalep.edu.mx>

De la Rosa, Jorge; Díaz Loving, Rolando. (2013)

“Evaluación del autoconcepto: una escala multidimensional”.

Revista Latinoamericana de Psicología, vol. 23, núm. 1, 1991, pp. 15-33.

Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Colombia.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80523102>

Irigaray, Luce. (2014)

“El cuerpo a cuerpo con la madre”

<http://www.jstor.org/stable/42624176>

Turbet, Silvia. (2003)

“Masculino/Femenino; Maternidad/Paternidad”

<http://www.psiconet.com/foros/genero/turbet>

Guía de entrevista del autoconcepto

Nombre: _____

¿Cómo te describes socialmente?

¿Cómo te describes emocionalmente?

¿Con qué emociones positivas y negativas te identificas?

¿Cómo te describes éticamente?

¿Cuáles son los roles que ocupas actualmente, además de madre y estudiante?

¿Qué características te identifican dentro de esos roles?

¿Cómo consideras que cumples esos roles?

¿Cómo te describes físicamente?

¿Qué características te definen como madre?

¿Quieres agregar algo más?