

## **ESTUDIO SOBRE EL CONCEPTO QUE TIENEN DE LA MUJER MODERNA TRES MUESTRAS NO CORRELACIONADAS**

VICTORIA MAGDALENA VARELA MACEDO  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Recibido: 20 de marzo de 2012

Aprobado: 16 de octubre de 2012

### **Resumen**

Las representaciones sociales son importantes porque movilizan emociones y se van construyendo y estructurando a través de los procesos de interacción y comunicación social. Estas representaciones pueden variar de un grupo a otro, dependen de aspectos relacionados con las categorías sociales de los grupos, los valores, la posición social, la experiencia, el contexto cultural, histórico y social de los mismos Jodelet (1991). El estudio tiene como objetivo: determinar cuál es el concepto o representación social, que sobre la mujer moderna, presenta una muestra de sujetos pertenecientes a tres poblaciones. En los resultados obtenidos, en el conjunto SAM por categorías se obtuvieron las siguientes definidoras: (primeras cinco). Usuarios: desmadrosa, mala, grosera, loca, trabajadora. Trabajadores: trabajadora, independiente, responsable, preparada, capaz. Alumnos: trabajadora, independiente, inteligente, liberal, autosuficiente. Mujeres: trabajadora, independiente, inteligente, liberal, responsable. Hombres: trabajadora, bonita, desastrosa, mala, prostituta.

*Palabras clave:* Mujer, representaciones sociales, redes semánticas,

## **STUDY ON THE CONCEPT ABOUT MODERN WOMAN IN THREE UNCORRELATED SAMPLES**

### **Abstract**

Social representations are important because they mobilize emotions and are built and structured through processes of social interaction and communication. These representations may vary from one group to another, and they depend on aspects as social category of groups, values, status, experience, cultural, historical and social contexts, Jodelet (1991). Objective of the study is to determine: What is the concept or social representation on modern woman that are having subjects drawn from three uncorrelated populations. In results, SAM set was constituted by the following categories: (first five). Users: desmadrosa, bad, rude, crazy, hard-working. Employees: hard-working, independent, responsible, educated woman, woman capable. Students: hard-working, independent, intelligent, liberal, responsible. Women: hard-working, independent, intelligent, liberal, responsible. Men: hard-working, nice, disastrous, bad, prostitute.

*Key words:* Woman study, social representations, semantic networks,

### **Introducción**

La percepción social es el proceso por medio del cual se busca conocer y entender a otras personas. Mirando su apariencia, gestos, expresiones verbales y acciones, tratamos de sondear sus cualidades más personales, las evaluamos, hacemos juicios y derivamos un sentimiento. Incluso con la gente que conocemos continuamos este proceso y somos sensibles a sus estados de ánimo, sus planes, su personalidad y sus debilidades (Quinn & Macrae, 2005).

Esta habilidad para entender a la gente juega un papel crucial en nuestra vida cotidiana. Tenemos que ser capaces de entender a las demás personas, confiar en ellas y amarlas. La vida social se vendría abajo si no realizamos este tipo de actividades.

Conocer y entender a las demás personas, es una de las tareas que implican mayor reto para la persona que percibe, debido a la gran cantidad de información que está disponible, ésta tiene que construir de alguna forma coherente, una representación interna de los demás. Representación que a su vez puede ser utili-

---

\* Psicóloga, Doctora en Educación. Profesora investigadora adscrita al Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. corzo\_rh@yahoo.com.mx

zada para guiar el procesamiento de información y la generación de respuestas (Quinn & Macrae, 2005).

Durante por lo menos los últimos 50 años, los investigadores han tratado de identificar las tácticas que las personas usan para dar sentido y entender a quienes les rodean.

Boeree (1999), plantea que cuando la persona se relaciona con el mundo, primero lo va cortando en pequeñas partes, después va separando unas de otras y hace diferenciaciones. Estas diferenciaciones han sido denominadas de diferentes formas: constructos, conceptos, preceptos, categorías, dimensiones, representaciones sociales, etc, existen evidentemente, algunas diferencias en su significado, pero básicamente se refieren al mismo concepto, (p. 93).

Toro (2005), plantea que, el proceso cognitivo de la formación de conceptos sobre otras personas, sugiere que una vez que se le da información a un sujeto respecto de una persona, lo que él hace generalmente, son inferencias sobre otras características o rasgos que piensa, pudiera poseer esa persona.

Quinn y Macrae (2005), proponen que son el sexo, la edad y la raza, aquellos atributos que han demostrado ser, en diversas investigaciones, las categorías dominantes en la percepción de personas.

González (2000), por su parte, señala que las características que afectan principalmente la formación de conceptos son: cálido, competente y atractivo físicamente. Dice el autor que en 1977 Folkes y Sears, definieron el ser cálido como el tener una actitud y un punto de vista positivo hacia las personas y las cosas.

Zebrowitz (1990), señala que los estereotipos asociados al género son importantes, dado que influyen las impresiones con el estereotipo, que los hombres son más competentes que las mujeres, o que también, ellos son menos nerviosos, menos emocionales y más lógicos.

### Las representaciones sociales

El concepto representación mental fue desarrollado por Durkheim en 1898 y se refiere a estructuras intelectuales que dan origen por ejemplo a la religión y los mitos. Estas representaciones son colectivas, porque son compartidas por todos los miembros de la sociedad. Se transmiten de una generación a otra por múltiples mecanismos, entre ellos los estereotipos. Existen fuera de los individuos y funcionan como reguladores de su conducta y pensamiento (Morales 2002).

Sin embargo, estas representaciones colectivas adolecían de un problema, pues se concibieron como un concepto estático que mostraba resistencia al cambio.

En la década de 1960 surge en Francia como un intento por rescatar el concepto la teoría de las Representaciones Sociales.

El estudio de las Representaciones Sociales es iniciado por Sergei Moscovici, quien habla de las representaciones colectivas y dice que estas son más apropiadas para entender a las sociedades (Morales 2002).

Según Moscovici, 1973 (citado por Sotirakopoulou & Breakwell, 1992) una representación social es:

“Un sistema de valores, ideas y practicas que tienen una doble función: en primer lugar, establecer un orden que permita a los individuos orientarse en su mundo social y material y dominarlo. En segundo término, permitir la comunicación entre los miembros de una comunidad, aportándoles un código para el intercambio social y un código para denominar y clasificar de manera inequívoca los distintos aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal”, (p. 29).

Las representaciones sociales (RS), son significativas en la medida que movilizan emociones y son construidas en los procesos de interacción y comunicación social. Estas representaciones pueden variar de un grupo a otro, depende de aspectos relacionados con las categorías sociales de los grupos, los valores, la posición social, la experiencia, el contexto cultural, histórico y social de los grupos. Jodelet (1991).

Las RS son básicamente una representación de algo para alguien, que permite construir una relación social con el objeto. Desde un punto de vista epistemológico, las RS no son un reflejo de la realidad, sino su estructuración significante, de modo tal que para los individuos se convierten en la realidad misma (Castorina, Barreiro & Toscano, 2005, p. 208).

Por eso, los significados construidos son puestos por el grupo en el lugar del “objeto real” y conforman lo que la realidad “es” para esas personas. De este modo, se funda “una realidad”, generada por la construcción social de significados. Las RS compiten por ser la realidad y por tanto, defienden, circunscriben y excluyen otras realidades. Justamente, la teoría de las RS cuestiona la existencia de un conocimiento en el que la realidad se de por sí misma o de forma inmediata para el sujeto (Castorina, et al., 2005).

Barriga Jiménez y León Rubio (1993), consideran que las representaciones sociales, actúan como rejillas de decodificación y de interpretación de la realidad y predisponen a la acción, en consecuencia la represen-

tación social que posean las personas de un objeto social cualquiera, es de suma importancia ya que determinará en gran medida la manera de actuar ante ellas, (citado por Knapp, Suárez, & Mesa, 2003).

Las RS guían la conducta de los miembros de un grupo así como las prácticas sociales en relación con el objeto (Moral & Ortega, 2008).

Las RS son consideradas como “saber de sentido común”, en contraposición al conocimiento científico. Así definidas las RS, pueden ser objeto de estudio (Gunter, 2002).

Empezar estudios acerca de la representación de un objeto social, permite reconocer los modos y procesos de constitución del pensamiento social, por medio del cual las personas construyen y son construidas por la realidad social. Pero además, nos aproxima a la “visión de mundo” que las personas o grupos tienen, pues el conocimiento del sentido común es el que la gente utiliza para actuar o tomar posición ante los distintos objetos sociales, (Araya, 2002).

El estudio de las RS permite acceder al pensamiento social, es decir, a aquellos conocimientos, creencias y opiniones que emergen de la interacción grupal. (Knapp, et al., 2003).

Sotirakopoulou y Breakwell, (1992) plantean que diferentes investigadores, utilizan diferentes metodologías para investigar las RS y que en la actualidad ningún método ha probado ser la herramienta perfecta y satisfactoria para su estudio (p. 30). Agregan que el uso de diversas metodologías, es alentador, pues usar diferentes métodos puede proporcionar una mayor y mejor comprensión de las RS.

Banchs, 1986, (citado por Knapp, et al. 2003, pp. 32-33) comenta que: “no existen metodologías precisas o exclusivas para abordar el estudio de las RS. En general sugiere el uso de entrevistas abiertas, la observación participante, el análisis minucioso del lenguaje usado por los sujetos, las preguntas proyectivas de las frases incompletas”. Sin embargo concluye que el investigador debe ajustar sus técnicas de recolección de datos al objeto de estudio.

Abriç, 2003 utiliza entrevistas y principalmente la asociación libre. Herzlich realizaba entrevistas abiertas; Jodelet prefiere entrevistas abiertas, observación participante y asociación libre de palabras. Moscovici utilizó el cuestionario de elección forzosa. Di Giacomo la asociación libre de palabras estímulo. Ibáñez utiliza escalas tipo Likert, diferencial semántico, asociación libre de palabras y entrevistas. También se han usado completamiento de frases, obras literarias, gra-

baciones de radio y artículos periodísticos, (Knapp, et al. 2003, p. 33).

Las representaciones sociales se estudian fundamentalmente con una metodología cualitativa y de comparación entre grupos sociales (Rouquette y Flament, 2003). El contenido semántico de la RS de un objeto es la red de significados asociados al mismo. Se suele determinar con cuestionarios de preguntas abiertas, se puede analizar considerando al grupo o sociedad para distinguir un núcleo central y varias periferias; o bien distinguiendo subgrupos de individuos que comparten un significado semejante. En esta ocasión se utilizaron las redes semánticas para estudiar la RS que presentan tres grupos diferentes de personas. El objetivo es determinar si existen diferencias en las conceptualizaciones que pudieran tener sobre el tema “La mujer Moderna”.

La técnica de redes semánticas naturales, propuesta por Figueroa, González y Solís (citado por Valdéz, 2002), nos dice que el estudio de éstas debe ser natural, ya que es necesario, trabajar con las redes generadas por los sujetos. Para lograr su objetivo, los autores tuvieron que retomar algunos de los postulados básicos de las redes semánticas:

- A. Debe existir alguna organización interna de la información contenida en la memoria a largo plazo, en forma de red, en donde las palabras o eventos forman relaciones, las cuales, en conjunto, dan el significado de un concepto.
- B. Es el que se refiere a la distancia semántica, a partir de la cual debe entenderse, que los elementos que componen la red, se encuentran separados en alguna forma que incluso, permite hacer predicciones; es decir, no todos los conceptos obtenidos como definidores de un concepto, serán igual de importantes para definir al concepto central.

A partir de estos dos planteamientos teóricos, se desarrolla el procedimiento de las redes semánticas naturales, que consiste en dos instrucciones básicas:

1. Se pide a los sujetos, que generen una lista de palabras que esté asociada a un concepto determinado.
2. Se les solicita, que jerarquicen cada una de las palabras dadas y que otorguen el número 1 a la más cercana, el dos a la que sigue, etc.

Así, a partir de un concepto central se obtiene una lista de palabras definidoras, a cada una de las cuales se le asigna un peso (valor semántico o jerarquía) según la importancia que los sujetos le atribuyen. Con base en la lista y en los valores otorgados, se logra tener una red representativa de la organización y la distancia que tiene la información obtenida a nivel de

memoria semántica y con ello, se obtiene el significado de un concepto.

Por lo expuesto anteriormente, nos interesa explorar en tres grupos no correlacionados, cuál es el concepto o representación social que presentan sobre la mujer moderna.

### Método

#### Muestra

Estuvo integrada por tres grupos no correlacionados. El primero formado por 46 niños de la calle, que asistían a un centro comunitario. El segundo por 27 trabajadores de ese centro comunitario. El tercero fue conformado por 40 alumnos de la Facultad de Psicología. En total fueron 113 sujetos, cuyas edades fluctuaron de los 13 a los 60 años. Fueron 44 hombres y 69 mujeres. Se encuestó a la totalidad de usuarios y trabajadores del centro comunitario. En el caso de los alumnos se incluyó a alumnos de tercero y noveno semestre. Como se ha señalado se busca determinar si la representación social de cada uno de ellos es diferente o semejante.

#### Procedimiento

Se diseñó una encuesta con el formato de redes semánticas. Se le pedía a los sujetos que escribieran los cinco conceptos que asociaran con la frase "La Mujer Moderna es". A continuación se les solicitó que jerarquizaran sus conceptos y que asignaran el número uno al concepto que consideraban más relacionado con la frase. Que asignaran el número dos al que seguía en relación, así hasta el número cinco que era el menos relacionado.

En el caso de los alumnos de la facultad, la aplicación del instrumento fue grupal. Para los usuarios y trabajadores del centro comunitario, la aplicación fue individual.

Posteriormente se hizo el cálculo de los valores considerados en el análisis de datos de las redes semánticas.

### Resultados

Los resultados encontrados en el análisis de los datos de redes semánticas para la frase: "La Mujer Moderna es", que se aplicó a 27 trabajadores y 46 usuarios del Centro Comunitario, se presentan en las siguientes tablas 1 y 2.

Tabla 1.  
Usuarios. Valores Semánticos, Conjunto SAM y Valor M

Conjunto SAM	Valor M
desmadrosa	94
mala	84
grosera	83
loca	75
trabajadora	69
llevada	69
prostituta	66
irrespetuosa	65
buena	56
sucias	55
respetuosa	54
bonita	54
feliz	54
inteligente	46
irresponsable	43

J = 90

Se presentan los datos de las 15 primeras categorías.

Tabla 2.  
Trabajadores. Valores Semánticos, Conjunto SAM y Valores M

Conjunto SAM	Valor M
trabajadora	117
independiente	76
responsable	60
preparada	55
capaz	49
liberal	48
emprendedora	39
luchadora	26
igualdad	20
superación	17
honestas	16
inteligente	16
autosuficiente	16
materialista	16
comprometida	comprometida

J = 74

Se presentan los datos de las 15 primeras categorías.

Los resultados encontrados en el análisis de los datos de redes semánticas para la frase: "La mujer moderna es", que se aplicó a 40 alumnos de la Facultad de Psicología de la UNAM de diferentes semestres se presentan en la Tabla 3.

Tabla 3.  
Alumnos de la Facultad de Psicología. Valores Semánticos, Conjunto SAM y Valores M

Conjunto SAM	Valor M
trabajadora	182
independiente	165
inteligente	103
liberal	62
autosuficiente	53
capacitada	43
empresaria	43
ocupada	38
estudiosa	37
práctica	29
bonita	26
exitosa	25
libre	22
segura	21
valiente	19

J = 96

Se presentan los datos de las 15 primeras categorías

Es importante mencionar que el grupo de usuarios del centro comunitario está formado por jóvenes que se encuentran en un proceso de readaptación social ya que tienen vida en calle y consumen drogas. Incluso se puede observar que las categorías o definidoras dadas por este grupo tienden a ser de tipo negativo a diferencia de los otros dos grupos.

Los resultados encontrados en el análisis de los datos considerando las 67 mujeres: de la Facultad de Psicología de la UNAM así como las usuarias y trabajadoras se presentan en la tabla 4.

Tabla 4.  
Mujeres. Valores Semánticos, Conjunto SAM y Valores M

Conjunto SAM	Valor M
Trabajadora	297
Independiente	215
Inteligente	132
liberal	91
responsable	79
empresaria	76
autosuficiente	59
Fuerte	51
Preparada	49
Capaz	46
irresponsable	42
Estudiosa	37
Bonita	32
segura	31
práctica	29

J = 147

Se presentan los datos de las 15 primeras categorías

Los resultados encontrados en el análisis de los datos de 44 hombres: de la Facultad de Psicología de la UNAM así como de usuarios y trabajadores se presentan en Tabla 5.

Tabla 5.  
Hombres. Valores Semánticos, Conjunto SAM y Valores M

Conjunto SAM	Valor M
trabajadora	72
Bonita	64
Desastrosa	64
Mala	61
Prostituta	58
Grosera	57
Loca	54
buena	46
Libre	37
independiente	36
responsable	34
respetuosa	27
liberal	26
luchadora	26
Inteligente	23

J = 121

Se presentan los datos de las 15 primeras categorías

En estos dos grupos las definidoras que se repiten son: Trabajadora, Independiente, Inteligente, Responsable y Bonita.

En los resultados obtenidos tenemos que en el conjunto SAM por categorías se obtuvieron las siguientes definidoras: (primeras cinco).

Usuarios: desmadrosa, mala, grosera, loca, trabajadora.

Trabajadores: trabajadora, independiente, responsable, preparada, capaz.

Alumnos: trabajadora, independiente, inteligente, liberal, autosuficiente.

Las frecuencias obtenidas por sexo son:

1. Mujeres: trabajadora, independiente, inteligente, liberal, responsable.
2. Hombres: trabajadora, bonita, desastrosa, mala, prostituta,

### Discusión

Se observa que para los grupos de trabajadores, alumnos y mujeres el concepto de mujer moderna tiende a ser positivo. Se asocia principalmente con una idea de mujer activa, trabajadora, que es inteligente. Este concepto está muy distante de ideas tradicionales de que la mujer es sumisa y dependiente del hombre.

En los grupos usuarios y hombres la carga afectiva del concepto parece ser negativa, pero sin embargo, en ambos grupos se percibe a la mujer como trabajadora y activa.

El concepto en los grupos no está asociado a la maternidad, sino que se le ve como más libre de disfrutar de la vida y de su sexualidad, lo que puede indicar que se tiene un concepto más igualitario. Esto queda de manifiesto al observar categorías que hablan de igualdad.

Tampoco aparecen en los grupos aspectos como sumisión, sino todo lo contrario se habla de una mujer liberal, luchadora, emprendedora, autosuficiente.

En los datos observamos que el concepto de mujer varía de un grupo a otro, aun cuando, en ocasiones, se repiten algunos de los calificativos. Como se ve la valoración que se hace, pone de manifiesto aspectos relacionados con las categorías sociales de los grupos, los valores, la posición social, la experiencia, el contexto cultural, histórico y social de los mismos.

Barriga Jiménez y León Rubio (1993), consideran que las representaciones sociales actúan como rejillas de decodificación y de interpretación de la realidad y predisponen a la acción, en consecuencia la represen-

tación social que posean las personas de un objeto social cualquiera es de suma importancia ya que determinará en gran medida la manera de actuar ante ellas, (citado por Knapp, et al. 2003).

Las RS guían la conducta de los miembros de un grupo así como las prácticas sociales en relación con el objeto, (Moral & Ortega, 2008).

Emprender estudios acerca de la representación de un objeto social permite reconocer los modos y procesos de constitución del pensamiento social, por medio del cual las personas construyen y son construidas por la realidad social. Pero además, nos aproxima a la "visión de mundo" que las personas o grupos tienen, pues el conocimiento del sentido común es el que la gente utiliza para actuar o tomar posición ante los distintos objetos sociales, (Araya, 2002).

En síntesis, se puede decir que el uso de las redes semánticas, permitió penetrar en el pensamiento social de estos tres grupos. También permito conocer la RS que cada uno tenía en relación al concepto bajo estudio. Ello nos ha llevado a detectar diferencias y similitudes, pero se puede decir que es un buen intento para aproximarnos al conocimiento de esta categoría social tan compleja.

Si bien el tamaño de las poblaciones con que se trabajó es pequeño, se sugiere y se propone ampliar el rango, para observar cómo se comportan los datos. Este es un primer intento por penetrar en el estudio del tema de las RS por medio de redes semánticas.

### Referencias

- Abric, J. C. (2003). La recherche du noyau central et de la zone muette des représentations sociales. En J. C. Abric (Ed.), *Méthodes d'étude des représentations sociales.*, (pp. 59-80). Francia: Editions érés.
- Araya, U, S. (2002). Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión. *Cuaderno de Ciencias Sociales*, 127. Documento recuperado de: [www.flacso.or.cr/fileadmin/documentos/FLACSO/Cuaderno127](http://www.flacso.or.cr/fileadmin/documentos/FLACSO/Cuaderno127)
- Boeree, C. G. (1999). *Welcome to Social Psychology Basics*. Documento Recuperado de [www.ship.edu/Ecg-boeree/socpsy.html](http://www.ship.edu/Ecg-boeree/socpsy.html)
- Castorina, J A., Barreiro, A., & Toscano, A G. (2005). Las representaciones sociales y las teorías implícitas. *Educação et Realidade*, 30, (1), 201-222.
- González, C. (2000). *First impressions: the effect of physical attractiveness and Personality on relationships*. Documento Recuperado de: <http://clearinghouse.mwsc.edu/manuscripts/197.asp>
- Gunter, G. E. (2002). *Las Representaciones Sociales. Síntesis*. Documento recuperado de [www.catedras.fsoc.cuba.ar/ferraros/BD/egg/%20las%20representaciones](http://www.catedras.fsoc.cuba.ar/ferraros/BD/egg/%20las%20representaciones)

- Jodelet, D. (1991). Representaciones sociales: un área en expansión. En D. Páez, C. San Juan, I. Romo, & A. Vergara. (Eds.), *Sida: Imagen y Prevención* (pp. 25-56). España: Ed. Fundamentos.
- Knapp, E., Suárez M. C., & Mesa, M. (2003). Aspectos teóricos y epistemológicos de la categoría representación social. *Revista Cubana de Psicología*, 20, (1), 23-34.
- Moral, J., & Ortega, M E. (2008). Diferencias de género en significados, actitudes y conductas asociados a la sexualidad en estudiantes universitarios. *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*, 14, (28), 97-119.
- Morales J. F, Páez D, Kornblit A.L, & Asún D. (2002). *Psicología Social México*: Prentice Hall.
- Quinn, K. A., & Macrae, C. N. (2005). Categorizing others: the dynamics of person Construal. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, (3), 467-479.
- Rouquette, M. L., & Flament, C. (2003). *Anatomie des idées ordinaires. Comment étudier les représentations sociales*. Paris: Armand Colin.
- Sotirakopoulou, K., & Breakwell, G. (1992). The use of different methodological approaches in the study of social representations. *Ongoing Production on social. Representations. Productions Vives sur les Représentations Sociales*, 1, (1), 29-38.
- Toro, H. M. (2005). *Public perceptions of credibility of male and female Sportscasters*. Tesis de Maestría inédita. Winthrop University, Rock Hill, S. C.
- Valdéz J. L. (2002). *Las redes semánticas naturales, usos y aplicaciones en psicología social*, (3ª ed.). México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Zebrowitz, L., A. (1990). *Social Cognition*. Pacific Grove Ca: Brooks Cole P.