

# LOS RASGOS FEMENINOS SEGUN LA CULTURA DOMINANTE EN EL SALVADOR

Ignacio Martín-Baró

Departamento de Psicología

Universidad Centroamericana José Simeón Cañas

## RESUMEN

*Diversos estudios sugieren que la imagen de la mujer culturalmente imperante en El Salvador es de carácter machista. Unas escalas semánticas aplicadas a 1254 personas de los sectores medios de San Salvador, entre los 15 y los 50 años, indican que la imagen de la mujer se caracteriza por su laboriosidad, generosidad y actividad. Al compararla con la imagen del varón, se obtienen diferencias en los dos primeros rasgos, así como en la mayor dependencia y menor inteligencia de la mujer. Un análisis factorial apunta a la existencia de un factor de masculinidad y otro de feminidad, que mostrarían la discriminación socialmente favorable al hombre.*

## 1. LA IMAGEN DE LA MUJER.

A pesar de la evolución que experimentan en la sociedad salvadoreña ciertos aspectos del papel asignado a la mujer, como son su acceso a los estudios universitarios o su ingreso en el mundo profesional, la imagen cultural predominante sobre la mujer sigue teniendo rasgos diferenciadores de corte discriminatorio. En un estudio anterior realizado en San Salvador (Martín-Baró, 1980), se encontró la tendencia a asignar a la mujer las tareas domésticas con preferencia a las tareas profesionales, o a exigirle más comprensión que responsabilidad de cara a su hogar. Se observó también que la atribución de rasgos propios de una imagen "machista" de la mujer disminuía al aumentar el grado de escalarización de las personas.

En un estudio sobre la imagen de la mujer transmitida por la prensa diaria

salvadoreña, Adelaida Orellana, Martha Martínez y Sandra Manzón (1982) detectaron una presentación predominante de la mujer como objeto-señuelo, caracterizada como coqueta y seductora (exhibiendo su cuerpo o su belleza), y como superficial (dedicada a actividades intrascendentes). En la medida en que la prensa es portadora de los imperativos y criterios de la cultura dominante, cabe pensar que la imagen ideal propuesta a la mujer salvadoreña es de carácter machista, lo que significa la exigencia normativa no sólo de ser diferente, sino de ser instrumental y sumisa al varón.

Dadas sus potenciales consecuencias, es importante verificar si esta imagen de la mujer se mantiene en los diversos sectores de la población salvadoreña como un estereotipo cultural reacio al cambio. Richard D. Ashmore (1981)

realizó una serie de estudios sobre los estereotipos sexuales en Estados Unidos y llegó a la conclusión de que la diferenciación cognoscitiva entre varón y hembra constituye una dimensión de la llamada "teoría implícita de la personalidad" que equivale a la distinción entre rasgos duros y blandos de una persona. Según Ashmore, esa dimensión es independiente de la dimensión evaluativa de bondad y maldad. Sin embargo, Shelley E. Taylor y Hsiao-Ti Falcone (1982) han comprobado experimentalmente que los estereotipos sexuales involucran al menos dos procesos, uno cognoscitivo y otro afectivo, en gran medida autónomos. Estos resultados parecen contradecir la hipótesis de que los estereotipos sean simples conceptos grupales, que indican la probabilidad de que un rasgo se presente en los miembros de un grupo, y apoyan más bien la idea tradicional de que los estereotipos denotan una valoración social sesgada.

En este trabajo, nos preguntamos si los sectores medios metropolitanos de San Salvador, que serían los portadores más típicos de la cultura dominante en el país, tienen una imagen estereotipada de la mujer y en qué medida esa imagen constituye una descripción de orden cognoscitivo probabilístico o contiene también elementos de valoración discriminante.

## 2. METODO.

Se elaboró un cuestionario al que se tituló "Escalas de la vida cotidiana". Tras unas instrucciones sobre su objetivo y la manera de responderlo, se presentaba en él una serie de situaciones, una de las cuales involucraba a una mujer y otra a dos hombres, un comerciante y un militar. En cada caso, se proporcionaba una aparente información sobre cada uno de estos tipos de personas y una serie de escalas bipolares (diferenciales semánticos) en las que había que calificarlos según el parecer de quien respondía. En realidad la identificación se limitaba a nombrar los tipos de personas ("una típica mujer", "un teniente") a fin de que, a partir de su identificación

nominal, las personas encuestadas pudieran proyectar la imagen que tuvieran de esos tipos.

Tras una fase preliminar de prueba, la versión definitiva del cuestionario fue corrida, por un lado, a una larga población de adultos de los sectores medios, mayores de 20 años, contactados en diversas partes del área metropolitana de San Salvador. Por otro lado, el cuestionario fue pasado a los últimos cursos de bachillerato en varios centros escolares de la capital.

El número total de cuestionarios válidos fue de 1,254, de los cuales el 53% es de hombres.

El 52.5% de los encuestados se encuentra entre los 15 y los 19 años, un 31.6% entre los 20 y los 29 años, y el restante 15.9% tiene 30 años o más. Aunque el cuestionario no fue pasado a una muestra rigurosamente seleccionada, se aplicaron unos criterios de estratificación por lugar de contacto (diversos niveles socioeconómicos), por sexo y por edad, para asegurar así el acceso a los diversos sectores que componen la población metropolitana de San Salvador entre los 15 y los 50 años, lo que respalda el valor representativo de los resultados obtenidos respecto a esos sectores.

## 3. RESULTADOS

De las diez características bipolares presentadas en la escala sobre la mujer, las que se le atribuyeron con más intensidad son, en este orden: laboriosidad, generosidad, actividad, religiosidad y emotividad (ver Cuadro 1). Puesto que las escalas se presentaban en forma de diferenciales semánticos, con un máximo de 3.0 puntos hacia cada polo, puede considerarse que los valores escalares alrededor del punto intermedio (0.0) indican que un rasgo determinado no es considerado característico de la imagen en cuestión. En el presente caso, se decidió que sólo los rasgos que alcanzaran un elevado valor promedio se considerarían parte de una imagen cultural estereotipada de la mujer. Ese valor promedio mínimo se fijó en 1.5, en cualquiera de las dos direcciones de la polaridad semántica. En

consecuencia, la imagen "estereotípica" de la mujer que presentan los sectores medios metropolitanos encuestados se caracteriza por su laboriosidad (2.2), su generosidad (1.5) y su actividad (1.5).

Es interesante notar las diferencias que presenta esta imagen o estereotipo cultural de la mujer con la correspondiente imagen del hombre, sobre todo en su caracterización más viril, la de militar. El Cuadro 2 muestra las diferencias

entre cinco rasgos tal como se atribuye a la imagen de la mujer y a la imagen del varón, en cuanto comerciante y en cuanto militar. La diferencia más notable entre ambas imágenes aparece en el rasgo generoso-egoísta. Pero quizás resulta todavía más significativo subrayar cómo la relación direccional de las imágenes se invierte en lo que respecta a la inteligencia, rasgo con el que no se caracteriza a la mujer.

## CUADRO 1

### RASGOS DE LA IMAGEN DE LA MUJER POR SEXO EN SECTORES MEDIOS DE SAN SALVADOR (Agosto de 1982)

R A S G O*	SEXO		
	Masculino	Femenino	TODOS
Trabajadora - Haragana	2.1	2.3	2.2
Generosa - Egoísta	1.4	1.7	1.5
Activa - Pasiva	1.6	1.3	1.5
Religiosa - No religiosa	1.2	1.2	1.2
Emotiva - No emotiva	1.2	1.2	1.2
Independiente - Dependiente	-1.1	-1.2	-1.1
Dominante - Sumisa	-0.5	-0.8	-0.6
Inteligente - Ignorante	0.3	0.4	0.4
Débil - Fuerte	-0.3	-0.2	-0.2
Objetiva - Subjetiva	0.2	-0.2	0.0

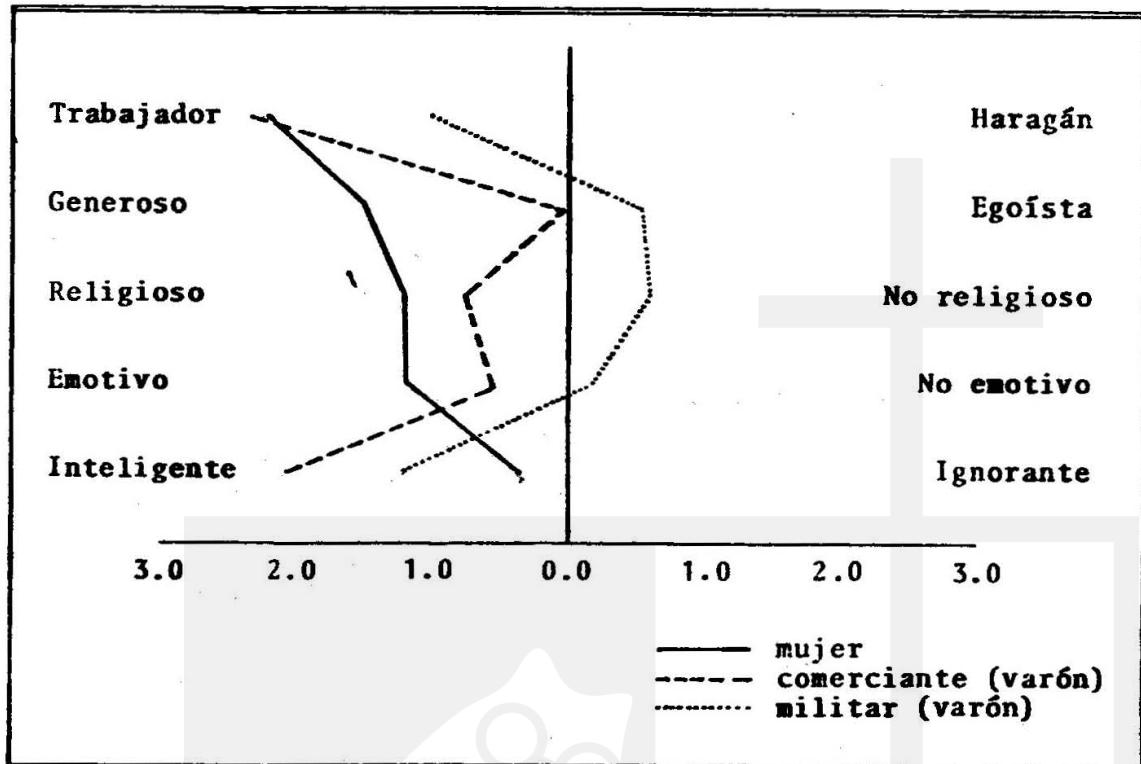
\* La escala es de 0.0 a 3.0 puntos en ambas direcciones. Se presentan con signo negativo los valores promedios en dirección del segundo polo semántico.

Al realizar un análisis factorial con los resultados obtenidos con estas escalas, se encontró que dos factores daban cuenta de la varianza. Uno de los factores saturaba predominantemente los rasgos de dominación, actividad, objetividad, inteligencia e independencia; mientras el otro saturaba los rasgos de generosidad, laboriosidad, religiosidad y emotividad. Así, el primer factor parece corresponder al carácter masculino y el segundo, al femenino. En otras palabras, estos sectores tenderían a tipificar culturalmente al hombre con los ras-

gos del primer factor, mientras tenderían a medir a la mujer con los rasgos del segundo factor. Esto no significa que se considere, por ejemplo, que una mujer no puede ser dominante o un hombre laborioso; significa que su feminidad o virilidad serán medidas por otros rasgos y que, si en una persona se dieran sólo o predominantemente rasgos propios del otro sexo, según la diferenciación anterior, tenderán a ser percibidos como una mujer virilizada o un hombre afeminado.

## CUADRO 2

**IMAGEN DE LA MUJER Y DEL HOMBRE  
EN SECTORES MEDIOS DE SAN SALVADOR  
(Agosto de 1982)**



Como se puede ver en el Cuadro 1, la imagen cultural sobre la mujer es muy similar en ambos sexos y, aunque se dan algunas diferencias significativas, éstas no alteran la imagen global. Ahora bien, es importante señalar que las diferencias tienden a seguir la dirección marcada por los factores de masculinidad y feminidad, es decir, las mujeres califican su propia imagen de una manera más marcada que los hombres en los rasgos "femeninos" (por ejemplo, trabajadora y generosa), mientras que la califican de un modo más débil en los rasgos "masculinos" (por ejemplo, actividad y dominio). Esto parece indicar una conciencia, al menos implícita, sobre el valor cultural de esos rasgos en la tipificación sexual.

### 4. ANALISIS.

Los resultados de este estudio indican que los sectores medios metropolitanos poseen una imagen estereotipada de lo que es la mujer y que los rasgos que más caracterizan esa imagen son el de la-

boriosidad, el de generosidad y el de actividad. En la medida en que los sectores medios son los portadores típicos de la cultura dominante, esos serían los principales rasgos que en El Salvador se atribuyen y exigen de una mujer.

En apariencia, esta imagen de la mujer no contiene una valoración social y, de contener alguna, parecería que ésta es más bien positiva. Sin embargo, un examen más cuidadoso de los resultados muestra lo engañoso de esa conclusión: la laboriosidad, generosidad y actividad como rasgos de la mujer hay que ponerlos junto al rasgo de su dependencia (y sumisión) así como junto al de su "no inteligencia", por lo menos con respecto al varón. Cuando se forma ese conjunto, se ve que el sentido de laboriosidad, generosidad y actividad de la mujer es el de servir al hombre, del que debe depender y al que debe someterse. Esta diferenciación discriminatoria aparece con claridad al comparar los rasgos propios del factor masculino y del factor femenino según esta cultura: dominio, actividad, inteligencia e independencia son los ras-

gos para medir al hombre, generosidad, laboriosidad, religiosidad y emotividad los propios de la mujer. Y es interesante que aunque se estereotipe a la mujer salvadoreña como "activa", el rasgo de "actividad-pasividad" se incluye más bien en la configuración masculina.

Los datos del presente estudio corroboran los obtenidos en los Estados Unidos por Ashmore (1981), en el sentido de que la diferenciación entre masculinidad y feminidad corresponde a los rasgos de la personalidad considerados respectivamente como "duros" y " blandos". Sin embargo, no parece que esos rasgos puedan separarse de su valoración social, sobre todo cuando se tiene en cuenta lo que en la vida significa que del hombre se exija el dominio y de la mujer su laboriosidad, o que al hombre se le atribuya la inteligencia y a la mujer la emotividad.

En conclusión, la cultura dominante salvadoreña, al menos tal como la

reflejan los sectores medios metropolitanos, tiene una imagen de la mujer y sus elementos suponen una valoración social discriminatoria en beneficio del varón.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Ashmore, Richard D. [Estereotipos sexuales y la teoría de la personalidad implícita.] En David L. Hamilton (Comp.), [Procesos cognoscitivos en los estereotipos y en la conducta intergrupal.] Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum, 1981.
- Martín-Baró, Ignacio, La imagen de la mujer en El Salvador. *Estudios Centroamericanos*, 1980, 380, 557-568.
- Orellana Merlos, Adelaida; Martínez, María Martha y Manzón, Sandra María, La imagen de la mujer a través de la prensa salvadoreña. *Boletín de Psicología* (UCA, San Salvador), 1982, 5, 3-7.
- Taylor, Shelley E. y Falcone, Hsiao-Ti, [Las bases cognoscitivas del estereotipo. La relación entre categorización y prejuicio.] *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1982, 8, 426-432.