

Colegio Etchegoyen Depto. Filosofía

Talcahuano

Los Estereotipos

Curso : 3 ½ B

Fecha : 26/04/2002

Asignatura : Filosofía

Índice

Introducción	1
¿Qué son los estereotipos?	2
La Comunicación y los Estereotipos	4
Los Estereotipos de género.	5
Estereotipos de la Mujer	5
El hombre y los Estereotipos	7
Los Niños y los Estereotipos	9
Conclusiones	10
Bibliografía	11

Introducción

Hoy en día estamos insertos en una sociedad donde lo más el desarrollo de las sociedades se produce a través de los intercambios de información, vivimos la era de las comunicaciones. Desde sus comienzos, donde su función era netamente informar y comunicar, los medios de comunicación han cambiado mucho llegando en muchos casos a desvirtuarse sus objetivos y convertirse en elementos manipuladores de la sociedad. Los medios de comunicación juegan un papel importante en el enriquecimiento social y estamos totalmente ligados a ellos, desde escuchar las noticias por la radio, hasta realizar compras vía Internet. , tanto es así que estamos en un punto donde estas nos dominan; guían el curso de nuestras vidas y dictan nuestras formas de conducta. Es en ese punto donde los seres humanos deberíamos dibujar la raya y establecer un límite, pero nuestros ojos se ennegrecen y nos dejamos llevar adoptando lo que los medios nos dictan..... es aquí donde se forman los estereotipos, modelos de conducta que se convierten en esquemas profundamente arraigados en nuestras mentalidades al punto que los adoptamos como parte de la naturalidad humana.

¿Qué son los estereotipos?

Aunque los estereotipos nos parezcan algo grande, algo en lo que los medios de comunicación tienen un alto grado de responsabilidad, en realidad no es tan así ya que un estereotipo puede ser una idea colectiva que se

tenga respecto de cualquier cosa, como podría ser una característica, entonces, por ejemplo, si un grupo de 10 o incluso menos personas que piensen de la misma forma acerca de cómo se debe combinar los colores para vestirse, han creado un estereotipo, pero específico de ese grupo de personas; entonces un estereotipo, en rigor, no siempre es algo masivo, pero son los otros, los que sí tienen que ver con los medios de comunicación, los que afectan la psiquis de las personas y que pueden alterar, como consecuencia, el curso de la sociedad.

Si tratamos de definir la palabra estereotipo como lo haría un diccionario obtendríamos una definición más o menos así: Conjunto de ideas que un grupo o una sociedad obtiene a partir de las normas o patrones culturales previamente establecidos. Esto demuestra que en el fondo los estereotipos son el producto de la atribución de una determinada característica a objetos (o grupos de personas), que tiene su origen en una generalización indebida o demasiado aproximativa y arbitraria de la realidad, y que, por lo tanto, tiende a prescindir de cualquier conclusión lógica o de una comprobación experimental.

Aunque se reconozca a los estereotipos una cierta utilidad en la comunicación humana es evidente que tienden a transformar datos imprecisos en descripciones rígidas, las que se adoptan como parte de lo típico. Los estereotipos también tienden a identificarse con los prejuicios sociales que nacen de una falsa generalización de algún hecho en particular, y que derivan, más que de una conclusión intelectual, de una profunda participación afectiva que rechaza las indicaciones que señala la experiencia (prejuicios).

En la actualidad existen muchos estereotipos que pueden deberse a diferentes características como clase social, edad, religión, etnia, sexo, y la lista podría llenar esta página y los medios de comunicación son uno de los principales culpables ya que a través de muchas estrategias comerciales logran establecer modelos de conducta o apariencia que la mayoría de las personas tratará de adquirir. La comunicación presenta estereotipos de casi todos los tipos de persona (hombre, mujer, niño, anciano, político, dueña de casa, homosexual y un largo etcétera).



Dibujo que demuestra metafóricamente como los medios de comunicación manejan y dominan a la sociedad.

La comunicación y los estereotipos

Los estereotipos se transmiten y promueven por diversas vías, tales como la educación formal y la educación informal, principalmente en el núcleo familiar y a través de los medios masivos de comunicación. Cuando prendemos la televisión, la radio o abrimos una revista, le estamos abriendo la puerta de nuestro hogar y de nuestra mente a una serie de ideas y de imágenes que, si bien, por un lado, reflejan la realidad, nos informan y

nos entretienen, por otro lado presentan una visión reducida y tendenciosa de cómo vivir, como pensar, como vestir, como SER.

Todas las personas, casi por instinto, trataremos en algún momento de nuestras vidas de encajar en alguna clase social o grupo y para ello se hace necesario cumplir con los requisitos necesarios para llegar a establecerse en uno. La comunicación es el medio que se preocupa de establecer dichos grupos. A través de comerciales de alguna casa comercial que muestra modelos vistiendo la ropa de la temporada, por ejemplo, establece como deberían ser las personas para poder verse bien con esa ropa e inconscientemente las personas trataran de verse como los modelos del comercial. Si bien los comerciales utilizan estrategias de marketing para llegar al consumidor, lo hacen muy bien hasta el punto de dominarlos. Luego las personas al ver una y otra vez el comercial irán aumentando las ganas de cumplir con el estereotipo que este estableció. Pero la moda es solo un caso ya que las comunicaciones están repletas de estereotipos que van desde que ropa se debe usar hasta la marca de detergente que se debe comprar.

En el fondo la comunicación es el medio por el cual nos llega la información y que nosotros sin realizar un análisis lógico, la estereotipamos.

Los contenidos de la mayoría de los medios de comunicación, como es el caso de las telenovelas o los anuncios publicitarios, presentan estereotipos o modelos de personas ideales, con los cuales nos comparamos, o bien, imitamos y que constituyen una vía eficaz para preservar la idea de desigualdad entre hombres y mujeres.

Los estereotipos de género:

Desde nuestro nacimiento hasta nuestra muerte.

Los estereotipos si bien se deben en gran magnitud a los medios de comunicación, existen otros, que desde que nacemos nos son inculcados, que tenemos impresos en nuestra mente que ya son parte de nuestra realidad: los estereotipos de género.

Desde que nacemos y nuestras familias saben de nuestro sexo, inmediatamente comienzan a estereotiparnos: si el recién llegado es niña se le vestirá con ropas rosadas y su dormitorio se pintará con colores similares y sus repisas tendrán muñecas y peluches; si el bebé es varón se le vestirá con colores celestes y sus juguetes serán desde ese momento autos de juguete, legos, rompecabezas; estos son los primeros rasgos diferenciadores que tendrán damas y varones a lo largo de toda su vida.

Estereotipos de la mujer

En nuestros tiempos la televisión juega un papel importantísimo en el establecimiento de estereotipos, especialmente de género (o sexo), ya que tiene el potencial de crear valores sociales y ejercer influencia en las personas porque ofrece definiciones, presenta modelos, y puede ser un exponente de cambios. Dentro de los múltiples estereotipos que nos ofrece está el de la mujer ideal que, a través de los anuncios comerciales, muestra a una mujer feliz, espontánea, inteligente, respetable, socialmente aceptable, deseable e influyente. No contradicen lo que se les dice, es complaciente, servicial, atenta, etc. Físicamente es delgada, con el cuerpo perfecto y facciones clásicas, bella.

Por consiguiente, esta imagen de la mujer ideal ha sido de gran impacto, ya que ha aumentado la insatisfacción de las mujeres por su cuerpo, aunque todavía no se explica porque solo afectan a unas mujeres y a otras no.

Las mujeres más jóvenes aparecen como objeto sexual en el que aplica todo lo mencionado en el párrafo anterior. Las mujeres adultas aparecen en los anuncios como ama de casa, madre, trabajadora, sabia (con

respecto a los asuntos del hogar), paciente, bonita, etc. De esta forma los estereotipos que existen sobre la mujer son transmitidos día a día por televisión y se encargan de acentuar unos rasgos negativos que no representan lo que es el género femenino, excepto en la mente de los varones que perpetúan como algo natural esos estereotipos. Ejemplo de esto son los comerciales de detergentes, comida y otros artículos de uso familiar los cuales presentan a la mujer como la típica ama de casa, débil, indefensa, dependiente (de un hombre), delicada y sensible. Por su parte los vendedores de bebidas alcohólicas y cigarrillo, por ejemplo, utilizan la imagen de la mujer bella, delgada, eternamente joven, seductora, y tonta, la cual aparenta no tener un cerebro propio. Además, otra imagen muy utilizada es la de la mujer vana y consumidora, la cual compra por comprar y esto le brinda una satisfacción ilimitada. Esta imagen es muy utilizada por los vendedores de productos de belleza y los dueños de centros comerciales.

Es importante aclarar que todas estas características son falsas representaciones de lo que es una mujer, pero lamentablemente la mayoría de las mujeres aceptan esta imagen que dada mediante los medios de comunicación como la imagen que deben proyectar. Creen firmemente que estas imágenes reflejan los estándares de la sociedad respecto a lo que es o debe ser la mujer ideal. Lo peor de esta situación es que debido a la gran importancia que le dan a cumplir con las exigencias del molde perfecto ya establecido, su autoestima se ve en ocasiones seriamente afectada al comparar su verdadera imagen con la imagen idealizada proyectada por los comerciales y al darse cuenta de la gran diferencia existente. Para esta mujer los medios de comunicación son la raíz de la inconformidad e inseguridad experimentadas en su vida. Toda esta insatisfacción puede llevar a la mujer a desarrollar algún tipo de desorden alimenticio.

Esta situación es realmente alarmante, como lo indica una encuesta realizada en Inglaterra durante el 2000 que reportó un promedio de 6% de niñas que dicen estar a dieta; mostró también que al cumplir entre 15 y 18 años, aumenta el porcentaje a 16%. El 57.5% de las niñas entrevistadas afirmaron que su apariencia es la preocupación más importante de su vida; 59% de las niñas entre 12 y 13 años de edad, cuya autoestima es considerada como baja, vigilan obsesivamente su dieta y peso.

Por otro lado esta la mujer inteligente, fuerte, capaz y segura de sí misma que se revela contra estos estereotipos y no permite que los medios de comunicación afecten su autoestima, ni confianza en sí misma. Este tipo de mujer está conforme y satisfecha con lo que es y no siente la necesidad ni la presión de entrar en el molde perfecto.

El hombre y los estereotipos

Los estereotipos, queramos o no, son parte de nuestra sociedad y cultura y con éstos hemos crecido. El hombre admite la imagen de la mujer proyectada en los medios de comunicación como una imagen verdadera y mezcla los distintos roles presentados hasta generar sus expectativas sobre lo que debe ser la mujer ideal. Estas expectativas son unos de los factores que generalmente son la causa de la frustración experimentada por los hombres al comparar a las mujeres a su alrededor ya sea madre, amiga o pareja con las mujeres presentadas en los comerciales y darse cuenta que no cumplen con las expectativas que ellos mediante los medios de comunicación formaron previamente. Los hombres creen que de esta manera tienen derecho a presionar a las mujeres a que alcancen ese modelo perfecto. Por ejemplo cuando hacen comentarios positivos a las delgadas y comentarios negativos a las gorditas.

Esta imagen dada de la mujer por los medios de comunicación logra en muchos casos acrecentar el machismo en los hombres presentando a la mujer como un adorno, o sea, la deja en una posición de permanente subordinación a lo que su hombre es o hace, además de presentarla como un ser humano débil, dependiente e indefensa.

La imagen de la mujer seductora bella y tonta puede lograr que los hombres no valoren a la mujer y que la vean solamente como un objeto sexual, distorsionando así el potencial de la mujer como ser humano.

Normalmente lo que estamos acostumbrados a ver en la televisión, en este caso los comerciales, es directamente el estereotipo que existe en la mente de un hombre o definitivamente la mala representación y la subestimación de los roles de la mujer dentro de la sociedad. Los libretistas resaltan con más frecuencia a las mujeres vanas pero bien difícilmente te presentan a la imagen de una mujer.

Pero el hombre y los estereotipos no sólo se relacionan con respecto de los estereotipos femeninos, sino que también poseen patrones que los estereotipan, que, como habría de esperar, son infundados por los medios de comunicación, especialmente la TV y sus comerciales: Hombre fuerte, valiente, adinerado, independiente, cabeza de familia, agresivo, rebelde, con iniciativa, activo, trabajador, emprendedor, expresivo, no sentimental, protector, potente sexualmente y siempre joven. Los estereotipos del hombre, en general, lo definen por su situación profesional, es decir, al hombre se lo valora por su trabajo, estatus en alguna institución, etc; un hombre siempre será más o menos importante dependiendo de su desempeño profesional; en cambio la mujer se valora por su situación personal (apariencia, forma de ser, etc)

Los niños y los estereotipos

La televisión es un medio masivo y es un instrumento socializador: lo que presenta y como lo presenta va a ir dándole forma a muchos valores y actitudes en nuestra sociedad.

Gran parte de los niños de nuestra sociedad son criados con la televisión y es lamentable el hecho de que las agencias de publicidad no están lo suficientemente conscientes de los prejuicios que sus campañas publicitarias le causan a los niños al utilizar la imagen de la mujer. Los niños integran el estereotipo de la supuesta mujer ideal y llegan a una conclusión distorsionada. Dado a que se encuentran en un momento de su vida en el que van a desarrollar un concepto propio, este podría ser equivocado si toman seria consideración de lo que ven en los comerciales.

En el caso de las niñas, van a crecer sintiendo la necesidad de entrar en el tan anhelado molde perfecto y cumplir con las expectativas de los estándares sociales establecidos. Las niñas se pueden creer que así tienen que ser, reproduciendo los estereotipos que ven en los comerciales. Por otro lado, en el caso de los varones pueden desarrollar una imagen distorsionada de lo que es la mujer, y esto será la causa de muchos de sus problemas al enfrentarse con una realidad parcial o totalmente diferente. Los varones se pueden creer que todas las mujeres tienen que ser como lo que ven y por consiguiente pudieran rechazar a las mujeres que no caben en ese molde de la mujer ideal. Esto se ve reflejado en los juegos, en los que manifiestan todos los estereotipos que ya han integrado.

Estos estereotipos han pasado y pasarán de generación en generación

Conclusiones

- Los medios de comunicación tienen el potencial de manejar masas y poder definir las conductas de esta; entonces así como determina estereotipos que afectan a las sociedades, también debería enviar mensajes que informen o enseñen acerca de estos, para no caer en ellos y así no crear sociedades depresivas y que rechacen su propia persona.
- Las mujeres son prácticamente las más afectadas por las comunicaciones ya que están estereotipadas al máximo al punto que todas se podrían encajar en un estereotipo, debido a los comerciales y, más que todo, a la moda que día a día muestra a mujeres extremadamente delgadas, modelo que la sociedad femenina intentará imitar, estas son también las razones por las cuales existe un gran número de mujeres que presentan trastornos alimenticios como la anorexia y la bulimia.
- Para no establecer los estereotipos en las sociedades el público debería analizar y tratar de comprender la información que llega de los medios antes de estereotiparlos, de esta forma se darían cuenta de que los modelos que tratan de seguir muchas veces están desvirtuados y distan de la realidad con el fin de vender.

- El establecimiento de estereotipos en una sociedad comienza con los niños que se alimentan de lo que ven todos los días en la televisión, por ende los padres cumplen un papel fundamental en este ámbito ya que deberían guiar a sus hijos, pero sin caer, claro, en estereotipos.
- A pesar de que vivimos en una cultura de estereotipos sexistas, en los que aparentemente se privilegia al hombre sobre la mujer, en realidad los estereotipos afectan negativamente a ambos géneros, al constituirse en patrones o paradigmas divisionistas que no permiten el descubrimiento, el desarrollo y la expresión de cualidades y valores propios del ser humano, sin distinción de sexos.

Bibliografía

...impresa:

- Monitor, Enciclopedia Salvat para todos, fascículo 102. Editorial Salvat S.A., Santiago, Chile. 1968.
- Enciclopedia Universal Sopena, tomo 3. Editorial Ramón Sopena S.A., Barcelona, España. 1970.

...virtual:

- www.etcetera.com.mx/pag32ne16.asp
- www.nalejandria.com/00/colab/modelo.htm
- www.boomline.com/htmls/r_estereotipos.html
- www.inmujer.df.gb.mx/medios/articulos/ago01.html
- www.geocities.com/agemo3006/page2.html