

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA



Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Departamento de Psicología

REPRESENTACIONES SOCIALES ALREDEDOR DEL CUERPO DE LA MUJER
DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIAS DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN

Verena Maria Arrieta Vanegas

verenavanegas@gmail.com

Isabel Cristina Rojo Giraldo

isarojo3192@gmail.com

Medellín, Colombia

2017

REPRESENTACIONES SOCIALES ALREDEDOR DEL CUERPO DE LA MUJER
DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIAS DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN

Verena Maria Arrieta Vanegas

Isabel Cristina Rojo Giraldo

Trabajo de grado para optar por el título de Psicóloga

Asesor: Dagoberto Barrera Valencia

Universidad de Antioquia

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Departamento de Psicología

Medellín

2017

"Quiero excitar a la mujer a una rebelión de su naturaleza para que se sacuda los complejos seculares de la burda dominación que la tienen sometida a un destino miserable de objeto erótico y justificador del egoísmo viril. Esta liberación será posible cuando la mujer decida romper las antiguas estructuras que no le permiten más alternativa que una fatalidad procreadora, y cuando abandone el coqueto narcisismo del eterno femenino, por cuya imbecilidad ha pagado un precio demasiado caro."

Fernando Gonzalez

Agradecemos a nuestro asesor, Dagoberto Barrera, por guiarnos, por su paciencia, respeto y sobre todo buen humor.

Tabla de Contenido

1.	Introducción	7
2.	Planteamiento del problema	9
	2.1 Contextualización	9
	2.2 Revisión de antecedentes	12
	2.3 Formulación del problema	24
3.	Objetivos	25
	3.1. Objetivo general	25
	3.2. Objetivos específicos	25
4.	Marco teórico	26
	4.1. Representaciones Sociales	26
	4.2. Cuerpo	36
5.	Metodología	39
	5.1. Enfoque	39
	5.2. Diseño	39
	5.3. Tipo	40
	5.4. Población y muestra	40
	5.5. Técnicas de recolección de información	41
	5.6. Procedimiento	42

5.7. Técnicas de análisis de información	44
5.8. Criterios de validez	44
5.9. Criterios éticos	45
6. Hallazgos	46
6.1. Análisis prototípico	46
6.2. Análisis categorial	53
7. Discusión	69
8. Referencias bibliográficas	76
9. Anexos	83

REPRESENTACIONES SOCIALES ALREDEDOR DEL CUERPO DE LA MUJER DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIAS DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN

1. INTRODUCCIÓN:

Nuestro centro de interés es el grupo heterogéneo de mujeres universitarias, pues poseen edades, estratos socioeconómicos y áreas de estudio diferentes; que aun encontrándose en contextos académicos que les permite empoderarse y poseer la capacidad para decidir libremente sobre la construcción de sus cuerpos se encuentran permeadas por el contexto colombiano que les intenta imponer una forma de llevar los mismos.

El ideal colombiano supremamente exuberante (derivada de la exposición televisiva constante de la estética narco), y pensada gubernamentalmente como un recurso turístico más, ha venido afianzando en la mente de muchas mujeres colombianas concepciones sobre sí misma, sus cuerpos y su papel en la sociedad que se limitan a llegar a ser mantenidas y ser exhibidas como un trofeo. (Vargas, 2011, p. 170)

Una cultura que presenta el cuerpo como aspecto principal y fundamental para la mujer y para todos, una cultura que se ha inclinado a la exaltación de cuerpo

y de su cuidado, ha llevado a que la mujer se dedique principalmente a cuidar, intervenir, maquillar y asear su cuerpo, así como la proliferación de centros estéticos y gimnasios; por lo que este trabajo se guió por la pregunta ¿Cuál es la Representación Social que tienen las mujeres de Medellín sobre sus cuerpos, sobre el cuerpo de La Mujer?. El proceso de investigación se desarrolló por medio de un diseño flexible, con una constante retroalimentación entre la teoría y los hallazgos obtenidos.

El proceso se llevó a cabo en varias etapas registradas así: Primero se realizó una búsqueda exhaustiva de los antecedentes investigativos relacionados con las Representaciones Sociales o con el cuerpo de la mujer, además de todos los documentos escritos que permitieran identificar el contexto sociocultural de las colaboradoras. En segundo lugar, se reconstruyeron los referentes teóricos que forman parte del piso conceptual a partir de la cual se realizó el análisis posterior. En el tercer momento se consolidó la guía metodológica en el que se basó todo el proceso de la investigación y se sistematizaron las cartas asociativas, definidas las categorías de análisis y cruzadas con la información obtenida.

Finalmente se ponen en debate las teorías sobre el cuerpo con los hallazgos obtenidos, así como la comprobación de aquellas hipótesis planteadas por las investigadoras, se define el tipo de Representación Social que poseen las participantes y se plantean unas conclusiones como cierre de dicha investigación.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Contextualización:

Al referirse a la Representación Social se habla de un tipo de organización de la realidad, tanto a nivel individual como grupal, que responde a las particularidades de un contexto social. Los sujetos de la ciudad de Medellín se encuentran inmersos en un tipo de configuración cultural específica, permeada por los asuntos de violencia y narcotráfico, por ende, la forma en que se desenvuelven los individuos está sujeta a aquella configuración.

En el mes de abril del 2015 fue publicado en el diario británico The Guardian, un reportaje fotográfico donde se da cuenta del contexto colombiano, en él se divulgaban los testimonios de mujeres que evidencian la mercantilización del cuerpo de aquellas en el país, "En Colombia, las niñas crecen en un mundo donde son vistas como objetos decorativos y donde la cirugía plástica manda", la imagen de la mujer se ha construido sobre los referentes de la imagen de un cuerpo voluptuoso, que usa ropa ajustada, siempre bien maquillado y arreglado.

Un año antes de la publicación, la Sociedad Internacional de Cirugía Plástica y Estética, en Alemania, publicó el último reporte de estadísticas mundiales sobre procedimientos estéticos. Colombia obtuvo el octavo lugar de países donde se realizan procedimientos cosméticos quirúrgicos y no quirúrgicos con 1.8% de los procedimientos realizados en los 95 países que participaron de la investigación. Sin embargo, este contexto de la narcoestética ha producido en la ciudad un interés

constante en temas estéticos y de belleza, vinculados a la cirugía plástica y el turismo sexual, así como los referentes extranjeros en los estilos de vida de las mujeres.

La gran cantidad de intervenciones corporales y la temprana edad en que las mujeres de Medellín se las realizan no son la única evidencia de tal problemática; así mismo, lo es el comercio sexual de las mujeres en la ciudad, pues justamente por el hecho de ser mujeres se le imponen condiciones de vida diferentes a las de los hombres, curiosamente el aumento en el ejercicio de la prostitución coincide con las épocas de expansión rural, depresión económica, aumento de la violencia y el tráfico de drogas.

Las estadísticas policiales, resaltan que desde mediados del siglo XX a 1975 el número de prostitutas se incrementó, hasta alcanzar un pico de 52.967, mientras que en los años siguientes se registró un descenso hasta mediados de los años ochenta, cuando volvió a subir” (Trifiró, 2003, p.40)

El mercantilismo sexual que existe dentro de la ciudad se hace cada día más visible y causa sorpresa en la comunidad, como se evidenció en 2014 cuando el periodista peruano Guillermo Galdos generó un revuelo a nivel nacional pues publicó en Channel 4, canal de televisión del Reino Unido, un reportaje sobre Medellín con el título “Vírgenes a la venta en Colombia, en el mayor burdel del mundo”, donde se revelan datos sobre la comercialización de niñas en la ciudad,

afirmando que se encuentran involucrados desde taxistas hasta miembros de bandas delincuenciales, junto con pruebas videográficas en la que se muestran los engaños usados para comprometer a las niñas en el comercio sexual. Pero el comercio sexual no se reduce a la prostitución.

La “industria del sexo”, aquí como en otros lugares, ha crecido y se ha diversificado. A los tradicionales bares y casas de citas se han sumado las casas de masajes, locales de strip tease... Y después cabaret, líneas telefónicas eróticas, saunas, servicios de acompañantes, algunas agencias matrimoniales, apartamentos, restaurantes eróticos, cines pornográficos. Y finalmente, los productos de consumo: revistas, vídeo, artículos eróticos en venta en los sexshop. (Trifiró, 2003, p.40)

Con respecto a la percepción de las mujeres como objeto, según el informe sobre la situación de derechos humanos emitido por la secretaría de Medellín en el 2014 se atendieron 117 casos de menores víctimas de la explotación sexual, lo cual, según el mismo documento refleja una problemática aguda, además se reportó que las principales víctimas son de sexo femenino. Todo este contexto de comercialización del cuerpo de la mujer en la ciudad es tan sentido a nivel social que se han tomado medidas desde la gobernación, como el decreto 1888 de 2012 por medio del cual se prohíben los concursos, reinados de belleza y/o desfiles de moda, en los establecimientos educativos oficiales del departamento de Antioquia, además durante un lapso de tiempo fue suspendido el patrocinio con recursos públicos del reinado municipal, departamental y por ende la participación en el

reinado nacional de belleza; estos presupuestos fueron luego redirigidos al Concurso Mujeres Jóvenes Talento, en el que se busca el reconocimiento de la mujer desde otros aspectos, roles y cualidades.

2.2. Revisión de antecedentes:

Todo lo anterior, evidencia la realidad propia de la ciudad de Medellín en cuanto a su apreciación del cuerpo de mujer, sin embargo, en el rastreo realizado para el presente trabajo sólo se halló una investigación de grado para maestría, a través de la historia de vida de 6 participantes en la que se encontró que la representación de la feminidad de aquellas está soportada principalmente por unas prácticas en la corporalidad, acompañada de unas significaciones específicas como:

Anclajes simbólicos que le sustentan, es decir, significaciones que acompañan las actividades que se inscriben en lo que se denomina (y no sólo denomina, recuérdese el efecto pragmático del lenguaje) expresiones femeninas o ser mujer. Algunas de ellas corresponden a las prácticas de acicalamiento, las cuales, según las vivencias de nuestras colaboradoras, puede discriminarse en diversas, tales como higiene, maquillaje y autocuidado. (Ossa, 2012, p. 96)

Igualmente llega a establecerse el concepto de “la mujer femenina” otorgándole unas cualidades como suave, fina, tierna, entre otras; definiendo la

corporalidad como una sola dimensión de lo que es o debería ser femenino “forma de hablar, caminar y de llevar el cuerpo, son referenciados como los aspectos que hacen ver a una mujer femenina, inclusive diferenciarlas no sólo de los hombres, sino entre ellas mismas.” (Ossa, 2012, p. 100), siendo lo comportamental y las formas de exhibición del mismo lo más significativo en la construcción de la feminidad o de diferenciarlo de lo masculino, la autora lo expresa como: “En definitiva, la feminidad se ‘pone’ en el cuerpo” (Ossa, 2012, p. 101)

Por lo cual se afirma que son pocas las investigaciones realizadas en torno a las representaciones de experiencias propias de la mujer, haciéndose necesario el presente estudio acerca de la Representación Social en el contexto nombrado, abordando el tema de las representaciones que aparecen alrededor del culto al cuerpo y la belleza en las mujeres paisas. Sin embargo este fenómeno no se da solamente en el contexto regional, desde cientos de años atrás la mujer ha sido tratada de manera distinta a sus pares masculinos, tanto en aspectos de participación social como en sus particularidades tales como su cuerpo, su manera de vestir y el manejo de su sexualidad; Pérez (2004) nos ilustra acerca de los roles que cumplía la mujer en la Edad Moderna en estos aspectos: a nivel social su lugar estaba destinado a lo privado, es decir a las labores domésticas y crianza de los hijos; mientras los hombres ejercían su función en lo público, en el trabajo remunerado, la toma de decisiones y el ejercicio del poder.

En la individualidad de la mujer, tanto su “virginidad” como su cuerpo eran asumidos como un bien familiar, intercambiable, del cual ellas mismas no podían

disponer, “El objeto de la transacción son las mujeres, entonces son los hombres quienes las dan y las toman” (Rubin, 1996, p. 53) En las últimas décadas estas condiciones han ido cambiando y las mujeres se han ido apropiando de roles que las ubica con más igualdad frente al mundo social; a partir de estos cambios nos preguntamos sobre los discursos imperantes en la actualidad, acerca de las representaciones de la mujer y hemos encontrado algunos temas predominantes:

LA MUJER EN LO PÚBLICO: MUJER TRABAJADORA

En este aspecto las investigaciones han mostrado que, a pesar del claro aumento participativo de las mujeres, la representación social que se tiene de las mismas está mediada por la concepción de los roles de género que se les han asignado históricamente. Es el caso de la representación social de la mujer en la política, donde se observa que, al mismo tiempo hay una clara transformación e interacción social en este contexto, también se prolongan algunos de los estereotipos de género como por ejemplo: las áreas de trabajo que se se otorgan a uno y otro sexo, donde se asignaron a las mujeres temas como la cultura, educación, medioambiente, sanidad y mujer; mientras a los hombres se asignaron temas referentes al trabajo, terrorismo, infraestructuras, economía, justicia, política exterior, defensa, problemas administrativos. (García; Gómez-Escalonilla; Torregrosa; Rodríguez y Santín, 2008).

En la anterior investigación se plantea que, a pesar de que las personas

reconocen que tanto hombres como mujeres poseen las mismas aptitudes y ambos pueden desenvolverse de manera idónea en política, las mujeres están infrarrepresentadas, puesto que son menos que los hombres ocupando puestos políticos y estos a su vez son de menor relevancia e impacto social, las cuales cuentan menos recursos económicos para sus gestiones; además a estas mujeres, se les da menos importancia en los medios de comunicación.

En esta línea de investigación sobre las representaciones sociales; Leal (2011) obtiene mediante su investigación, en el contexto de las labores agrícolas y actividades culturales relacionadas con el café, en Génova y Calarcá, Quindío, la reafirmación de aquella idea que se tenía de las mujeres dedicadas a roles ocupacionales relacionados con la labranza, y donde la totalidad de las mujeres entrevistadas estaban casadas, además que se consideran a ellas mismas “débiles por su condición de ser mujer y como personas que no podrían cumplir con sus deberes si no tuvieran la ayuda de sus maridos” (p. 56). Aquí como en la investigación nombrada anteriormente, en el momento en que afirma que ante una presentación pública la mujer era acompañada o secundada por un hombre, siendo así que, en la representación social de la mujer, el hombre juega un papel importante, como sujeto de sostén, de apoyo y de validación de la mujer, si está apoyada de un hombre, entonces está bien lo que hace.

Es evidente que se ha dado una apertura social en esta región del país, que se manifiesta con la participación de las mujeres en actividades que antes eran

exclusivamente permitidas a los hombres, como lo son la recolección de café, trabajar en los cafés de la ciudad y el ser usuarias en estos sitios; lo cual, aparentemente, “les permite participar en la vida cultural y política del municipio. Sin embargo, no han podido lograr que los hombres se adhieran a roles tradicionalmente ligados a la mujer” (p. 56).

Estas simbolizaciones de las mujeres, hacen parte de un proceso cíclico: las representaciones sociales afectan las representaciones individuales y estas se van naturalizando, por medio de las prácticas que los individuos asumen en torno a estas, es decir, las mujeres exteriorizan pensamientos que tienen que ver con aquellas representaciones y desarrollan conductas que refuerzan aquellas en los individuos de su entorno; se esperaría entonces, que al romper una de las etapas del ciclo, se modifique el proceso que fortalece la representación que se pretende cambiar de la mujer.

Sin embargo está, según los resultados de una investigación realizada por Varela (2012), realizada a través de tres muestras compuestas de 113 sujetos, entre los que se encuentran usuarios y trabajadores de un centro comunitario y estudiantes, usuarios y trabajadores de la facultad de psicología de la UNAM, en el que la representación social de la mujer moderna tiende a ser positiva, sobre todo, en entornos sociales con grados de escolaridad más desarrollados, estos tienen la idea de que la mujer moderna es una mujer activa, trabajadora e inteligente; a diferencia de los usuarios del centro, los cuales la definían en términos de “desmadrosa, mala, grosera, loca, desastrosa, mala prostituta”.

Siendo así, que cabe la posibilidad de modificar la representación social de la mujer al cambiar uno de los ámbitos en los que se refuerza o en los que se desenvuelve la persona, como lo plantea Rojas (2013) en su estudio sobre la construcción social de la representación de mujeres maquiladoras, las cuales son cobijadas “bajo el concepto de ama de casa, aislamiento, vacío de su existencia, ausencia de identidad, insatisfacción, monotonía y frustración” (p. 126) la cual ha sido construida por otros agentes sociales, no por las mujeres maquiladoras, estas por el contrario se mostraron como sujetas transformadoras y asumieron nuevos roles sociales y otros patrones de conducta que provocaron una reconstrucción de las ideas y significados que tenían ellas y sus entornos sociales

de tal manera que, si la ciclicidad contribuyó en gran medida para que la trabajadora “obtuviera la posición, el lugar y la imagen que ocupa” en la sociedad: negativa, despectiva y estereotipada, en el sentido de que los ciclos intervinieron en el proceso al crearle el hábito y después los vínculos sociales entre los elementos del grupo involucrando a la población entera, entonces ese poderío de la fuerza colectiva es quien debe actuar en esa reversión... (Rojas, 2013, p. 130)

Tanto aquellas como los hombres que las rodean ya sean esposos, hijos, el supervisor, el gerente o el gobierno; pero los papeles asumidos por los entes estatales se perciben como obstaculizadores de este proceso, haciéndose necesario que exista un papel más activo por parte de las instituciones estatales y sociales, ante la divulgación y el cumplimiento de aquellas políticas que les facilitan

a las mujeres realizar dichos cambios.

DISCURSOS MEDIÁTICOS: EL ENCUENTRO CON EL CUERPO

El cuerpo de la mujer en Colombia desde la época de la violencia del narcotráfico se ha ido convirtiendo en un cuerpo mediatizado por los deseos de los discursos dominantes, en los que el eje central es el ámbito estético, siendo este el medio de “obtención” de lo deseado por las mujeres. A pesar del auge de los movimientos feministas que buscan un papel más activo de la mujer en los espacios en que la participación de ésta eran un tabú, y a pesar de la imagen de la mujer contemporánea como individuo con multiplicidad de capacidades; la estética y apariencia física se ha convertido en un eje fundamental en la representación como mujeres colombianas.

El ser bonita, el cumplir con determinados cánones de belleza, lleva implícitamente para la mujer colombiana la promesa de conseguir a un hombre que cumpla con todos sus deseos, que la sostenga económicamente y que la exhiba como es llamada por Vargas como una “mujer-trofeo”. Esta posee la “oportunidad de conseguir a un hombre adinerado que la luzca” (Vargas, 2011, p. 172).

Caso similar se presenta en Brasil donde las mujeres se ven afectadas por los discursos hegemónicos, en los que se presenta a la mujer brasileña vinculada a características como las “físicas (el bumbum, la belleza), de comportamiento (la

voluntad social, la facilidad para el sexo, el andar más desnuda), culturales (el gusto por las fiestas y la danza, ser alegres) y las asociadas a la naturaleza (clima tropical, calor, paraíso)” (Gomes, 2013, p. 232) entonces, estos discursos le dicen a la mujer brasileña como debe verse con el fin último de atraer turistas al país, es decir se ofrece y se comercializa con sus cuerpos, se le incita al extranjero a que visite el país y tome a una de sus mujeres, todo esto refleja una imagen de la mujer como símbolo de cuerpos coloniales con atributos hiper-sexualizados, que finalmente perpetúan las relaciones de poder, sexismo y la necesidad de dominación sobre estos.

Los discursos mediáticos afectan la percepción del propio cuerpo en las mujeres, ya sea en mayor o menor medida, se les presenta un cuerpo en venta, mercantilizado, del cual se pueden hacer construcciones y reconstrucciones, como: cirugías estéticas, extensiones de cabello, piercings, dietas; con la idea central de que este cuerpo tiene como fin último el deseo de un otro, un encuentro sexual con un hombre; es decir, el cuerpo femenino como medio para una interacción sexual.

Todo esto se da sólo en torno a la relación sexual heteronormativa, pues como afirman Romeu, Piñón y Cerón en un estudio de caso en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México y Universidad Intercontinental de México, el cuerpo de mujer es objeto de comunicación hacia el hombre, primordialmente en el sentido de la interacción sexual, contrario pues a la relación con otras mujeres, la cual es primordialmente de rivalidad y competencia. Es esta relación con los hombres lo que conlleva finalmente a que sea definida “la belleza” o los cánones de

belleza propios de la cultura, que es nombrado como el centro de la representación social de las jóvenes universitarias, así mismo “si no se tiene un cuerpo bello, éste se puede construir” (2011, p. 16) por medio de cirugías, maquillaje, ejercicio o de la ropa, con el objetivo final de ser atractivas sexualmente.

Para este grupo en particular el núcleo de la representación social es entonces lo sexual heterosexual, por lo que se podría llegar a considerar que la relación sexual es un objetivo primordial en la realización de la vida de una mujer, pero igualmente para estas jóvenes la interacción sexual se encuentra estrechamente ligada a un vínculo afectivo o amoroso y por ende de la aceptación de sí misma y de su cuerpo tal cual es, puesto que la relación con otros está ligada a que me acepte a mí y a mi cuerpo; por lo que el cuerpo

para las jóvenes universitarias –en términos generales- es el recipiente donde se inscriben el deseo sexual, instintivo y natural, disfrazado de pasión-amor. De esta manera, a través de ese velo, es posible convivir y acarrear la carga social, sentirse mejor ante ellas mismas, y sus conciencias individuales-sociales. (Romeu, Piñon y Cerón, 2011, p. 23)

Empero, el que el cuerpo de la mujer sea instrumentalizado principalmente para la obtención de una relación o de una vinculación emocional con un otro no significa que su sentido de vida sea tener relaciones sexuales. Figueroa y Rivera (1992) hallaron que, a menor escolaridad, mayor edad, paridad y el no contar con

experiencia, las mujeres tienden a darle menor importancia a las relaciones sexuales, dejándole las decisiones de su sexualidad a los hombres, de esto resulta que la percepción de su sexualidad dependerá también de sus factores sociales.

Más aún, la toma de decisiones sobre su sexualidad encuentra matices diferentes al verse relacionados con la posibilidad de ser madre o del uso de anticonceptivos, por lo que al tener poca escolaridad o conocimiento reproductivo la tendencia de las mujeres es la de dejarle a “Dios” o al “destino” la cantidad de hijos, mientras que al tener más información al respecto las mujeres del estudio respondieron en su mayoría que las decisiones sobre los encuentros sexuales corresponden a ambas partes interesadas, por lo que se correlaciono el conocimiento con actitudes de responsabilidad ante la sexualidad;

Pareciera como si la toma de decisiones en torno al propio cuerpo, no estuviera determinada por las mismas características que determinan la valoración o importancia que se atribuye a la relación sexual. Si leemos la capacidad de tomar decisiones sobre el propio cuerpo, como una manera de apropiarse del mismo, podríamos decir que la única variable que marca diferencias importantes en este aspecto es la escolaridad. (Figuroa y Rivera, 1992, p. 120)

Todo esto se reafirma por medio de la influencia de los discursos mediáticos a partir de los estudios que se han orientado a los medios de comunicación y/o publicidad, como en el caso de España en los cuales se encontró que se hace un

uso de las cualidades del cuerpo de la mujer para publicitar productos, aunque se evidencia el cambio de rol, pues actualmente se le muestra desvinculada del rol materno en los anuncios publicitarios, sigue perpetuando estereotipos de extrema sexualización y erotización de su cuerpo.

La representación social promovida por estos tipos de publicidad, aunque no ubican socio-espacialmente a la mujer en un contexto hogareño o familiar tampoco han podido corresponder al modelo actual de la mujer, la cual ha adquirido espacios que por tradición habían sido propio de la figura masculina, no se le vincula en entorno social, ni económico, ni siquiera de ocio o esparcimiento, la figura de la mujer es ubicada en un espacio sin emplazamiento socio-histórico. Más aún sin atributos que fueran inherentes a su personalidad o a sus aptitudes, “los atributos no corporales que provienen de su esfuerzo, su trabajo o méritos propios, apenas tienen relevancia” (Cáceres y Díaz, 2008, p. 320), la representación social de la mujer en la publicidad es reducida a características físicas y estereotipos de perfección que no concuerdan en nada con las mujeres reales propias del contexto español es así que “el cuerpo que se muestra en las revistas de moda tiene como características predominantes “piel blanca, joven y esbelto, vestido y bello, sin defectos, marcas, enfermedades o carencias”, (Cáceres y Díaz, 2008, p. 324), la cual denominan como modelo Lolita, que posee las características tanto de inmadurez física como psicológica.

Dicha representación del cuerpo repercute en la construcción de representación de sí misma de las mujeres receptoras de los mensajes, en la

investigación hecha por Cáceres (2008) se mostró la influencia que tiene los estereotipos publicitarios en la construcción de la identidad de un grupo de mujeres españolas, el grueso de la muestra llega a consenso entre los ideales externos y sus propias construcciones, es decir se tiene una construcción de su propio cuerpo y una posición crítica ante los modelos mediáticos, sin dejarlos totalmente relegados.

Por el contrario, hay otro grupo de mujeres que asumen una posición totalmente opuesta a los estereotipos, lo cual hace que la vivencia de su cuerpo también se desarrolle de formas diferentes, aunque esta sea una proporción pequeña de las mujeres encuestadas. Además, existe una tercera posición, las que asumen el lema de “la mujer es su físico” como su sentido de vida y desarrollan su proyecto de vida en coherencia con este, sus expectativas, la vivencia de su cuerpo y su identidad de género son desarrollados con el objetivo de alcanzar la belleza; en esta investigación se identificó que las mujeres jóvenes son las que más integran los modelos de mujer como ideales de belleza para sí mismas y poseen la capacidad de actualizarse a la par que se van modificando estos ideales.

Aunque se dé por natural un cierto tipo de percepción del cuerpo femenino, esto produce un conflicto en las mujeres sobre la aceptación del propio cuerpo, pues es contradictoria la respuesta ante sus propios cuestionamientos de lo que debería ser una mujer, lo que percibe del exterior y lo que viene de su interior, estos no coinciden, entra en una lucha entre la percepción social de lo que debería ser y sus propios deseos. Acerca de estas contradicciones se ha investigado en población

que presenta anorexia, mediante entrevistas a profundidad, Rigol concluyó que “Los modelos de identidad femenina que plantea la sociedad respecto a la imagen ideal y a los medios para conseguirlo producen un conflicto del que resulta difícil escapar” (2006, p.48).

Incluso esta imagen es asociada con aspectos como el éxito social y profesional como lo afirma Carrillo (2003) en un estudio cuyo fin era encontrar el estereotipo físico más extendido en lo que a la mujer triunfadora se refiere, tanto en población adolescente con anorexia como en adolescentes sanas, expuso que el estereotipo de la imagen femenina delgada responde para toda la muestra al estereotipo de mujer triunfadora, pero los mensajes que presentan a la mujer delgada como mujer triunfadora solo estarían reforzando la forma de pensar y de establecer las metas de superación personal en las adolescentes con sensibilidad a la imagen corporal, es decir aquellas con anorexia; por lo que estas pasan el mensaje por sus cuerpos orientando a la delgadez la cual les proporciona estimación de éxito. En cambio, las mujeres no enfermas, aunque comprenden el mensaje del medio de que la delgadez significa éxito, este no logra orientar sus comportamientos hacia la obtención de este.

2.3. Formulación del problema:

2.3.1. Pregunta de investigación:

¿Cuáles son las representaciones sociales actuales alrededor del cuerpo de la mujer que tienen las estudiantes de dos universidades de la ciudad de Medellín?

3. OBJETIVOS:

3.1. Objetivo general:

Describir las representaciones sociales que tienen alrededor del cuerpo de la mujer las universitarias de la ciudad de Medellín.

3.2. Objetivos específicos:

- Identificar los contenidos de la RS sobre el cuerpo de la mujer en las universitarias de la ciudad de Medellín.
- Describir la estructura que tiene la RS que tienen las universitarias de la ciudad de Medellín sobre el cuerpo de la mujer.
- Identificar el núcleo de la RS del cuerpo de la mujer por parte de mujeres universitarias de la ciudad de Medellín.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 representaciones sociales

El concepto de representación tiene sus raíces en dos teorías, en Lynch con su teoría sobre representaciones mentales, pero, principalmente se basa en la ciencia sociológica, con el autor Émile Durkheim quien se refirió a las *representaciones colectivas* para indicar así “el fenómeno social a partir del cual se construyen las diversas representaciones individuales”(Araya, 2002, p. 21); estas son variables y efímeras, mientras aquellas, las colectivas, son universales, impersonales y estables, que corresponden a creencias mucho más generalizadas, ya que las representaciones Individuales poseen todas las influencias que la experiencia conlleva.

Kevin Lynch plantea que la representación es una imagen mental de las cosas, es la construcción que hace el sujeto sobre esta, es “a la vez una abstracción y una síntesis realizada a partir de las experiencias vividas y de las percepciones repetidas” (Tamayo y Navarro, 2009, p. 8), la cual le otorga significados que la extiende, por lo que las representaciones son básicamente un proceso cognitivo.

Por su parte Serge Moscovici fue influido por Durkheim, ya que estaba en desacuerdo con su planteamiento en el que este afirmaba que las representaciones colectivas eran conocimientos sociales tan naturalizados que se imponen a las personas, tales como las creencias religiosas, las cuales, por su naturaleza, son estáticas, inmodificables; por el contrario, Moscovici pensaba que estas pueden ser

influidas y cambiadas por las relaciones de los individuos, siendo así que se tornen sociales y no colectivas.

Varela (2012) expone que en la teoría durkheimiana se plantean los dogmas religiosos como las representaciones mentales con las que las colectividades reafirman estas creencias, además, es a través de estas producciones culturales que es posible ver lo colectivo separado de lo individual, puesto que “Existen fuera de los individuos y funcionan como reguladores de su conducta y pensamiento” (Morales, 2002. En Varela, 2012). Estas representaciones mentales son transmitidas de generación a generación y poseen un contenido de la moralidad; Durkheim las define como coercitivas, ya que son percibidas por las personas como una realidad inamovible, que se imponen desde fuera; lo cual le proporciona a este conocimiento el carácter de perdurable y de difícil modificación.

Sin embargo en el año 1961 aparece el estudio de las representaciones sociales (en adelante RS) con el psicólogo francés Serge Moscovici, quien a pesar de ser influenciado por Durkheim se distancia de los planteamientos de éste en lo referente a las representaciones como impuestas, para Moscovici las representaciones no se imponen sino que la sociedad y los individuos las articulan a su campo representacional, puesto que para aquel las representaciones son construcciones sociales que tienden a modificarse constantemente, esto es lo que diferencia una RS de una Colectiva (Araya, 2002). Por lo que Moscovici, definirá entonces, las RS como:

una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos... La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación. (Moscovici, 1979. En Araya, 2002, p.27).

De manera que la RS es posible que se modifique si cambia algo del contexto socio-cultural pues este se encuentra sometido al acuerdo entre los integrantes, a que estos incorporen cambios en dicho contexto o no, a que sean cuestionados a raíz de la experiencia que se ha tenido con el objeto, por lo que se reducen a un grupo en específico, definiendo su identidad; al contrario de lo que pasa con la representación colectiva, en la cual las creencias o conocimientos se dan por un consenso de varios grupos, pueden poseer un carácter universal e inamovible, puesto que no dependen de los individuos, es igual para todos los integrantes de la colectividad.

Cabe señalar que, aunque Moscovici fue el pionero en la teorización de las representaciones sociales, entre sus más importantes seguidores se encuentra Denise Jodelet, quien define la RS como:

una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y

funcionales socialmente caracterizados. En sentido más amplio, designa una forma de pensamiento social. Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal. En tanto que tales, presentan características específicas a nivel de organización de los contenidos, las operaciones mentales y la lógica. (Jodelet, 2013, p.474)

Sin embargo, estos planteamientos corresponden a un enfoque donde las representaciones son concebidas como una construcción cultural donde los medios de comunicación conforman un papel importante para la popularización del conocimiento en espacios de interacción social, aunque contienen una historicidad son constantemente modificados y retroalimentados por las realidades sociales en las que circulan. La información propagada puede ser el conocimiento científico “Los medios de comunicación e información masiva se encargan, entre otras tareas, de divulgar los conocimientos provenientes de la investigación científica, para popularizarse en el universo del sentido común.” (González, p. 147, 2013). Así es como se plantea desde el enfoque sociocognitivo del estudio de las RS, en el que una de las más importantes funciones de la producción de aquellas es que permitir el acceso de los individuos a los significados de los objetos representados.

Es decir las RS son la clasificación, explicación y evaluación que las personas hacen de los objetos, son los sistemas cognoscitivos que permiten organizar y simplificar el mundo, con su propia lógica, y con un lenguaje diferente al

científico, pues éstas surgen de la realidad social, por ende son producto del sentido común, un conocimiento socialmente elaborado y compartido como lo nombra Jodelet (Varela, 2012); siendo así importante que la representación se convierta en última instancia en un concepto consensuado.

De ahí que una de sus características fundamentales de la RS es que esta es producto de las relaciones de los individuos del grupo al que pertenece, los cuales se encuentran influidos por todos los factores del contexto en consecuencia estos intervienen a su vez en la RS, entonces obedece a un carácter histórico, segunda característica, es producto de un momento y un lugar, la RS puede influenciar estos tanto como estos lo hacen con la RS; sin embargo es estructural pues posee un sistema y una jerarquía, no es sólo un conjunto de creencias, el tener una forma de organizarse sería su tercera característica, la cual será mencionada más adelante; la cuarta categoría es que es compartida por un grupo y depende de los intercambios que estos sujetos tengan para que pueda subsistir y adaptarse a los cambios, lo cual sería su cuarta característica; y finalmente la quinta sería que posee una utilidad pues le permite a los individuos comprender el medio y comportarse con coherencia.

La utilidad de las RS se constata por medio de cuatro funciones específicas que poseen, la primera es de saber, aquellas cogniciones propician la comunicación entre los integrantes del grupo social “proporcionándoles un código para el intercambio y un código para nombrar y clasificar sin ambigüedades los diversos aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal” (Farr, 1984. En Araya,

2002, p. 28), es decir facilita la comunicación entre los sujetos y la comprensión del mundo.

La segunda función es la de proveer de una identidad al grupo, al tener un código común los sujetos logran tener coincidencias en sus experiencias y en cómo se apropian de aquellas vivencias; posee una función orientadora, puesto que sitúa a los individuos en su mundo, y en consecuencia se presenta la posibilidad de transformación del mismo, señalando que las representaciones no son solo la forma de concebirlo, parte de aquel a su vez. Por medio de estas es que las personas tienen la capacidad de explicar sus comportamientos y sus actitudes, siendo así su última función justificadora. En conclusión, su función primordial sería la de producir, organizar y comunicar el conocimiento que tienen las personas.

Por consiguiente las RS serían modeladoras de la realidad en razón de que constituyen una forma de percibirla y asimilarla, pero estas también son modificadas por el entorno en el que se encuentran y de los sujetos con los que se relacionan, siendo aquí la socialización un factor determinante para que se creen, usen y modifiquen las representaciones sociales (Abric, 2001); Ibáñez (Araya, 2002) lo habla en términos de pensamiento constituido el cual influye en la vida social y al mismo tiempo es reflejo de esta; más aún como constituyente, es parte de esta misma realidad, es decir no es solamente la muestra de aquella.

A partir de las investigaciones se han planteado tres condiciones necesarias para que se formen las representaciones sociales (Araya, 2002, p. 35):

- Un fondo cultural acumulado en la sociedad a lo largo de su historia, constituido por creencias, valores y referencias histórico-culturales, alrededor de las cuales se ha elaborado la identidad social.
- Unos mecanismos de anclaje y objetivación, donde el anclaje hace referencia a la manera en la que saberes e ideas entran a formar parte de determinada RS; y la objetivación se refiere a la transformación de conceptos abstractos extraños en experiencias o materializaciones concretas. Por medio de él lo invisible se convierte en perceptible.
- Un conjunto de prácticas sociales que se encuentran relacionadas con las diversas modalidades de la comunicación social: los medios de comunicación, los círculos sociales en los que se desenvuelva el individuo y las conversaciones que se tienen a diario, ejercerán influencia sobre el tipo de experiencia personal que se establece con relación al objeto de la representación.

Por su parte Jodelet (En Moscovici, 2013, p. 478) plantea además las siguientes características consideradas por ella como fundamentales para que un constructo pueda considerarse una RS, estas son:

- Lo que se representa siempre es un objeto.
- Tiene un carácter de imagen y la propiedad de poder intercambiar lo sensible y la idea, la percepción y el concepto.
- Tiene un carácter simbólico y significativo.
- Tiene un carácter constructivo.

- Tiene un carácter autónomo y creativo.

Como se nombró anteriormente una de las características que posee la RS es que al ser una estructura posee un orden y una jerarquía, la cual está organizada por un sistema periférico, llamado así porque se ubica a la periferia de un sistema central. Este sistema central, es el que posee el contenido nuclear de la RS, por lo tanto la dota de un sentido general, a ella y a los elementos periféricos, a estos les da su posición en la estructura, determinando así, la importancia de los elementos y la relación entre ellos.

El núcleo central posee dos dimensiones, “una dimensión normativa en la cual se encuentran los elementos socio-afectivos e ideológicos, fuertemente marcados al centro de la representación social; su dimensión funcional tiene como finalidad operacional dirigirse hacia la idea de funcionamiento del objeto de representación” (Tamayo y Navarro, 2009, p.15). Al ser el sistema central el que permite el ingreso o no de nuevos elementos o su eliminación, es por efecto el más estable y sólido, que permite que la RS conserve una coherencia con el paso del tiempo.

Esto se da gracias al sistema periférico, el cual se encarga principalmente de proteger el sistema nuclear de manera integral, este recibe los primeros cambios del medio; igualmente se encarga de filtrar los elementos nuevos y de adaptarlos para que puedan ser incorporados acorde a la lógica de la RS, por lo que el sistema periférico permite la adaptación de la RS al medio cambiante; y finalmente les

permite a los sujetos saber concretamente qué es y cuáles son sus elementos.

Las RS como contenido cognitivo se encuentra constituida por tres dimensiones (Moscovici, 1979. En Ayara, 2002), a saber:

- La Actitud, es la orientación global positiva o negativa, favorable o desfavorable de una representación. Las actitudes son la forma en que las personas conciben su mundo y a partir de esto reaccionan ante los estímulos del medio.

Posee dos formas de concebirse:

1) de forma unidimensional, en la que no se elimina el componente cognitivo, pero sí define la actitud como un sentimiento general que se tiene para con una persona o cosa;

2) forma multidimensional o tridimensionalidad, compuesta por tres elementos, afectivo, cognitivo y conductual; la cual es la que más fuerza a tomado en los últimos años.

El elemento *afectivo o sentimental*, “se refiere a las emociones, los sentimientos vinculados a un determinado objeto, y es lo que dota a las actitudes de su carácter motivacional” (Ovejero, 2007, p.194), es decir, el elemento afectivo es la reacción emocional acerca del objeto o hecho que lleva a que la persona tome cierta actitud o modifique esta; el elemento *perceptivo o cognitivo*, que es lo que piensa o concibe aquella persona o cosa; y finalmente, el elemento *comportamental o*

reactivo, es el que conjuga la emoción y el pensamiento en una acción que refleja la actitud.

- La Información, se refiere a la organización de los conocimientos que tiene una persona o grupo sobre un objeto o situación social determinada. Se puede discernir la cantidad y la calidad de información que se posee, en especial, el carácter más o menos estereotipado o prejuiciado, que da cuenta de la actitud en la información. Estas son nombradas por Araya (2002, p. 34) en dos mecanismos, el anclaje que se refiere a la forma de aquellos conocimientos y la objetivación que apunta hacia la relación que tienen aquellos en la formación de nuevas representaciones sociales. En la información es el lugar donde se evidencia el tipo de actitud que tiene la persona acerca de la RS.
- El Campo de Representación, constituye el conjunto de actitudes, opiniones, imágenes, creencias, vivencias y valores presentes en una misma representación social y la manera cómo son organizados y jerarquizados internamente. Es definida por Araya (2002, p. 33) como el fondo cultural del que emerge la representación y se concretan en las instituciones sociales.

En suma, las representaciones sociales pueden definirse de las siguientes maneras:

- 1) *Descriptiva*: la RS “es una manera de ver el mundo, que se traduce en el

juicio y en la acción.” (Tamayo y Navarro, 2009, p.10)

2) *Conceptual*: la RS “es un conjunto de conocimientos, actitudes y de creencias concernientes a un objeto social dado.” (Tamayo y Navarro, 2009, p.10)

3) *operacional*: la “RS es un conjunto de elementos cognitivos que establecen relaciones; esos elementos y esas relaciones son propios de un grupo determinado.” (Tamayo, y Navarro, 2009, p.10)

Para concluir, las RS son un conocimiento obtenidos a lo largo del tiempo, donde su componente central se encuentra inmodificable, pero posee la capacidad de mutar y cambiar, al variar sus rasgos periféricos, por lo cual es un conocimiento en constante transformación adquirido mediante la socialización.

4.2. Cuerpo:

Se ha desarrollado en la actualidad un auge vertiginoso en los cambios estéticos por la búsqueda de un mito de la belleza que se desenvuelve en la paradoja del empoderamiento subjetivo de las mujeres y sin embargo del sometimiento a los cánones de belleza cultural para agradar a un otro. Por otro lado, los conceptos como trabajo estético, que se refiere únicamente a prácticas de las mujeres que apuntan a la “labor del embellecimiento y como tal esfuerzo caracteriza la experiencia misma de ser mujer” (Pedraza, 2006, p.166), que involucran toda la subjetividad de aquellas; y son reforzadas por las creencias, prácticas e instituciones dirigidas a ser rectores del aspecto externo del cuerpo de mujer.

El cuerpo es el conjunto de sistemas orgánicos, es el sustrato biológico, que permite al ser humano desenvolvimiento, desarrollo e intervención del entorno, determina la experiencia simbólica de sí mismo, es el contenedor de la psique, el medio que permite “percibir una gran diversidad de sensaciones y emociones, siendo además esencial en el establecimiento de vínculos y relaciones con los demás” (Secretaría de educación del distrito de Bogotá, 2013, p.18) y por consiguiente contenedor de todo el mundo subjetivo del individuo, de sus experiencias, sentimientos, percepciones y pensamientos, es el mediador entre el individuo y el mundo exterior. Sin embargo, la concepción del ser humano ha sido durante largo tiempo escindida por partes para facilitar el estudio de este en las diferentes ciencias, así como una generalizada visión dualista del mismo, en el que el sustrato biológico se separa del psicológico y espiritual.

Es así que se han creado conceptos como corporeidad o corporalidad; la llamada corporalidad, alude principalmente a la experiencia subjetiva que tiene el ser humano a través de su cuerpo, la cual está influida por los procesos sociales en los que se encuentra sumergida, lo que a su vez influye en la percepción del cuerpo, generando unas prácticas o conductas alrededor del mismo “El término corporalidad hace referencia a la vivencia de ese cuerpo, al sentido y conciencia que los sujetos logran a través de sus propias trayectorias y experiencias de vida” (Pedraza, 2004b, p.67) .

La corporalidad es aquella representación subjetiva que cada individuo ha construido de su cuerpo, siendo así que según las particularidades que posea el

cuerpo, la experiencia se verá afectada o influida por el mismo, por lo tanto, vivir a través del cuerpo de un hombre hombre o de una mujer es diferente, las subjetividades que construyen son distintas, “La presencia o ausencia del falo conlleva las diferencias entre dos situaciones sociales: “hombre” o “mujer”” (Jakobson y Halle, en Rubin, 1996); la construcción de la corporalidad es desde un primer momento esencialmente diferente en la mujer y en el hombre, los cuales posiblemente son determinantes de la forma en que se enmarcará la construcción de sí misma o de sí mismo y de los fenómenos sociales en los que se desenvuelven las personas.

El cuerpo se torna entonces el objeto real de investigación, es objetivo, es el contenedor del sujeto en sí, es la forma concreta, material y tangible del ser y posee una historia colectiva, cambiante; desde la perspectiva propuesta por Montenegro, Ornstein y Tapia; a diferencia de lo que es la corporalidad “en tanto, hace referencia más bien a la realidad subjetiva, vivenciada o experimentada; por ello está en la intencionalidad de la vida psíquica.” (2006, p. 166). La corporalidad es contenida por el concepto de cuerpo, el cuerpo es mucho más que el sustrato biológico, “es una configuración compleja, que articula de diversas maneras la materialidad biológica, la construcción simbólica, las pulsiones y contenidos psíquicos, y las experiencias vividas por los sujetos.” (Cabra y Escobar, 2014, p. 36) lleva consigo aspectos de tipo político y simbólico que se forman a partir de la interacción con los constructos sociales y moldean la relación de cada persona con su cuerpo.

5. METODOLOGÍA:

5.1. Enfoque:

La investigación se enmarca bajo un enfoque empírico analítico en el que se analiza estadísticamente la información obtenida a partir de la observación; el término analítico fue usado por Aristóteles para describir el conocimiento derivado de la experiencia con el fenómeno, las RS son sensibles de examinar a través de herramientas propias, que permitan al sujeto dar cuenta de las actitudes, la información y el campo representacional en el que se encuentran inmersos; pues las RS son un ente vivo, las podemos experimentar y ellas atraviesan nuestro ser, y comprobarla a través de datos cuantificables como da a entender Ortiz (2012).

5.2. Diseño:

La investigación fue desarrollada bajo un diseño metodológico cuantitativo, el cual parte de una visión objetiva de la pieza que se desea estudiar, de la que se plantearon una hipótesis para darle dirección a la investigación; con este enfoque se determinó las etapas que permitieron alcanzar los objetivos y conclusiones más generales acerca de las RS. Aquí el foco se dirigió, entonces, a esos elementos en común que se identificaron en las afirmaciones de las participantes, teniendo como pretensión ir a lo universal y no a la experiencia particular, con la intención de encontrar la representación social propia de un grupo de personas en un contexto sociocultural específico.

A medida que se obteniendo los datos de análisis, estos fueron sistematizados y se hicieron apuntes en un diario de trabajo sobre los aspectos más relevantes en comparación con los presupuestos teóricos, los cuales permitieron su

posterior categorización. Este diseño depende en gran medida de sus resultados, puesto que son los que permiten reafirmar o contradecir lo planteado en el marco teórico.

Aunque el papel de los investigadores acá es menos activo, este se acercó al escenario, donde los sujetos tomaron vida y el fenómeno salió a flote, elementos que le permitieron a aquellos, los investigadores, tomar elementos para examinar la unidad de análisis, sin dejar de lado su papel neutral, apartando sus creencias y prejuicios, posibilitando una investigación más integral y compleja. De igual manera todo lo que pudieron decir estos actores del fenómeno, se tuvo en cuenta como elemento central.

5.3. Tipo:

Esta investigación es de tipo descriptivo puesto que su pretensión era especificar las propiedades de la RS del cuerpo de la mujer, a través del análisis y la medición de los datos arrojados, pretende “especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice.” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, y Baptista Lucio, 2010, p.103)

5.4. Población y muestra:

La población con la cual se trabajó estuvo constituida por 140 mujeres universitarias entre los 17 y 32 años de edad pertenecientes a dos instituciones de educación superior, a saber: Universidad de Antioquia y Universidad de Medellín, en un muestreo no probabilístico de participantes voluntarias y por conveniencia así: se

realizaron visitas a las universidades respectivas en las cuales se abordaba a la personas y se le preguntaba si deseaban participar en una pequeña encuesta, luego se le preguntaba si estaba matriculada en alguna de las carreras pertenecientes al criterio de descarte y si no era así, se le proporcionaba la hoja de aplicación, las participantes determinaban el tiempo de duración, pues entregaban hasta que se agotaran las asociaciones y finalmente se les agradeció por su participación.

Como criterio de descarte se definieron los siguientes programas académicos: nutrición y dietética, medicina, antropología y psicología, puesto que estas poseen un discurso entorno al cuerpo que pueden permear el discurso de RS de las participantes.

5.7. Técnicas de recolección de la información:

Las RS poseen unas metodologías propias para su investigación, aunque no se ha definido una única metodología de trabajo, en consecuencia a que su definición como concepto tiene mucho que ver con lo subjetivo y abstracto del ser humano, siendo así que Otirakopoulou y Breakwell, (En Araya, 2002) afirman 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”.

Moscovici usó como herramienta principal el cuestionario de elección forzosa, sin embargo, se puede usar herramientas como entrevistas abiertas, observación participante, escala tipo Likert, análisis de documentos y medios. Todas estas

apuntan a lo mismo, a que las representaciones sociales como objeto, pueden ser observadas y trabajadas, que dan cuenta del mundo interno de los individuos pertenecientes a un grupo social. No obstante, a la pluralidad de herramientas, estas deberán ser coherentes al carácter fenomenológico que poseen las RS, es decir su enfoque de trabajo es necesariamente el cuantitativo.

La carta asociativa:

Para recolectar la información se usó un método asociativo llamado la carta asociativa, la cual permite encontrar el núcleo, los lazos significativos y los términos periféricos de la representación, mediante un término inductor por el que los sujetos producen una o varias series con todas las palabras o términos que se les viene a la cabeza; estas fueron analizadas a partir de la significación de sus asociaciones, siendo en ese sentido que adquirieron valores las expresiones que escribieron las participantes; en palabras de Abric “Aunque todavía “experimental”, esta técnica nos parece una buena herramienta de identificación de contenido y la significación de una representación...” (2001, p. 64). Además, posee todas las cualidades de la asociación libre como reconocer los núcleos estructurales.

5.6. Procedimiento:

Se llevó a cabo un primer pilotaje con el instrumento de recolección de información, siendo aplicado a 15 mujeres con el fin de retroalimentar el proceso de construcción del mismo y ajustarlo, que permite finalmente obtener mayor veracidad en la investigación, con 20 cartas asociativas aplicadas en las que se

mostraron dificultades para desarrollar más de dos series o cadenas asociativas propuestas por Abric, así como el mismo lo plantea “El método puede ser desarrollado para obtener cadenas de cinco, incluso seis elementos, pero varias experiencias llevadas a cabo para someter a prueba este método demuestran que es difícil ir más allá de las tres fases que acabamos de describir.” (En Araya, 2002, p. 61) Se evidenció desinterés por parte de las participantes al pedirles escribir otra serie de asociaciones; finalmente se llevaron a cabo los ajustes pertinentes.

En un segundo momento se definió realizar la carta asociativa en dos etapas, en la primera se le pide a la colaboradora que enuncie todas las palabras que se le vengan a la mente al leer la frase inductora hasta agotar sus posibilidades, sin pensarlo mucho y sin compartirlo con las compañeras, al acabar se le insita a que escriba otra serie de palabras que se le ocurran al asociar la frase inductora con la palabra que escribió o en su defecto una frase corta, así con cada uno de los términos escritos.

La aplicación se realizó en cuatro días, dos por cada universidad, en las que se abordaron a las mujeres ya fuera de manera individual o en grupos, pidiéndoles unos minutos, si era afirmativa la respuesta se continuaba preguntando cuál es la carrera que estudia y explicando el motivo de abordarla y el procedimiento; además se observaron los comportamientos, expresiones, formas de vestir, estado de ánimo y detalles que se presenten durante el encuentro.

5.7. Técnicas de análisis de la información:

La carta asociativa posee su propio procedimiento de análisis, así:

Primero se reúnen todos los términos ubicados en la primera serie, en segundo lugar, se hace un conjunto con todas las palabras reunidas en la segunda, finalmente, por medio del cuadro de análisis prototípico usado por Navarro (2004) se analizará la prototipicidad. Además, se realiza un análisis prototípico por medio de

5.8. Criterios de validez:

El instrumento usado para la recolección de los datos demostró evaluar lo que se pretendía con un solo ítem, y de las respuestas obtenidas no hubo ninguna que resultara problemática, que tuviese que ser eliminada o que surgiera como dato extremo en las mediciones; demostrando así consistencia en los resultados.

Además, la aplicación del mismo se realizó en un rango de representatividad de 140 participantes, y en dos lugares diferentes de la ciudad por lo cual se hace posible la generalización de los hallazgos.

Bitácora de análisis, esta recoge anotaciones hechas durante todo el proceso de análisis de los datos, por medio de esta herramienta se puede verificar la veracidad y credibilidad de la información obtenida. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, y Baptista Lucio, 2010)

5.9. Criterios éticos:

Todos los criterios éticos aquí contemplados tendrán como marco los derechos humanos, en la ley 1090 de 2006 del congreso de la República y el código deontológico y bioético del ejercicio de la psicología en Colombia.

Por el objeto de estudio, los objetivos y la metodología utilizada esta investigación es considerada de bajo riesgo; aun así, durante la recolección de los datos se procuró no hacer daño a las participantes evitando juzgar, presionar o hacer énfasis en sus declaraciones.

El derecho a la intimidad, se considera necesaria en la investigación la invasión de la privacidad de los participantes, sin embargo no se indaga por información que no sea necesaria para la investigación; no obstante, el participante puede decidir no responder a cualquiera de las preguntas planteadas en la entrevista; así mismo se le garantiza a los participantes que toda la información de identificación proporcionada es totalmente confidencial y se eliminarán los datos que no sean de utilidad para la investigación.

6. HALLAZGOS

6.1. Análisis prototípico:

La teoría del núcleo central de Abric (1987) propone que toda representación se organiza alrededor de un elemento fundamental –*Núcleo central*- que garantiza dos funciones esenciales:

- *Una función generadora*: es el elemento mediante el cual se crea, se transforma, la significación de los otros elementos constitutivos de la representación. Es por su conducto que estos elementos toman un sentido, un valor.
- *Una función organizadora*: es el núcleo central que determina la naturaleza de los lazos que unen, entre ellos los elementos de la representación. Es, en este sentido, el elemento unificador y estabilizador de la representación (p. 20-21)

El núcleo, además, será el más resistente al cambio, es el elemento más estable de la representación, el que garantiza la perennidad en contextos móviles y evolutivos; de hecho, cualquier cambio en el núcleo central ocasiona una transformación completa en la representación.

En las situaciones en las cuales intervienen aspectos afectivos, sociales e ideológicos, como el presente trabajo, se presenta una *dimensión normativa* que lleva a pensar que en el núcleo central se encontrará “una norma, un estereotipo,

una actitud fuertemente marcada” (p. 22)

Los elementos periféricos de la representación constituyen la esencia del contenido, son los más accesibles y, además, lo más *vivo* y concreto. Estos se pueden estar próximos o distantes al núcleo; cuando están próximos desempeñan una importante labor en la concreción de la representación y cuando son más distantes ilustran y justifican esta significación. También son responsables de tres funciones:

- **Función Concreción:** directamente dependientes del contexto, resultan del anclaje de la representación en la realidad, y permiten revestirla en términos concretos, comprensibles y transmisibles de inmediato.
- **Función Regulación:** más flexibles que los elementos centrales, los elementos periféricos desempeñan un papel esencial en la adaptación de la representación a las evoluciones del contexto. Pueden entonces ser integradas a la periferia de la representación tal o cual información nueva, tal o cual información del entorno.
- **Función Defensa:** La transformación de una representación se operará en la mayoría de los casos mediante la transformación de sus elementos periféricos: cambio de ponderación, interpretaciones nuevas, deformaciones funcionales defensivas, integración condicional de elementos contradictorios. Es en el sistema periférico donde las contradicciones podrán aparecer entonces y ser sostenidas. (p. 24)

Para este análisis se aplicaron 140 cartas asociativas, de los cuales se obtuvieron 1.226 expresiones con 470 palabras diferentes, siendo en promedio 8 los enunciados por cada participante, por lo tanto, el rango medio de evocación fue 4; con la información proporcionada se realizó el análisis de prototipicidad a partir del modelo planteado por Betancur, Restrepo, Ossa, Zuluaga y Pineda (2014), cruzando los datos en una matriz de 2X2. En el cuadrante 1 fueron ubicadas las palabras con alta frecuencia y alto rango de aparición (núcleo central), en el segundo, los de frecuencia alta y rango de aparición menor, en el tercer cuadrante los de frecuencia débil y rango de aparición alto, en estos dos cuadrantes aparecen los rasgos del periférico 1, y en el último cuadrante se ubican los de frecuencia y rango de aparición débiles (ver tabla 1).

Tabla 1. Matriz de análisis prototípico

	Rango alto	Rango menor
	<p>CENTRAL</p> <p>Belleza</p> <p>frecuencia 42</p> <p>rango 1.2</p> <p>Delicadeza/Delicado</p> <p>frecuencia 24</p> <p>rango 2.7</p>	<p>PERIFERICO 1</p> <p>Amor</p> <p>frecuencia 15</p> <p>rango 3.7</p> <p>Feminidad</p> <p>frecuencia 7</p> <p>rango 4.2</p> <p>Respeto</p> <p>frecuencia 7</p> <p>rango 6.2</p> <p>Senos</p>

		<p>frecuencia 7</p> <p>rango 7.2</p>
	<p>PERIFÉRICO 1</p> <p>Voluminoso</p> <p>frecuencia 2</p> <p>rango 4</p> <p>Maternidad</p> <p>frecuencia 2</p> <p>rango 3</p> <p>Sabiduría</p> <p>frecuencia 2</p> <p>rango 3</p>	<p>PERIFÉRICO 2</p> <p>Agradable</p> <p>frecuencia 1</p> <p>rango 5.2</p> <p>Alta</p> <p>frecuencia 1</p> <p>rango 6</p> <p>Carácter</p> <p>frecuencia 1</p> <p>rango 6</p>

		<p>Bondad</p> <p>frecuencia 1</p> <p>rango 7</p>
--	--	--

A partir del análisis se encontró que el núcleo central está constituido por las palabras de belleza y delicadeza/delicado, serían estos términos los más estables dentro de la representación. Según Ossa (2012) la belleza es un producto social en el que se carga al cuerpo de estereotipos, es así que el cuerpo no es bello por sí mismo sino por las prácticas que se instalan en él, como al maquillarlo, asearlo y moldearlo a través del ejercicio, dotándolo de atributos convencionales, siendo así que, la belleza se convierte en un atributo necesario para que el cuerpo de mujer sea considerado como tal.

La palabra *Belleza* fue nombrada 56 veces en el total de cartas asociativas realizadas, de los cuales en 42 ocasiones fue nombrada en los primeros rangos y 39 más como clarificación de otras. Evidenciando así dos elementos antagónicos que componen la significación de este concepto, el primero, la belleza como producto de las prácticas moldeadoras, como lo define Ossa y el segundo la belleza como característica inherente, si el cuerpo corresponde a la mujer entonces es bello o si la persona es “bella” su cuerpo es el reflejo de esta belleza, no importa qué características posea o que estas no correspondan con los estereotipos culturales.

Las palabras delicadeza y delicado fueron nombradas 44 veces, más de la mitad en los primeros rangos y 31 veces más como clarificación de otras; en los hallazgos delicadeza aparece como componente principal o bisagra del concepto de feminidad, contrario al planteamiento de Ossa en el que delicadeza es atributo de feminidad, “la manera de relacionarse también emerge como tema importante al momento de mostrar cuán femenina se es, así como el porte corporal, la ternura, la delicadeza y la sensibilidad, las cuales hacen parte de la caracterización que ellas se atribuyen.” (2012, p. 107).

En cambio, aquí las participantes describieron la feminidad como un elemento secundario, como elemento simbólico, que abarca aspectos *fisiológicos* - como cabello, uñas, senos, caderas y sexualidad-, *culturales* -donde se enuncian: dama, diferencia del hombre, coquetería, estado natural, vestido y accesorios-, y *comportamentales* -como identificación, simplicidad, respeto por sí misma, amor propio y sensibilidad-, aunque siempre vinculados con la delicadeza.

Siendo así que belleza y delicadeza son los referentes simbólicos que estructuran la RS del cuerpo de la mujer en las participantes, por lo tanto, estos determinarán la relación que las participantes tienen con su cuerpo y la posición que ocuparan los elementos dentro de la RS.

Los elementos periféricos como amor, feminidad, respeto y senos pueden ser entonces las características más importantes al momento de juzgar si un cuerpo es bello y delicado, en comparación con componentes como bondad y carácter, que

son vistos como importantes, pero no necesarios, pues sin estos el cuerpo puede seguir siendo de mujer. En conclusión, son belleza y delicadeza quienes determinan los lazos hacia otros elementos y la significación que estos adquieren dentro de la RS, además es desde allí de donde se producen nuevos elementos, mientras que los términos que se encuentran en la periferia pueden someterse a cambios, incluirse nuevos términos y excluir a otros sin que el núcleo se vea drásticamente afectado.

6.2. Análisis Categorical

Se logra entonces a partir del análisis de las 140 cartas aplicadas y de las aclaraciones hechas por las participantes a cada palabra enunciada en la primera línea asociativa, categorizar las mismas en diferentes grupos; ya que aunque podían repetirse expresiones, muchas de estas difirieron, entre participante y participante, en la intención con que eran expresadas, por lo cual se definen cinco categorías así:

Tabla 2. Matriz de análisis categorial

N O M B R E D E L A C A T E G O RÍA	CARACTERÍSTICA DE LA CATEGORÍA
Á M	Fueron agrupadas las acciones nombradas por las participantes, como propias del cuerpo de mujer; por

BI T O C O M P O R T A M E N T A L	ejemplo, para ser denominado <i>cuerpo de mujer</i> tenía que ser tierno, femenino o delicado.
Á M BI	En esta categoría se ubican todas aquellas palabras que son referencia directa a partes específicas del cuerpo de mujer y que no tienen ninguna

T O B I O L Ó G I C O	connotación simbólica, como senos o caderas.
E N T O R N O S O C I A L	En ésta se ubican las acciones que esperarían las colaboradoras como propias de la reacción que tiene el entorno ante la característica de cuerpo de mujer

Á M B I T O S I M B Ó L I C O	Son las expresiones que representan de manera simbólica todas aquellas cualidades que las participantes nombraron, ejemplo, cabeza se refería en algunos momentos a la inteligencia
Á M B I T O I N T	Se agrupan aquí las características intelectuales o cognoscitivas que, expresaban las participantes, eran inherentes al cuerpo de la mujer.

E L E C T U A L	
--------------------------------------	--

En el *Ámbito Comportamental* encontramos prácticas y conductas que se atribuyen o suponen propias de una persona con cuerpo de mujer, la cual se subcategorizó así: femeninos, de autocuidado, sexuales y conflictivos, todos estos como manifestaciones externas y observables de ese cuerpo. En psicología se ha entendido desde hace mucho tiempo al comportamiento y la conducta como sinónimos, como los cambios observables que ejerce un ser vivo, o “toda actividad desarrollada por un organismo vivo.” (Chertok, 2006, p. 15)

Sin embargo, Chertok afirma también que estos incluyen los reflejos automáticos que se dan en alguna parte del organismo y los comportamientos mecánicos o automáticos. Los que se dan en alguna parte del organismo pueden

ser los propios de los sistemas corporales como respirar o digerir los alimentos, y los mecánicos o automáticos son los que se aprenden y se realizan en contextos explícitos sin que haya una atención enfocada en esa tarea, por ejemplo, conducir o saltar ante un evento sorpresivo.

Por lo que, en esta categoría cuando se habla de comportamientos se hace referencia a los comportamientos desarrollados por el ser humano con la intención de alcanzar un objetivo, sean estos automáticos o no, pero no a los que se dan dentro del organismo. Por lo tanto, acá el comportamiento sería la respuesta ante el entorno o el contexto social, surge del análisis de la persona al medio, de lo que significa y finalmente lo que debe hacer para lograr algo en él; “la conducta de un individuo sólo puede ser entendida en términos de la conducta de un grupo social del cual es miembro, puesto que sus actos individuales van más allá de él y que abarcan a otros miembros de ese grupo” (Mead, 1934. En Álvaro, 2003, p.80) Es así que las participantes al tener una RS de una persona con cuerpo de mujer definen cierto tipo de comportamientos atribuibles a ellas como grupo social, incluso a partir de su propia experiencia. Dentro de los tipos de comportamientos se encuentran:

Comportamientos femeninos, se entienden como las expresiones comportamentales que permiten a las personas con cuerpo de mujer identificarse como tales y al mismo tiempo diferenciarse de los hombres, estas expresiones se asimilan por medio de los contenidos sociales impuestos por el contexto cultural y los aprendizajes propios que se han obtenido a través de la experiencia, “Se dice que una persona es femenina cuando se atribuye en alto grado aquellas

características y comportamientos que la sociedad considera significativamente más deseables para la mujer” (García & Mina, 2003. En Ossa, 2012, p. 35); en las explicaciones de este concepto se mostraron aclaraciones tales como: “lo que caracteriza a una mujer y la diferencia del hombre” y “acción propia de cada mujer”, entre las mencionadas aparecen por ejemplo el tener el cabello largo, las manos, la delicadeza y la elegancia, el usar vestido, arreglarse las uñas y usar accesorios.

La feminidad acá se asocia con los senos, la boca, las uñas y el cabello largo, la feminidad es entonces para las participantes la expresión de un cuerpo bello, que el otro admire y lo desee, se realiza con el objetivo de atraer a un otro; mientras que la ternura fue en su mayoría asociada a comportamientos pasivos, expresiones de pasividad para despertar “amor y “cariño en el entorno, no se refiere a deseo o atracción, sino en cambio sentimientos positivos, de consideración y estima, también fue asociado a las expresiones de estas emociones por la persona con cuerpo de mujer y a la maternidad o la concepción.

Aunque la feminidad fue asociada principalmente al sustrato biológico, este depende de las significaciones del contexto, de la posibilidad de que sea deseable, basados en Richard afirma que

debe partir necesariamente de un reajuste de su identidad social y sexual, consideramos que no puede ser soslayada la posición social y simbólica de las personas investigadas, pues ello incide en la manera en que perciben su cuerpo y viven su relación con él (1993).

En Piñón y Cerón, 2007, p. 125)

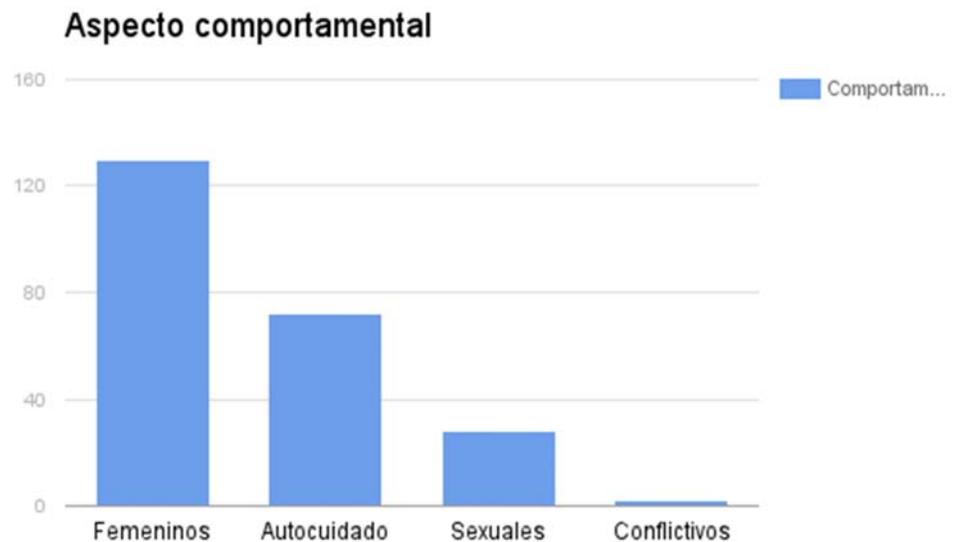
Para el ámbito de la sexualidad, acá nombrada como subcategoría, las clarificaciones en su mayoría hacían referencia a un otro, una de las mujeres nombra el cuerpo como “instrumento de conquista”, y no como fuente de satisfacción propia, siendo así que en esta categoría se refiere específicamente al contacto íntimo con otra persona, no refleja acá intenciones de autocomplacencia, sino que lo considera un cuerpo utilizado para complacer a otros.

Dentro del ámbito comportamental aparecen expresiones como amor propio, limpieza, cuidado y alimentación, los cuales tienen como objetivo la satisfacción de las necesidades básicas, de supervivencia, e incluso más allá, que el cuerpo sea “saludable”, “sano”; entendiendo aquellas necesidades en dos líneas tanto las fisiológicas como las psicológicas; por lo que aparece el autocuidado como el conjunto de comportamientos, actividades y rutinas que procura el bienestar integral de la persona, es “el acto de mantener la vida asegurando la satisfacción de un conjunto de necesidades indispensables para la vida, pero que son diversas en su manifestación” (Colliere, 1993. En Uribe, 1999, p.116), expresado por las mujeres abordadas así: “se debe amar, proteger, alimentarlo, quererlo”, además respetado, el respeto está directamente vinculado a un “valor” que se le adjudica al mismo, simbolizado en la palabra “templo”, para quien lo posee los comportamientos respetuosos para con él son un indicador de autoestima; y para quien no, el respeto es una obligación. La expresión “respeto” fue nombrada en 25 ocasiones en el total de las cartas asociativas, con frecuencia 7 y rango 4.2 por lo que fueron ubicados en

el periférico 1 de la RS.

Así como fueron registrados comportamientos que producen bienestar en las personas, en la RS del cuerpo de la mujer se nombró anorexia dos veces, de ahí la las respuestas sobre comportamientos conflictivos, que podrían tomarse como consecuencia de una excesiva preocupación por una “figura delgada” y como lo expone Carrillo “El desacuerdo con las imágenes del entorno, que constantemente estamos interiorizando, puede originarnos complejos físicos y psicológicos, que han degenerado en su grado más extremo en enfermedades como los trastornos de la conducta alimentaria” (p.36, 2003), que según las participantes se asocia con la incapacidad para aceptar su cuerpo o con las inseguridades que surgen de él.

Gráfica 1. Ámbito comportamental



En la categoría del *Entorno Social* fueron agrupadas todas las expresiones que se refieren a las reacciones que las personas del contexto social tienen con una persona que posee un cuerpo de mujer, tales como: admiración, atracción, comercio y respeto. Se considera este grupo de conceptos fundamental para mostrar el campo de representación, puesto que, aunque no sean instituciones, muestran claramente el sustrato social en el que se encuentra la persona con cuerpo de mujer, las creencias, opiniones y conductas que asume el entorno para con ellas, que juega un papel fundamental en la construcción y sostenimiento de la RS, más allá de las conductas, creencias y valores que este cuerpo debe asumir.

Como se ha señalado anteriormente el cuerpo de la mujer tiende a ser cosificado, utilizado y desechado; a pesar de los cambios sociales y culturales quedan resquicios de la soberanía del hombre sobre el cuerpo de la mujer y las decisiones sobre este. Lo manifestado por las participantes da cuenta de una mirada externa que las evalúa, las valora y las comercializa, en palabras del historiador JW Osorio (2015):

Existe una especie de universal en las culturas, una impronta por la cual a las mujeres se les considera venidas a menos, de inferior condición, con espíritu servil, de rango pequeño. Y esto es igual en Dinamarca que en Cundinamarca.” (p. 134)

Dentro de esta categoría, y de la mano del *respeto*, se encuentra la percepción de seguridad al salir a la calle, nuevamente se evidencian restos de la *mujer doméstica* destinada al ámbito de lo privado, transitar ciertos espacios la condenan a un peligro inminente, dejan vulnerable la integridad de su cuerpo. Salir significa exponerse al riesgo.

En las calles de la ciudad, en las ciudades del país se aprende desde pequeña que no hay que salir sola, y cuando, ya mayor, la mujer sale sola ya aprendió que debe cuidarse. El peligro pasa por su cuerpo, es su cuerpo. (Melgar-Palacios, 2007, p.142)

Es en este sentido en el que las participantes hacen gran énfasis en respetarse y exigir respeto de los otros.

Por otra parte al preguntar por el cuerpo de la mujer se esperaba que fueran nombrados órganos corporales o partes del cuerpo principalmente, sin embargo en el *Ámbito Biológico* solo fueron nombrados 35 palabras diferentes, con pocas frecuencias, algunos de estos fueron “abdomen”, “sonrisa”, “piel”, “piernas”, “ombligo”, “ovarios” y “pelo”, siendo senos, ojos y sonrisa los que más se nombraron con 15, 10 y 10 repeticiones respectivamente; además se agregaron a esta categoría las palabras que califican directamente los rasgos físicos y se evidenció que el cuerpo de mujer es un cuerpo con “curvas”, “con piel suave”, “armonioso”, “bello” y “delicado” con “cicatrices”, “arrugas”, y “celulitis”; siendo estas últimas expresiones propias de los estilos de vida de las participantes, sobre todo del rol materno.

Se vislumbra un patrón en las declaraciones de las participantes al referirse al cuerpo, donde éste es bello por naturaleza, pero debe modificarse para cumplir con los mandatos sociales, para que sea aceptado y bello, por ejemplo una de las participantes afirma “el cuerpo de la mujer es hermoso sin importar su forma o sus proporciones, es sagrado porque nos lo regaló la naturaleza, sin embargo, ha sido un medio de consumo que atiende a estereotipos”.

Todos los cuerpos de mujer son perfectos tal cual vienen al mundo, de forma natural y en sus múltiples configuraciones, una de las colaboradoras dice “la naturaleza es sabia al crear el cuerpo de la mujer”, “no hay cuerpo feo, cada cuerpo tiene su historia”; pero por otro lado se expresó que debe corresponder con el “prototipo de cuerpo ideal” como tener el cabello largo, curvas, no ser demasiado

gordo o delgado, tener cintura pequeña y voluptuoso, el cuerpo de mujer se convierte en un objeto que debe moldearse y modificarse para cumplir con estereotipos e ideales sociales, nombrado como constante de preocupación y sufrimiento para aquellas personas, así: el cuerpo se vuelve “objeto de críticas y en ocasiones en el martirio de tantas que no pueden tenerlo tal cual se exige, o de quienes no soportan la presión de la expropiación del mismo”.

Estas modificaciones y experiencias vividas a partir del sustrato biológico hacen que le sean otorgadas construcciones propias, significados diferentes, en el que varios órganos o partes del cuerpo representan otros aspectos, no sólo su funcionalidad, por ejemplo, una de las mujeres nombró los senos, la cabeza, abdomen, caderas y pelo aclarando que describió estas como: “Partes del cuerpo que son muy simbólicas para la mujer, sus defectos o lo que les preocupa. Y lo que representa una mujer”

Pues como lo plantean Cabra y Escobar “el cuerpo implica una experiencia que va más allá de su materialidad biológica, y que las significaciones de la vivencia corporal inciden con mucha fuerza en la configuración de la subjetividad. (2014, p. 36).

En el *Ámbito Simbólico* se recogieron todas las palabras que tienen sentido dentro de la representación por la construcción simbólica que han hecho aquellas mujeres de sus cuerpos. Se agrupan aquí palabras que denotan cierta creatividad o relación singular con su cuerpo, como referencias a la naturaleza (vaca, elefante,

caracol, pluma, lobo, luna, fuego, salvaje, p. ej.), y otras como *arte, obra de arte, creación, música, templo, telar, infierno*. Todas estas palabras obtuvieron un rango de aparición bajo y frecuencia baja que se podrían interpretar como construcciones totalmente subjetivas; sin embargo, palabras con más frecuencia de aparición como *belleza y cabello*, que se expusieron previamente, también son utilizadas con el fin de simbolizar su relación con el cuerpo.

Lucía Melgar en su escrito, *El cuerpo en la Calle* (2007, p.146), escribe “el cuerpo es piel. La piel guarda una historia” y es este tipo de asociación lo que entrelaza la relación que hacen las participantes con palabras que en un primer momento distan mucho de su cuerpo.

Por último, se reunieron en el *Ámbito Intelectual* expresiones asociadas a la personalidad y toma de decisiones como carácter, cabeza, capacidad, autonomía y conocimiento, que a pesar de no ser significativos a nivel estadístico son representativos de conductas que ubican a la mujer como responsable y consciente de su propio cuerpo, a través de él construye autoconocimiento y estructura su personalidad de manera integral.

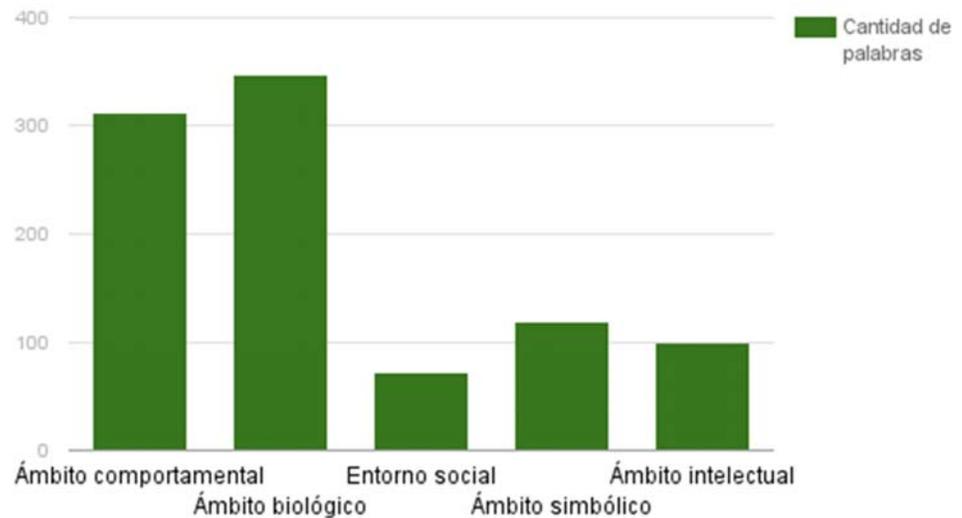
C. Rogers sostiene una comprensión de la salud, de la enfermedad y del cambio terapéutico que reconoce la experiencia orgánica y la tendencia auto-actualizante como la fuente natural del desarrollo sano, que se refiere justamente a la experiencia corporal y a los datos de los sentidos, los que, si se escuchan, guían al individuo a la vida y la salud

(Gálvez & Sastre, 2011, 23)

Mente y cuerpo son indisociables, son parte de un todo que se construye y reconstruye en la interacción con el contexto social e histórico, lo que daría paso a pensar que, aspectos que responden al orden de los estereotipos podrían fluctuar en esta población a medida que su trayectoria vital vaya avanzando.

En la siguiente gráfica se ilustran las tendencias en que fueron categorizadas las palabras:

Gráfica 2. Categorización



7. DISCUSIÓN:

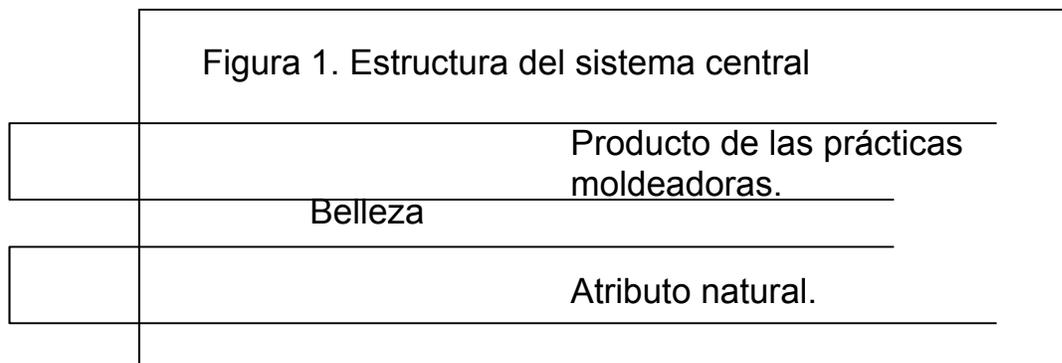
Se trate al cuerpo como parte maldita, o como vía de salvación en lugar del alma en una sociedad laica, se produce la misma distinción que coloca al hombre en una posición de exterioridad respecto del propio cuerpo. La versión moderna del dualismo opone al hombre y al cuerpo, y no, como sucedía antes, el alma o el pensamiento a un cuerpo. (Le Breton, 1990, p.218)

Esta afirmación de Le Breton recoge las tendencias fundamentales de los antecedentes revisados en las que el cuerpo es un medio para obtener la salvación en la tierra, el cuerpo es el medio por el cual las personas alcanzan la felicidad, la cual se centra fundamentalmente en el aspecto físico, en la dedicación de tiempo al embellecimiento del cuerpo, en su capacidad de seducción y atracción de hombres y finalmente su feminidad; aun cuando todas estas poseen connotaciones ambivalentes, puesto que son consideradas denigrantes o superficiales ante las posibilidades de desarrollo y autovaloración de los modelos teóricos actuales.

En este sentido Gomes (2013) y Cáceres y Díaz (2008) resaltan la necesidad de modificar, aún más, los estereotipos propuestos por los medios de comunicación que reafirman constantemente que la mujer vale por la capacidad de ostentación de su belleza física, la cual influye determinantemente en la construcción de sí misma y de su identidad como agente activo de la sociedad.

De esa manera es importante destacar que a partir del análisis prototípico

acá realizado, se encontró que belleza es el sistema central representacional en el que una mujer debe tener un cuerpo bello, similar a los hallazgos obtenidos por Romeu, Piñón & Cerón, “en el proceso de construcción de su subjetividad, comienzan a configurar las percepciones estéticas sobre su propio cuerpo, el primer campo semántico por el que atraviesan es el que ocupa el referente occidental de belleza” (2011, p. 16), a pesar de que, en el discurso de las participantes de la presente, el valor de belleza sea dado principalmente por dos vías, la primera es la naturaleza y las cualidades innatas con las que nace la mujer, y la segunda vía de obtención de belleza es por medio de intervenciones en el cuerpo, que podría ilustrarse así:



Al respecto, las fuentes consultadas que relacionan la RS de la mujer con estereotipos de belleza, Cáceres & Díaz (2008), Cáceres (2008), Ossa (2012), Gomes (2013) y Pedraza (2014); hablan del reduccionismo del papel de la mujer que movilizan toda su subjetividad a la experiencia única del embellecimiento para el cumplimiento de ciertos requisitos sociales.

No obstante en el análisis de la RS del cuerpo de la mujer en estudiantes universitarias mostró que esté, el cuerpo de la mujer, se encuentra vinculado a otros elementos subjetivos, como el amor y el respeto; sin embargo, el nombrar este tipo de características puede deberse a lo que se espera del medio, a lo políticamente correcto, aunque también “La ambigüedad en torno de la noción de cuerpo es una consecuencia de la ambigüedad que rodea a la encarnación del hombre: el hecho de ser y de poseer un cuerpo” (Le Breton, 1990, p. 23)

En suma, el siguiente gráfico puede ilustrar los elementos de la RS del cuerpo de la mujer, en el que el sistema central son belleza y delicadeza y el sistema periférico más consistente sería compuesto por amor, feminidad, respeto y senos, ilustrado por la siguiente gráfica.

Respecto a la feminidad se encuentra una discrepancia entre los hallazgos y algunos antecedentes teóricos, puesto que en estos la feminidad se posiciona como concepto nuclear de la RS del cuerpo de la mujer, pues ha sido establecido como la pieza que determina la diferencia entre hombres y mujeres, en palabras de Marcela Lagarde

La feminidad es la distinción cultural históricamente determinada, que caracteriza a la mujer a partir de su condición: genérica y la define de manera contrastada, excluyente y antagónica frente a la masculinidad del hombre. Las características de la feminidad son patriarcalmente asignadas como atributos naturales, eternos y ahistóricos, inherentes al género y a cada mujer. Contrasta la afirmación de lo natural con que cada minuto de sus vidas, las mujeres deben realizar actividades, tener comportamientos, actitudes, sentimientos, creencias, formas de pensamiento, mentalidades, lenguajes y relaciones específicas en cuyo cumplimiento deben demostrar que en verdad son mujeres.

(1997, p.2)

Así pues, La feminidad alude a características, no necesariamente físicas, que deben poseer las mujeres para ser consideradas como tal, estas pueden obedecer, Según Piñón & Cerón (2007) a la imagen corporal, que a su vez es alusiva al ámbito estético, siendo fuertemente notorio el interés de la mujer moderna de “construir para sí misma” un cuerpo de mujer aceptable ante esos cánones de belleza establecidos, pues finalmente estos le permiten entablar comunicación con

el sexo opuesto y tener contacto sexual. En el mismo sentido Romeu, Piñon & Cerón (2011) afirman que la representación de la feminidad es fundamentalmente sexual, pues el cuerpo no es lo que determina que una mujer lo sea, sino que una mujer se define como tal en el vínculo con el otro, así que las mujeres que no cumplan con estas características pueden ser consideradas por otros como poco mujer y ser nombrada con términos despectivos que envían el mensaje de que si no se es mujer femenina entonces debe tratarse de una mujer descuidada, de apariencia y presencia brusca y hasta un “marimacho” como llega a decirse.

Sin embargo, Ossa, afirma que aunque no es el cuerpo o sus características biológicas las que la determinan e identifican como mujer, sí es en este donde se ponen, en su mayoría, los elementos que le muestran a los otros que si es así, “es entonces cuando el cuerpo aparece como uno de los principales referentes que permiten denotar la feminidad de una mujer” (Ossa, 2012, p.38), es lo que se hace con él, puesto que las participantes vincularon este con tres ámbitos principalmente, el biológico, en el que nombraron órganos; el comportamental donde se nombraban la utilidad que se le encarga a este, por ejemplo coquetear, ser dulce y demás; y por último la feminidad se nombra como el aspecto diferenciador de lo masculino.

Estos tres autores dan a entender que las prácticas del culto al cuerpo son principalmente femeninas, sin embargo, se observó en las explicaciones que dieron las participantes acerca de las palabras que escribieron, que el realizar prácticas en torno del culto al cuerpo es difícil entenderlo como un mero deseo, pues fue argumentado como prácticas naturales o propias de la misma identificación como

mujer y que por ende estas traen consigo características que demuestran belleza y por eso se hace necesaria su realización, por lo cual se considera que la representación del cuerpo de la mujer implica unas prácticas de embellecimiento que han conllevado a que sean principalmente las mujeres quienes hagan uso de las mismas.

En suma, estas prácticas han sido feminizadas y por ello su realización se hace principalmente por parte de las mujeres y no por esto significa que sean comportamientos innatos en la naturaleza biológica de cada mujer; prueba de ello son las nuevas masculinidades y su posición ante estas prácticas de cuidado excesivo, como lo que se ha denominado la Metrosexualidad.

Así, los contenidos de los sistemas periférico y nuclear de la RS del cuerpo de la mujer en estudiantes universitarias sean constituidos fundamentalmente por elementos diferentes a los biológicos indica que el cuerpo de la mujer implica mucho más que esto, compromete entonces, una marcada posición que defiende e idealiza su corporeidad como foco central de la atención que recibe, igual que en la tesis de Ossa, en la que se afirma que “La belleza deja de ser un resultado de la naturaleza humana y se constituye a partir de la acción sobre ésta.”(2012, p.124) y es por esta cualidad que la mujer es considerada valiosa en la sociedad y debe ser necesariamente respetada; se establece así, que la RS del cuerpo de mujer es definida a partir de la estética, que incluye o produce la percepción de otro tipo de cualidades, logros y aptitudes.

Pedraza afirma que el término corporeidad se refiere a la vivencia del cuerpo, por el contrario, en esta investigación cuando las participantes se refieren específicamente al cuerpo, ponían en él todas sus vivencias, su ser, todas sus experiencias, las relaciones con los otros y otras, sus comportamientos diarios. Esto como causa de que, entonces, ese cuerpo de mujer ha sido sometido a una permanente transformación por las dinámicas socioculturales que han venido presentando al interactuar con cada una de esas fases de construcción de su identidad y las experiencias recogidas luego de ciertos sucesos que logran también transformar la concepción misma de su cuerpo y de cómo esta toma un papel representativo y determinante para su desarrollo como ser humano.

De esta forma la RS del cuerpo de la mujer conlleva elementos periféricos marcados por las experiencias, siendo similar el resultado de esta investigación a la conclusión a la que llegan Romeu, Piñón & Cerón de que “La idea de lo sexual en el cuerpo femenino aparece vinculada a estrategias de seducción y sobre todo a estrategias de construcción de subjetividades que tienen por finalidad la producción de sentidos no sólo sobre el cuerpo en cuestión, sino sobre la identidad femenina, en tanto ser mujer es tener cuerpo de mujer.” (2011 p. 25)

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Abric, J. (2001). *Prácticas sociales y representaciones*. México. D.F, México: Ediciones Coyoacán, S.A. de C.V.
- Álvaro, J (2003). *Fundamentos sociales del comportamiento humano*. Barcelona: UOC.
- Araya, S. (2002). Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión. *FLACSO. Cuaderno de ciencias sociales* 127, 1-83.
- Betancur, C., Restrepo, D., Ossa, Y., Zuluaga, A., y Pineda, C. (2014). Representaciones sociales sobre salud mental en un grupo de profesionales en la ciudad de Medellín: Análisis prototípico y categorial. *Revista CES psicología*, 7(2), 92-107.
- Cabra, A., y Escobar, C., (2014). *El cuerpo en Colombia. Estado del arte cuerpo y subjetividad*. Bogotá, Colombia: Universidad Central.
- Cáceres, M. (2008). El cuerpo deseado y el cuerpo vivido. La apropiación de los discursos mediáticos y la identidad de género. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*. 13, 195-212.
- Cáceres, M. & Díaz, P. (2008). La representación del cuerpo de la mujer en la

publicidad de revistas femeninas. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. 14, 309-327.

Carrillo, M. (2003). La transmisión de valores sociales por medio de las imágenes. La identificación de la mujer delgada igual a mujer triunfadora en la población adolescente. *Comunicación y Sociedad*. XVI. (2), 33-47.

Chertok, A., (1990), *Terapia del comportamiento*. Montevideo, Uruguay: Editorial Ciencias.

Colegio Colombiano de Psicólogos. (2012). *Código de Deontología y Bioética del ejercicio de la Psicología en Colombia*. (Tercera edición). Bogotá, Colombia.

Figuroa, J. y Rivera, R. (1992). Algunas reflexiones sobre la representación social de la sexualidad femenina. *Nueva antropología*. XII (41), 101-121.

Gálvez, Á. Y., & Sastre, A. M. (2011). El cuerpo como experiencia de autoconocimiento y desarrollo de sí mismo. *Revista de Investigación Cuerpo, Cultura y Movimiento*, 1(2), 15-39.

García, J; Gómez-Escalonilla, G; Torregrosa, J; Rodríguez, R. y Santín, M. (2008). Medios de comunicación, representaciones y percepciones. El caso de la mujer política. *Estudios sobre el Mensaje periodístico*. 14, 175-196.

González Pérez, M. (2013). Representaciones Sociales. En S. Arciga Bernal, J. Juárez Romero & J. Mendoza García, *Introducción a la Psicología Social* (1st ed., pp. 137-162). México, DF: Maporrua.

- Gomes, M. (2013). [Des][Re] Construcciones del imaginario <mujer brasileña> en los discursos turísticos sobre Brasil en Portugal. *Estudios y perspectiva en turismo*. 22, 216-234.
- Henaó, M. (23 de abril de 2015). Teen liposuction and busty pinatas: narcoaesthetics in Colombia – in pictures. The Guardian. Recuperado de <https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2015/apr/23/teen-liposuction-busty-pinatas-narcoaesthetics-in-colombia-in-pictures>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación (5^a ed.)*. México: McGraw-Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación (6^a ed.)*. México: McGraw-Hill.
- Jodelet, D. (2013). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En S. Moscovici, *Psicología Social, II* (1st ed., p. 469-494). Barcelona: Paidós.
- Lagarde, M. (1997). Identidad femenina. Recuperado de: http://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/purificacion_mayobre/identidad.pdf
- Leal, S. (2011). Representaciones sociales de la mujer, en Génova y Calarcá, Quindío, desde los roles ocupacionales que ocupan en las labores agrícolas y en las actividades culturales relacionadas con el café. *Revista de Investigaciones Universidad del Quindío*. (22), 44-57.
- Martínez, M. (2008). *Epistemología y metodología cualitativa en las ciencias*

sociales (1. ed.). México: Trillas.

Melgar-Palacios, L. (2007). El cuerpo en la calle: crónicas fragmentarias. *Debate Feminista*, 18(36), 137-146.

Montenegro, M. Ornstein, L. y Tapia, P. (2006). Cuerpo y corporalidad desde el vivenciar femenino. *Acta Bioethica*. 12 (2), 165-168.

Moscovici, S. (2013). *Psicología Social, II: Pensamiento y vida social, Psicología social y problemas sociales*. España: Paidós.

Navarro, O. (2004). Representación social del agua y de sus usos. *Psicología desde el Caribe*. (14), 222-236.

Navarro, O. (2010). Representaciones sociales de la justicia en un grupo de usuarios y de no usuarios de las casas de justicia en Medellín. *Revista de Psicología Universidad de Antioquia*. 2(3), 7-23.

Ortiz, L. (2012). *Curso investigación cualitativa*. Medellín, Colombia: Universidad Abierta o a Distancia.

Osorio, J. (2015). Esa Extraña Idea Generalizada acerca de la Inferioridad de las Mujeres. *Rev. CES Derecho*, 6 (2), 133-137.

Ossa, A. (2012). *Representaciones sociales acerca de la feminidad entre las mujeres estudiantes universitarias y trabajadoras (Tesis de Maestría)*. Medellín, Colombia: Universidad San Buenaventura.

- Ovejero, A. (2007). *Las relaciones humanas. Psicología social teórica y aplicada*. Madrid, España: Editorial Biblioteca Nueva, S. L.
- Pardo, N. (2007). Niveles de organización del significado en el discurso. *Discurso & Sociedad*. 1(1), 85-115.
- Pedraza, Z. (2014). Cuerpo de mujer: biopolítica de la belleza femenina. En Muñiz, E. (coord.), *Prácticas corporales: performatividad y género*. (pp. 80-112). Ciudad de México, México: La Cifra.
- Pérez, I. (2004). La normativización del cuerpo femenino en la Edad Moderna: el vestido y la virginidad. *Espacio, Tiempo y Forma, Serie IV, Historia Moderna*. 17, 103-116.
- Personería de Medellín. (2014). Informe sobre la situación de los derechos humanos en la ciudad de Medellín- 2014.
- Piñón, M. y Cerón, C. (2007). Ámbitos sociales de representación del cuerpo femenino. El caso de las jóvenes estudiantes universitarias de la Ciudad de México. *Última Década*. (17), 119-139.
- Rigol, A. (2006). El otro cuerpo de la identidad: Análisis de modelos culturales de los trastornos del cuerpo femenino. *Cultura de los cuidados*. X (19), 47-54.
- Rodríguez, T. (2003). El debate de las representaciones sociales en la psicología social. *Relaciones*. 24(93), pp.51-80.

- Rojas, P. (2013). Representación de las mujeres operadoras en la industria maquiladora en Ciudad de Juárez. *Nóesis*. 22 (43), 93-133.
- Romeu, V. Piñon, M. y Cerón, C. (2011). Contenido y organización de la representación del cuerpo femenino. Análisis de caso. *Razón y palabra*. (75)
- Rubin, G. (1996). El tráfico de mujeres: notas sobre la “economía política” del sexo. En Lamas, M, *El género la construcción cultural de la diferencia sexual* (pp. 35-96). México: Porrúa.
- Secretaría de educación del distrito. (2013). *Educación para la ciudadanía y la convivencia. Ciclo inicial (Pre Jardín, Jardín y Transición): Mi cuerpo, mi primer territorio*. Bogotá, Colombia. Recuperado de http://www.redacademica.edu.co/archivos/redacademica/proyectos/pecc/centro_documentacion/caja_de_herramientas/serie_2_metodologias/01_modulos_de_educaci%C3%B3n_para_la_ciudadania_y_la_convivencia_por_ciclos/0_ciclo_inicial_mi_cuerpo_mi_primer_territorio.pdf
- Sociedad Internacional de Cirugía Plástica y Estética. (2014). Procedures Performed in 2014. Recuperado de <https://www.isaps.org/Media/Default/global-statistics/2015%20ISAPS%20Results.pdf>
- Tamayo, W., y Navarro, O. (2009). Representación Social del habitante en situación de calle. *Revista de psicología de la Universidad de Antioquia*. 1(1), 7-35.
- Taylor, R. (2015). The International Society of Aesthetic Plastic Surgery Releases

Global Statistics on Cosmetic Procedures. Recuperado de <http://www.isaps.org/Media/Default/global-statistics/July%202015%20ISAPS%20Global%20Statistics%20Release%20-%20Final.pdf>

Trifiró, A. (2003). *Mujeres que ejercen la prostitución. Una historia de inequidad de género y marginación*, Medellín, Colombia: Lealon.

Uribe, T. (1999). El autocuidado y su papel en la promoción de la salud. *Investigación y Educación en Enfermería*. XVIII (2), 109-118.

Varela, V. (2012). Estudio que tienen sobre el concepto de la mujer moderna tres muestras no correlacionadas. *Revista iberoamericana de psicología: ciencia y tecnología*. 5 (2), 77-83.

Vargas, D. (2011). De la “mujer florero” a la “mujer trofeo”: el ideal de la mujer que se construye en la sociedad colombiana. *Dialéctica Revista de Investigación*, 29, 168-179.

9. ANEXOS

9.1 Herramienta de recolección

Programa Académico: _____

Edad: _____

A partir de la frase que vas a leer a continuación escribe una lista de todas las palabras que vengan a tu mente en relación a la misma. No lo pienses demasiado.

CUERPO DE LA MUJER

9.2 Protocolo de recolección de información

Saludo:

Buenos días o tardes, ¿cómo están?

¿Les gustaría colaborar con un cuestionario para el trabajo de grados?

¿Y de qué carrera son?

Entiendo, es que hay algunas que no entran en la muestra

Presentación

Nosotras somos estudiantes de psicología

Motivo de abordaje

La idea es responder un cuestionario por medio de una palabra y este tiene dos momentos, el primero de ellos se encuentra explicado aquí, entonces pasaré a entregarlos.

Explicación de la segunda parte

Ahora vamos a poner en frente de cada palabra otras palabras que asocies a estas y que puedan darnos más claridad.

Despedida y agradecimiento

Muchas gracias queridas, sus respuestas nos serán muy útiles, chao y feliz tarde.