



**UNIVERSIDAD AUTONOMA
METROPOLITANA**

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

LICENCIATURA EN PSICOLOGIA SOCIAL

**"ENTRE EL IDEAL Y EL REAL EN LA
FORMACION DE LA PAREJA"**

MENDEZ MORALES VICTORINA

PINEDA REGALADO LUIS ALONSO

FEBRERO DE 1995

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALPA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

LICENCIATURA EN PSICOLOGIA SOCIAL

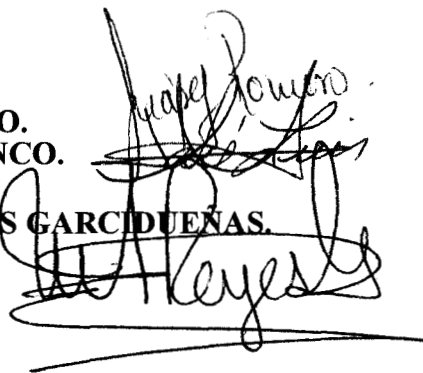
" ENTRE EL IDEAL Y EL REAL EN LA FORMACION DE LA PAREJA "

**ASESORES: JUANA JUAREZ ROMERO.
JOSE LUIS TORRES FRANCO.**

LECTOR : MIGUEL ALBERTO REYES GARCIDUEÑAS.

**MENDEZ MORALES VICTORINA.
MATRICULA 84236439**

**PINEDA REGALADO LUIS ALONSO.
MATRICULA 83320309**

Handwritten signatures in black ink. The top signature is for Miguel Alberto Reyes Garcidueñas, and the bottom signature is for Juana Juárez Romero. Both signatures are written over the printed names of the lecturers and advisors.

FEBRERO DE 1995.

PARA TI...

Los amorosos callan.
El amor es el silencio más fino,
el más tembloroso, el más insorportable.
Los amorosos buscan,
los amorosos son los que abandonan,
son los que cambian, los que olvidan.
Su corazón les dice que nunca han de encontrar,
no encuentran, buscan.

Los amorosos andan como locos
porque están solos, solos, solos,
entregándose, dándose a cada rato,
llorando porque no salvan al amor.
Les preocupa el amor. Los amorosos
viven al día, no pueden hacer más, no saben.
Siempre se están yendo,
siempre, hacia alguna parte...

Los amorosos juegan a coger el agua,
a tatuar el humo, a no irse.
Juegan el largo, el triste juego del amor.
Nadie ha de resignarse.
Dicen que nadie ha de resignarse.
Los amorosos se avergüenzan de toda conformación.

Jaime Sabines.

INDICE

INTRODUCCION.

PROBLEMA DE INVESTIGACION, SU JUSTIFICACION E IMPORTANCIA SOCIAL.

CAPITULO 1

1.1. LA CULTURA EN EL PROCESO DE CONSTRUCCION SOCIAL.

1.1.1. Definiciones sobre Cultura.

1.2. La Institucionalización y su Función.

1.2.1. Comunicación, Lenguaje e Institucionalización.

1.3. El Proceso de Normalización.

CAPITULO 2

2.1. LOS ESTEREOTIPOS COMO RESULTADO CULTURAL.

2.1.1. ¿ Qué es un Estereotipo ?

2.1.2. Diferencia entre el Estereotipo y el Prejuicio.

2.2. Las Normas, Estereotipos y Roles en la Vida Cotidiana.

CAPITULO 3

3. ELEMENTOS CONSTITUTIVOS Y EXPECTATIVAS EN LA FORMACION DE PAREJA.

3.1. La Experiencia Social en la Construcción de Expectativas de Pareja.

3.2. La Elección de Pareja; Entre el Ideal y el Real.

4. METODOLOGIA.

4.1. Objetivo e Hipótesis.

4.2. Población y Elaboración del Instrumento.

5. PRESENTACION DE RESULTADOS.

5.1. Resultados de la Entrevista Inicial.

5.2. Resultados de la Segunda Entrevista.

5.3. Resultados de la Encuesta Final.

5.3.1. Estereotipo Dominante de Hombre (físico).

5.3.2. Estereotipo Dominante de Mujer (físico).

5.3.3. Estereotipo Dominante de Hombre respecto a la variable Forma de Ser.

5.3.4. Estereotipo Dominante de Mujer respecto a la variable Forma de Ser.

CONCLUSIONES.

BIBLIOGRAFIA.

ANEXOS.

INTRODUCCION

Para llevar a cabo el desarrollo de esta investigación, primeramente tratamos de rescatar, la opinión de los jóvenes de ambos sexos, entre los 21 y 30 años de edad, respecto al interés de formar una pareja, ya que había que verificar si en efecto existía esta inquietud en ellos, por lo que a través de entrevistas realizadas de manera informal, en diversos sectores de la población, obtuvimos información en la cual las mujeres entrevistadas manifestaron como una expectativa importante, el deseo de formar una pareja; en el caso de los hombres esta expectativa estuvo presente implícitamente, pero no como premisa fundamental.

Cierto es que los entrevistados tienen otras expectativas, tales como el hecho de concluir una carrera universitaria o comercial, lograr una posición económica estable, viajar, divertirse, etc., pero nuestra intencionalidad está dirigida únicamente a rescatar el interés o deseo de los jóvenes por formar una pareja.

Además de esto consideramos importante resaltar las características que conforman la imagen o estereotipo ideal, que orientan el interés de un individuo hacia la elección de pareja.

De esta manera, obtendríamos el estereotipo dominante para cada uno de los entrevistados, y de la misma manera conocer las características reales de los sujetos con los que se relaciona, e inclusive con quienes existe la expectativa de, formar una pareja. Para después realizar comparaciones entre su ideal de pareja y la realidad de la misma. Así como la importancia tanto de las características físicas, de su forma de ser y de los valores que confluyen al interior de una relación de pareja.

Así cuando un sujeto actúa, lo hace de acuerdo a sus intenciones e intereses, teniendo un

objetivo específico. Por ejemplo, cuando dos sujetos deciden formar una pareja y posteriormente una familia, la principal habilidad que requieren para realizar su objetivo, es la capacidad de complementarse y adaptarse mutuamente.

La aceptación de una mutua interdependencia en una relación, puede obstaculizarse con la resistencia de los integrantes sobre sus derechos de independencia. Una relación de pareja puede ser un refugio a las presiones sociales externas, a la vez que es el inicio para el contacto con otros sistemas sociales.

En un sentido positivo, dos sujetos pueden aprender, crecer y crear juntos, pero también pueden activar entre ellos aspectos negativos; pueden insistir en proteger a su compañero y en este proceso descalificarlo. Estas actitudes, pensamos, que se dan en base a las expectativas que cada sujeto tenga en cuanto a la formación de pareja. Dichas expectativas, en cada persona están basadas en su historia familiar, en la influencia de su entorno social, así como una serie de ideas, intercambios y necesidades, las cuales pueden ser realistas o creadas por el medio que le rodea.

Así el hombre a lo largo de su devenir histórico, va generando un legado cultural en el que transmite por tradición en cada generación, pautas de sobrevivencia, mismas que de acuerdo al avance de la civilización se van haciendo cada vez más complejas dadas las demandas que se presentan con los avances científicos y tecnológicos, por ello cada sociedad se ve en la necesidad de crear reglas sociales que normen la interacción de sus miembros al interior de cada sociedad específica.

Estas normas sociales tienen la función de regir la conducta de los integrantes de la sociedad, sin embargo, cada individuo tiene la capacidad de modificar dichas normas, de acuerdo a sus aspiraciones y forma de pensar, dando lugar a valores y creencias que no sólo ya estaban dados, sino adecuándolos a la situación personal de cada individuo o grupo social.

De esta manera la conducta social se ve normada por consenso ya que dichas normas son creadas por los mismos integrantes del grupo social, buscando dar estabilidad y cohesión al mismo.

PROBLEMA DE INVESTIGACION, SU JUSTIFICACION E IMPORTANCIA SOCIAL.

Después de una breve revisión bibliográfica previa, hemos encontrado investigaciones que abordan de manera aislada el tema de la relación interpersonal; ya sea estudiando la imagen del hombre o de la mujer, el conflicto en la pareja, en el matrimonio, infidelidad, familia, etc. De ahí que nos haya surgido la inquietud de abordar el estudio de la relación interpersonal a partir de una premisa inicial que se refiere a las expectativas previas a la formación y elección de pareja en los jóvenes.

Si tomamos en cuenta dichas revisiones, en lo que se refiere al tema del conflicto en la pareja ya constituida, nos remite a preguntarnos ¿qué tanto influyen en ellos las diferencias que se tienen entre el ideal de pareja y la realidad de la misma?, es decir, que tan apegado está su estereotipo ideal de hombre o mujer con los rasgos culturales del grupo social al que pertenece, tanto en el aspecto físico, como en su forma de ser, así como los valores que para el individuo fortalecen o afectan una relación de pareja.

De ahí que nuestro objetivo en este trabajo sea:

" Tratar de conocer que es lo que media entre la expectativa de pareja y la elección de la misma " .

Además de " Conocer que tanto la imagen o estereotipo de hombre y mujer que presentan los medios masivos de comunicación socializados como los deseables, influyen en la elección de pareja " , sin dejar de lado que, no solo los medios socializan la imagen de hombre y mujer, sino también lo hace la familia, la escuela y en general los grupos de referencia que van

moldeando el prototipo de pareja.

Con el desarrollo de la presente investigación pretendemos formar un antecedente que sirva de premisa para el desarrollo de trabajos posteriores, en los que se pueda generar investigaciones más detalladas de los aspectos que contribuyan al mejoramiento psicosocial de la relación de pareja.

1.1. LA CULTURA EN EL PROCESO DE CONSTRUCCION SOCIAL

La convivencia humana se manifiesta desde el comienzo de la vida misma, cuando el ser humano nace se le presenta una serie de cuidados y atenciones que consisten en satisfacer sus necesidades primarias esto representa el inicio de la convivencia con los que le rodean, el principio de la socialización de la persona y la preparación para su relación con el grupo social, por lo que durante su desarrollo, las vivencias cotidianas tendrán un impacto en su vida, al grado de convertirse algunas de ellas en experiencias significativas que sin lugar a dudas conformarán una referencia situacional en sus relaciones posteriores, de esta manera cuando vaya a la escuela valorará lo que la familia ha impregnado en él, lo pondrá en práctica y de acuerdo a las resultantes de estas nuevas convivencias surgirán otras vivencias que serán significativas, una vez valoradas, para ser utilizadas en situaciones posteriores, así su interacción con los demás se incrementará, y ampliará su visión de la dinámica social con una perspectiva específica de su cultura.

Para entender la cultura, es necesario contextualizar al individuo, como un constructor de su propia naturaleza, donde modifica su entorno social, y lo adecua a sus intenciones ya que desde su nacimiento al interior de una sociedad específica, ésta le presentará los modelos de conducta a seguir, así como las normas y valores que sustentan dichas conductas y cuyos elementos conjugados establecerán el orden social que estará vigente en esa cultura en

particular. Así cuando el individuo internaliza y externaliza, estos modelos de comportamiento demostrará su preferencia a la cultura que lo aloja, entendiendo por internalización, la interpretación inmediata de alguna manifestación conductual de otro sujeto, y por externalización, el momento de objetivar lo que pensamos o sentimos de lo internalizado o interpretado. Sin dejar de lado, la capacidad del individuo de revelarse ante una norma y actuar de acuerdo a sus sentimientos personales y a sus propias intenciones e intereses en la sociedad.

Poco a poco se estructurarán las condiciones necesarias para tipificar las conductas de los individuos, es decir, el individuo creará imágenes con características particulares a partir de conductas específicas y actuará a partir de dichas interpretaciones, estas imágenes tienen un origen cultural e individual, cultural ya que poseen la información y evaluación del medio que le rodea e individual ya que él las utilizará de acuerdo a sus intenciones e intereses, y le permitirán predecir acontecimientos futuros.

1.1.1. Definiciones sobre Cultura.

Para acceder a una mayor comprensión entre la relación cultura y socialización, retomaremos a continuación algunas definiciones sobre cultura:

En un sentido antropológico, " la cultura o civilización es un conjunto complejo que comprende los conocimientos, las creencias, el arte, el derecho, la moral, las costumbres y todas las otras aptitudes y hábitos que el hombre adquiere en tanto que es miembro de una sociedad " (1).

Pasivamente esta definición nos engloba los elementos constitutivos en una cultura sin considerar los modos de aprehensión y transmisión de la misma.

Por otro lado según Talcott Parsons " la cultura va a dar las pautas normativas, las cuales definirán lo que se considera adecuado , legítimo o como una expectativa de acción y de

relación social " (2).

Finalmente E.Durkheim opina que: " la cultura es un conjunto coordinado de maneras de pensar, de actuar y de sentir construyendo los roles que definen los comportamientos esperados de una colectividad de personas " (3).

Hasta aquí las definiciones anteriores retratan la imagen de un "sujeto recipiente" en el cual se depositan elementos, para su conformación y éste sólo recibe y asimila; pero no se considera su actitud creativa, reflexiva, y de análisis en pos de su bienestar.

Será a través de la socialización primaria, como se llevará acabo la integración, ya que serán sus padres los encargados de ponerlo en contacto con la sociedad que lo acoge.

Estableciéndose una relación dialéctica, poco reconocida por los estudios tradicionales de socialización, donde el individuo normará su conducta con lo que se le propone, y cuando él no se apegue a la norma imperante en dicha sociedad, los padres serán los encargados de sancionarlo y obligarlo a normar su conducta, hasta hacer de él, un niño " bien educado ".

De está manera el sujeto se irá conformando una identidad propia que lo caracterizará en forma particular dentro del grupo del cual es miembro. En donde sin poder evitar la observación y cumplimiento de algunas normas, siempre reconocerá y buscará un espacio que le permita defender sus intereses y/o necesidades negociando para modificar o transgredir el orden establecido.

- 1.- E.D.Tylor,Primitive Culture,Londres 1871.
- 2.- Chinoy Ely,La Sociedad, F.C.E.,México,1983,pag.38.
- 3.- Duverger,Sociología de la Política, Ariel ,México,1983,p.106.

La socialización primaria finaliza cuando el concepto del " otro generalizado " es parte de la conciencia del individuo, entendiéndose este concepto en términos de la descripción de Mead donde la comunidad o grupo social organizado da al individuo la unidad de sí mismo mediante la constante participación activa y analítica de el individuo, en los espacios de acción en que se mueve.

Esta forma de pensar, actuar y sentir, en primer término, son externas al individuo que las recibe, ya que las ve como habituaciones generadas por los sujetos que integran el grupo social, los cuales constituyen sólo uno de los aspectos que le sirven de referencia para que el sujeto se integre a ellos.

Ya integrado a la sociedad el individuo se verá inmerso en el proceso de socialización secundaria, el cual lo inducirá a nuevos sectores del mundo que le rodea y cuya estructura estará basada en la primera socialización, es decir, será la internalización de "submundos" basados en las instituciones, cuyo alcance y carácter será determinado por la división del trabajo a partir de los roles y la distribución social, esto se traducirá en comportamientos y actitudes normativas.

Todos los elementos anteriores estructuran la cultura de un grupo determinado, ya que esta engloba las formas de comportamiento, construcciones de apreciación y razonamientos, los cuales se han ido incorporando a la naturaleza social del individuo, a través de una historicidad compartida. Pues la cultura no puede crearse en un instante, ni aparece aisladamente, sino que los individuos forjan su propia cultura a lo largo de su vida y de una participación activa, de modo que no sólo heredan los hábitos y creencias bajo los que se rigen, de ahí que existan tantas culturas como grupos sociales haya.

Pues, el hombre sobrevive en una constante actitud renovadora de su entorno, de sus relaciones y de la normatividad cultural a la que se enfrenta cotidianamente, además con la inquietud de revitalizar las normas de conducta ya existentes y guiándose en un campo de convicción, en el que trata de entender o darse una respuesta sobre el "por qué" de un actuar

determinado, y de esta forma normar valorizando lo que le parece esta bien, o tal vez lo que está mal a los ojos de la sociedad, pero que le satisface sus metas de desarrollo, recordando que el proceso de socialización, es una negociación donde el individuo da y toma de acuerdo a sus intenciones; de manera consciente o inconsciente dada su capacidad creativa y de adaptación al medio a partir de las condiciones que se le presentan.

1.2. LA INSTITUCIONALIZACION Y SU FUNCION

Existen fuerzas sociales que nos empujan a actuar o responder de determinada manera, para conocer estas fuentes culturales será necesario remitirnos al proceso de socialización ya que este se refiere a un proceso dialéctico de constante actividad interactiva tanto con otros sujetos, como con su entorno y sus propias actitudes reflexivas a través de las cuales " el individuo participa en la construcción de la realidad social a la vez es construido por la realidad misma " (4).

A lo largo de la socialización se pretende que el individuo se identifique con su rol, a través del cual adquiere una visión o explicación del mundo, de su entorno social, así como del papel que juega en ese contexto. Ya que en la socialización de la persona en un determinado rol tiene efectos amplios en la formación de su personalidad. Así en la socialización primaria se creará en la consciencia del niño abstracciones progresivas que irán de los roles y actitudes de otros específicos, a roles y actitudes en general, que siempre serán cuestionados por el sujeto cuando dicho rol haya creado en él, la incertidumbre de su origen o tan solo de la obligatoriedad que éste traiga consigo.

Es importante resaltar que la transmisión de estos elementos se lleva a cabo principalmente a través del lenguaje característica fundamental de las sociedades y del hombre mismo, ya que desde que se es pequeño el sujeto desarrolla sus capacidades para darse a entender utilizando

4.- Margulis Mario, La Cultura Popular, En la Cultura Popular, Colombares Compendio, Ed. Premia, México, pag.41.

desde señales emitidas por sonidos guturales, llanto, etc, hasta las mismas ideas estructuradas y expresadas en frases coherentes, sin embargo, la comunicación no solo se reducirá a estímulos y respuestas o incentivos ante los cuales el sujeto reaccionará dando una respuesta adecuada. Sino que además va más allá de las cuestiones de codificación y decodificación del mensaje, ya que en la manera como el locutor se exprese llevará inmerso factores culturales y formas de representación que el locutor se hace de la situación comunicativa.

1.2.1. Comunicación, Lenguaje e Institucionalización.

Es por sobre todo, el lenguaje lo que debe internalizarse, ya que por su intermedio, diversos esquemas motivacionales e interpretativos son internalizados y definidos como programas institucionalizados, que el individuo utilizará en su vida cotidiana, algunos los aplicará de manera inmediata, mientras que otros le servirán para anticipar un determinado comportamiento socialmente definido, o para crear expresiones nuevas y distintas de la norma establecida.

Es importante subrayar, que las relaciones humanas se desarrollan gracias a la comunicación entre individuos, canal de influencia que utiliza al lenguaje como instrumento por medio del cual "el hombre habla, y este modo de comunicación, aunque se adquiera en gran parte por aprendizaje, y aunque parezca una comunicación informativa, presenta un convencionalismo cultural y posee significados simbólicos"(5).

Al estudiar al hombre desde esta perspectiva de interaccionismo simbólico, en la comunicación interpersonal, aparece una tipificación de la conducta humana poco mecanicista, ya que el individuo trata de entender el significado de las motivaciones que se le presentan, para comprender su entorno en una determinada situación.

En la comunicación interpersonal no se presentan organismos pasivos, que al recibir un

5.- Mayor Juan, Pinillos J. L., Tratado de Psicología General,

Alhambra Universidad, 1989, p.236.

estímulo, reaccionen automáticamente a partir de un previo condicionamiento cultural, resultado de experiencias significativas, sino que las personas reaccionan activamente en busca de significados que les permitan comprender las situaciones sociales.

Los individuos están capacitados para transferirse mutuamente datos originales y son capaces de analizarlos críticamente, a partir de programas de procesamiento de datos que no poseían; es decir, inventadas y descubiertas por ellos mismos, gracias a la autonomía programática de que goza la racionalidad, en donde "la mente humana puede crear sistemas de símbolos los cuales le permiten solucionar las incógnitas sobre la naturaleza y dar un significado a la realidad " (6).

Este intercambio de contenidos culturales se da a partir de símbolos socialmente acordados por el grupo al cual se pertenece y propicia que se construya la comunicación humana, pues está nace de la necesidad vital por comprender el medio en que estan inmersos, de adaptarse, dominarlo y transformarlo, revitalizándolo cotidianamente con su participación activa en él.

En la socialización secundaria se pretende que el individuo se identifique con su rol y las normas del mismo, esto se da a partir de ciertas conceptualizaciones adquiridas en la primera socialización y las cuales le permiten integrar los diferentes conocimientos que va aprendiendo a lo largo de su vida, ya que el proceso de socialización nunca termina.

De esta manera podemos afirmar que la mayor parte de la conducta del individuo es aprendida por medio de la comunicación y le permite relacionar la conducta de los demás en la mayoría de las ocasiones y ajustar su propia conducta a lo que prevé que será la conducta de los otros con los cuales interactúa.

6.- Mayor, Op. Cit. pag.244.

Estos comportamientos normativos serán institucionalizados por los mismos integrantes del grupo social, a través de su continuo devenir histórico, los cuales invocan autoridad sobre el individuo a fuerza de la tipificación recíproca de sus conductas; entendiendo por esto las acciones sociales continuas, que incumben a los sujetos integrantes de una situación común, las cuales se repiten a tal grado que la gente que los realiza u observa se habitúa a ellos, este proceso de normalidad es de vital importancia para constituir las normas a partir del consenso de los integrantes que deciden su construcción, pues están generando su propio entorno cultural bajo el que se regirán de acuerdo a sus valores.

A medida que estas conductas se van institucionalizando el comportamiento es más previsible, durante este proceso el sujeto se apropia de la realidad a través de estar inmerso en las diversas prácticas sociales propias de su cultura, entendiendo por **cultura** "los sistemas simbólicos, el lenguaje, las costumbres, las formas de comportamiento y de pensar, y en general todo lo que constituye el producto de la práctica y de las relaciones de un grupo social determinado" (7). Con su entorno y los medios para la transformación del mismo.

Podemos decir, que una sociedad sólo existe cuando esta proposición se cumple. En este sentido y sólo en él una sociedad es más que una simple colección de individuos, es una colección de individuos con su propia cultura, que ha sido aprendida mediante la interacción con otros individuos y su entorno social.

Así uno de los principales propósitos de toda sociedad es llevar al individuo, a " conformarse de buena voluntad a los usos de la sociedad y de los grupos a los que pertenece " (8).

7.- Mune, Federico. Psicología Social, Ed. CEAC., Barcelona, 1980, pag 64.

8.- Willem Doise, et al, Psicología Social Experimental, Ed.

Hispano Europea, Barcelona, 1980, p. 171.

Cabe mencionar que el sujeto es propósito de la sociedad pero al ser el individuo una entidad de comprensión, no siempre se conforma de buena voluntad.

Es decir, que al sujeto se le busca socializar de acuerdo con los requerimientos del grupo o clase social a que pertenece, ya que cada grupo social tiene su propia cultura, su propia ideología y por lo tanto busca crear los sujetos que necesita para reproducirla y lograr su óptimo desarrollo, a través de su normalización.

En este sentido cobra importancia la institucionalización de las pautas normativas o de comportamiento. Considerando que la institucionalización tiene como objetivo " un regulación normativa de las conductas adecuadas que deben seguir los miembros de una sociedad para que esta pueda desarrollarse " (9).

1.2.2. Normalización e Institucionalización.

Dado que toda actividad humana que se repite con frecuencia tiende a habituarse, y realizarse por convicción creando una pauta normativa que luego de realizarse con resumen de pasos tiende a ser aprehendida, así cada vez que se da una tipificación recíproca de acciones habitadas, aparecerá la institucionalización, misma que ha de requerir mecanismos específicos de control social, sin olvidar que también a través de la normalización valoramos y normamos intrínsecamente la vida cotidiana. Estos mecanismos llamados **organizaciones sociales**, van a regular las conductas afectivas, sociales y productivas de los integrantes de una sociedad.

9.- Mayor, Op.cit. pag.32.

De tal manera que dicha " organización social cumplirá así la función bien de canalizar lo social que hay en el hombre, bien de imponer y restringir sanciones individuales, cuando corresponda " (10).

Las normas no tienen un origen arbitrario, sino que se establecen a partir de un consenso y del valor que le otorgamos a las ideas, imágenes o representaciones de los sujetos y su entorno. Dando como resultado que se generen esquemas sociales que nos permiten la formación de **estereotipos y roles**, los cuales van a ser algunos de los mecanismos o instrumentos de interacción con la realidad.

Es decir, tanto los estereotipos como los roles se aprenden y se forman a través de los procesos de socialización y de culturación, desarrollándose en el interior del individuo un proceso de percepción social, mediante el cual la influencia que ejercen los valores, juicios y normas sociales hacen que la percepción del individuo se vea regulada.

Así los estereotipos van a ser un conjunto de expectativas que permitan al individuo predecir, valores, y actitudes de él o los otros con los que interactúa.

Por otro lado, los roles son un conjunto de normas, que orientan el tipo de comportamiento que ha de realizarse en una situación dada, podemos decir, que tanto los roles como los estereotipos tienen un papel muy importante como potencial de comportamiento esperado, además de ser un factor de acentuación de las diferencias reales entre los grupos.

10.-Myers, G. David. Psicología Social, Ed. Médica Panamericana, 2a. edición, 1991, pág. 182.

1.3. EL PROCESO DE NORMALIZACION

La actividad humana en el constante devenir histórico, y durante el desarrollo de su vida cotidiana, propicia que los integrantes de un grupo social determinado interactúen y realicen un intercambio constante de experiencias, de sentimientos, actitudes y opiniones las cuales en conjunto, crearán un ambiente de convivencia y camaradería que aumentará la uniformidad entre los integrantes del grupo, así al mismo tiempo que influyen al sujeto actuante, éste influye al individuo o grupo con el que interactúa, influencia que se traducirá en la creación de una norma común, que el sujeto utilizará como referencia o para evaluar el comportamiento, actitud u opinión de los demás.

Esta norma " será la aceptación compartida de una regla que es una prescripción en lo que concierne al modo de percibir, pensar, sentir y actuar " (11).

Recordando que todo grupo social necesita cumplir ciertas metas para su desarrollo, reconocemos también, que se requieren en primer término de normas establecidas, las cuales aportan orden y estabilidad al reducir la incertidumbre, lo cual servirá para facilitar su interacción con los demás, para que dicha norma surja es necesario que se de un ambiente armónico, de cooperación organización, camaradería, etc; es decir, que existan intereses comunes y de consenso entre los sujetos, lo cual de como resultado el incremento de dicha interacción, estas normas de conducta servirán para unir a los integrantes del grupo; dichas normas surgen de la necesidad de los individuos de normar las condiciones de convivencia en común logrando con ello que la idea de pertenencia a un grupo, se dé al interior de cada uno de sus miembros, sobre todo cuando los participantes tengan fines sociales comunes, lo cual favorecerá y dará origen a la creación de una norma colectiva en común en la que se planteará específicamente las expectativas y acciones de conducta de los sujetos, los cuales habrán de

11.- Jacques, Philippe L. Psicología Social, Ed. Herder, Barcelona, 1982, p. 65.

asumirla y ponerla en práctica, esto sucede cuando esta norma colectiva ha sido internalizada por los sujetos.

Todos estos efectos son estudiados en la perspectiva del análisis de la influencia social, este modelo teórico se encarga de estudiar las formas en que se expresa la voluntad de los individuos, así como las formas en que se crea dicho consenso y que de acuerdo con lo propuesto por Moscovici (12), tiene tres modalidades que son:

- __ a) **La Conformidad** en donde ante la existencia de una norma que determina equis comportamiento, los individuos la aceptan y además se someten a ella.
- b) **La Innovación** aquí nos referiremos al caso en que una minoría sin poder, puede llegar a transformar una norma a través de un comportamiento "firme y resuelto" cambiando así el sistema conductual establecido por la mayoría, quien también puede innovar.
- _ c) **La Normalización** se da cuando una norma es creada a partir del consenso generado por un grupo de individuos con intereses comunes.

En esta última modalidad enfocaremos nuestra atención en esta investigación.

Ya que la normalización, es parte esencial de la institucionalización. Será el objetivo a través del cual el individuo valore las normas de conducta establecidas, así como de la sanción a que se haría acreedor en caso de desacato de las mismas, sobre todo si tomamos en cuenta que una norma será aquella que se refiere " a las reglas que rigen las conductas aceptadas y esperadas, además de prescribir la "etiqueta" apropiada" (13).

12.- Cfr. Doise. Psicología Social Experimental.

13.- Mayor, Op. Cit. Cap. VI.

Así, las normas son las expectativas esenciales respecto de como nos debemos de manejar, ya que representan una escala de referencia o de evaluación de nuestro comportamiento y el de los demás o mejor dicho, como esperan o esperamos que nos comportemos en determinada situación, a veces tiene un carácter restrictivo, cuando debemos someternos a cumplir con las expectativas deseadas ya que de no hacerlo seremos acredores a una sanción, por ello, el llamado proceso de normalización tiene un carácter coercitivo cuando las expectativas de esa norma no se apegan a los intereses del sujeto de forma individual, y lo obligan a comportarse de manera que sienta afectados sus intereses, en forma contraria cuando dicha norma representa el medio óptimo para que el sujeto logre sus expectativas y pueda continuar su actividad social sin ninguna presión, éste no la considerará coercitiva, ya que encontrará justificada su existencia al ver su funcionalidad.

Cabe mencionar que la coerción siempre va acompañada de un carácter de obligatoriedad, esta se refiere a lo que el sujeto debe hacer y la responsabilidad de cumplir con ello en una situación específica, así el sujeto cede a la presión de las normas sociales sobre todo por que sabe que existe una sanción de no cumplir con dicha norma.

Esta situación disminuye cuando estas normas son asimiladas e internalizadas por el sujeto, la prueba de que se ha logrado esta etapa es la presencia del sentimiento de culpa si viola una orden, además de vincular los fines y motivos dándole un valor de manera que entonces les encuentra vitalidad y las hace propias, cuando esto sucede, el individuo responde respetando la norma de manera espontánea y por lo tanto no es necesario que sea vigilado para que cumpla con la norma, ahora el sujeto puede ser sustituido por algún miembro del grupo ya que cualquiera responderá cumpliendo con la conducta esperada y esto se ha logrado gracias a la cohesión y solidaridad con el grupo.

Una vez bien definidas, estas normas serán un valor a seguir, y este valor no será más que el sentimiento de que algunas cosas deben hacerse y otras no, este sentimiento es universal y no es necesaria la presencia de otros sujetos para sentirlo, dicho valor posee un carácter de

"obligatoriedad " lo cual es la base del deber y la responsabilidad, esto traerá a lo sujetos beneficios de seguridad y estabilidad, al aportar un orden a nuestras interacciones, al mismo tiempo que reducirán la incertidumbre a lo desconocido, pues les permite predecir la conducta de los demás, preveemos cómo va a actuar el otro y actuamos en consecuencia.

Así, de acuerdo a la funcionalidad de la norma, cada sujeto emitirá, una valoración específica según sus ideas y sentimientos respecto a la misma, así como los beneficios que pueda traerle.

De este modo los valores en una sociedad serán vinculados a sus integrantes al mismo tiempo que son originados por ellos mismos con el fin de preservar una forma de vida o una concepción social, en los que se manifiestan actitudes de aprobación o desaprobación y distinciones entre lo bueno y lo malo, tomando siempre en cuenta que el juicio de que es lo bueno o malo es muy difícil de conceptualizar, pero sobre todo buscando la satisfacción de las necesidades tanto individuales como sociales, así como la modificación o reestructuración de una norma establecida, cuando a juicio y por consenso del grupo social en que fue creada, ésta ya no es funcional o afecta los intereses benéficos del grupo.

Podemos decir, que la relación entre la norma y el valor radica en que la primera es creada por consenso dentro de un contexto cultural en el cual será cumplida y el valor será el

acto valorativo que calificará el cumplimiento o violación de dicha norma a partir de los intereses personales de los sujetos.

La cultura tiene un papel importante en la creación de las normas y valores culturales ya que es la encargada de dar significado a las mismas, de ahí la gran diversidad de normas y valores culturales existentes, a partir de la sociedad en que fueron creadas tendrán un modo propio de ser aplicadas para convivir y facilitar su vida en común.

2.1. LOS ESTEREOTIPOS COMO RESULTADO CULTURAL

La interacción continua del individuo en un grupo determinado, desde el dialogar, cruzar una mirada, observar o emitir una actitud o una señal corporal, nos remite a esquemas de representación social que cada sujeto trae consigo de acuerdo a la cultura en que se desarrolle y a su propia perspectiva, estos esquemas se expresarán de diversas maneras, a través de actitudes, opiniones, atribuciones y estereotipos entre otros, mismos que se apegarán a los roles sociales que a cada individuo corresponda desempeñar.

2.1.1. ¿Qué es un Estereotipo ?

Para contestar esta interrogante será necesario hacer un recorrido histórico de como surge al interior de nuestra disciplina (Psicología Social), este concepto.

En 1922 Lippman, en su obra *Public Opinion*; da la primera conceptualización de los estereotipos en las ciencias sociales. En donde esboza muchas ideas que influyen en el campo de la Psicología Social, caracteriza a los estereotipos como un tipo de pseudohambiente que media entre nosotros y la realidad. Es decir, según Lippman, los estereotipos " nos hablan del mundo antes de verlo "(1).

1.- Morales Francisco J., et al. Psicología Social, Mc. Graw Hill,

España, Depósito legal 1994, p.291.

Esto supone una simplificación en la percepción de la realidad ya que se recurre a categorizaciones que generalizan el entorno, además de esta función cognitiva posee una función defensiva, ya que los estereotipos son la proyección sobre el mundo de nuestros propios valores" (2).

En donde "Cuando nos enfrentamos a una evidencia que contradice los estereotipos que prevemos. La reacción dependerá del individuo en cuestión (o de cada individuo) "; es decir, responderá al cambio transformándolo o pensará que lo que no se ajusta al estereotipo es una excepción.

Una segunda aportación la realizan Kats y Braly (1938), en donde tratan de reflejar los cambios que se han producido en los estereotipos étnicos o nacionales.

Gordon Allport, ofrece una conceptualización del estereotipo en estrecha vinculación con el prejuicio, y resalta el aspecto cognitivo y su función defensiva. El define al estereotipo como la " creencia exagerada asociada a una categoría. Su función es justificar nuestra conducta en relación con la categoría"(3). Es decir, el estereotipo.

Allport establece una relación entre el estereotipo y el prejuicio y el proceso de categorización, advirtiendo que tal proceso da cuenta únicamente de parte de la historia y que además intervienen otros factores.

La contribución de Adorno, Frenkel-Brunswick, Levinson, y Sanford, es sobre la personalidad autoritaria (1950), en donde establecen una conexión entre las actitudes prejuiciosas contra ciertos exogrupos (grupos ajenos al individuo), y determinado síndrome de personalidad.

2.- Ibid. pag. 291.

3.- Morales Francisco J., et al. Psicología Social, Mc. Graw Hill,

España, Depósito legal 1994, p.292.

Ashmore y Del Boca en 1981, ponen de relieve que dentro del síndrome de personalidad autoritaria la estereotipia corresponde al pensamiento inflexible, y desde esta perspectiva destaca la rigidez de los estereotipos en tanto que se consideren como creencias acerca de determinado exogrupo (*).

Por su parte Campbell (1972), trata de hacer una integración de sus trabajos e psicología social y los realizados en antropología con la colaboración de Levine, sobre étnocentrismo.

En donde resaltan, la influencia del contexto en la elección de rasgos que formarán parte de los estereotipos de ciertos grupos, y sitúan los orígenes de esta selección en la interacción entre grupos y el papel que ocupan en la sociedad.

La última aportación a tener en cuenta en este breve recorrido es el trabajo realizado por: Tajfel, cuya orientación se centra en el aspecto cognitivo, y en donde asocia los estereotipos, al proceso de categorización dando como resultado que los rasgos y características de personalidad que forman el contenido de los estereotipos se puedan considerar como variables continuas las cuales se asocian subjetivamente a las clasificaciones de ciertos grupos y estos se apliquen a los individuos una vez que se conoce su grupo de pertenencia. Esto da como resultado que en situaciones ambiguas se facilite la interpretación de la conducta del sujeto a partir de su estereotipo y se juzgue la conducta del grupo en su conjunto. No permitiendo con ello encontrar alguna diferencia en el estereotipo, al generalizarlo.

Esta distintas orientaciones teóricas acerca de los estereotipos coinciden en asociarlos a los prejuicios y buscar un nivel de análisis individual o sociocultural.

(* Exogrupo se refiere a todos aquellos grupos ajenos o diferentes al que pertenece el individuo.

En un ámbito sociocultural se considera que los estereotipos "se aprenden a través de los procesos de socialización y de aculturación, por lo tanto son un reflejo de la cultura y de la historia de un grupo social determinado"(Suthers, 1980), por lo que son considerados como externos al individuo, ya que éste solo los retoma en momentos específicos y además surgen del medio social y de las normas prejuiciosas existentes en el grupo al que pertenece.

Entre las teorías que se fundamentan en factores socioculturales podemos mencionar a las teorías del conflicto y las del aprendizaje social. Campbell ve en el conflicto de intereses o amenazas que supone un grupo ajeno el origen del conflicto entre grupos a partir de los estereotipos negativos que se tiene de ellos.

En el plano individual estarían las teorías que basan el estereotipo en la personalidad, por ejemplo las del **chivo expiatorio** (Allport,1954;Bettelheim y Janowitz, 1950), que se asocian a la teoría de la frustración-agresión y que supone que los grupos ajenos al individuo son agredidos como producto de su frustración. Otra teoría es la de la **personalidad autoritaria** la cual se ocupa más del prejuicio que de los estereotipos.

Por otro lado, en el plano sociocognitivo, los estereotipos se forman y desarrollan al interior del individuo y surgen de la percepción de las diferencias grupales; es decir, centran su atención en las expectativas que surgen como miembro del grupo, ya sea propio o ajeno.

Como producto colectivo, los estereotipos se han generado de normatividades establecidas a través del consenso de un grupo social y se cristalizan u objetivizan cuando vemos a un individuo integrante de un sector determinado y a partir del conocimiento previo de este sector, le atribuimos a dicho sujeto características específicas de su grupo, y emitimos juicios valorativos que muchas veces pueden ser erróneos y equivocados, cierto es que los estereotipos "generan prejuicios"(4) "los cuales son actitudes injustificablemente negativas hacia un grupo y hacia sus miembros"(5).

4.- Moscovici, Serge. Psicología Social,Ed. Paidós,tomo II p.596

5.- Myers,G.David,Op. Cit., p.412.

Esta actitud negativa nos predispone en contra de una persona por el solo hecho de que pertenezca a un grupo social determinado ya que es a través del estereotipo como nos formamos un esquema social representativo del comportamiento a seguir de un grupo específico.

Respondiendo a la interrogante que planteamos al inicio, podemos decir que los estereotipos, corresponden a creencias u opiniones que dan origen a los prejuicios, es decir, son demandas sociales generadas por la cultura, la cual establece las normas de comportamiento a seguir y su funcionalidad puede permitir predecir comportamientos y simplificar el entorno al ahorrar esfuerzos en el análisis de una situación específica cuando el sujeto se remite a experiencias anteriores.

2.1.2. Diferencia entre un Estereotipo y el Prejuicio.

El estereotipo sería el conjunto de creencias acerca de los atributos asignados al grupo, mientras que el prejuicio sería la evaluación **negativa** del grupo. Es decir, mientras el estereotipo equivale a una creencia u opinión acerca del grupo, el prejuicio es la actitud negativa hacia el mismo.

Lo anterior ha sido estudiado por Stroebe e Insko (1989), en donde la evidencia revisada indica una relación entre actitud hacia un grupo y la evaluación de los rasgos atribuidos a él.

Los estereotipos también generan expectativas de acción y de respuesta, ya que muchas veces son modelos a seguir como ideales en un contexto social, especificados en roles previamente establecidos, son aprendidos a través de la socialización en donde un rol tiene fuertes efectos en la formación personal del sujeto, ya que a través del rol el sujeto aprende las normas de como conducirse a partir de determinada posición social, además adquiere los valores, actitudes y creencias apropiadas al rol que desempeña, así como la generación de expectativas que los demás tienen sobre él, por eso "la forma más fácil de ser comprensible para otros, es ser la persona que ellos han construido a partir de los roles que uno

desempeña"(6).

Los estereotipos al mismo tiempo, son instancias de presión que inducen al individuo a "alinearse" de acuerdo al comportamiento o imagen que debe reflejar según el sector al que pertenece o de acuerdo a la situación que se le presenta.

Al cumplirse las expectativas generadas por un estereotipo, permitirá hacer una generalización y reafirmación del mismo, esta reafirmación o autocumplimiento de expectativas hará que el estereotipo sea contemplado como parte de la realidad misma, es decir, ya no se ve como expectativa, sino como una forma de conducta real, lo que mantendrá la vigencia de ese estereotipo en los procesos de interacción posteriores.

A tal grado que no solamente se incrementará la tendencia a percibir que los otros actúan del modo como esperamos, sino que hará que nosotros actuemos respondiendo a las expectativas que creemos que los demás esperan de nosotros.

Por otro lado existen enfoques que dan cuenta de las diferencias grupales e individuales, en cuanto a los cometidos específicos de los estereotipos.

Entre ellos podemos mencionar a la teoría del aprendizaje, la cual supone que los estereotipos proceden de la percepción de diferencias reales, o a través de la influencia de numerosos agentes sociales, ya que reflejan diferencias ocupacionales, o de la vida cotidiana. El estereotipo está íntimamente ligado al prototipo cultural, pues crea pautas de conducta y normas de comportamiento, las cuales representadas en los roles, son un reflejo de la distribución de hombres y mujeres en la sociedad.

6.-Mayor Juan, Pinillos J.L.,Tratado de Psicología General,

Alhambra Universidad,1989,p.55

2.2. LAS NORMAS, ESTEREOTIPOS Y ROLES EN LA VIDA COTIDIANA

Como ya se dijo en páginas anteriores la actividad humana requiere normar su comportamiento a través del proceso de normalización en donde se crean normas sociales a partir del consenso general de los integrantes del grupo, compartiendo intereses comunes y afines para el desarrollo y logro de su supervivencia, ésta normatividad es sustentada por reglas que originan patrones de conducta, las cuales, son aceptadas y llevadas a la práctica por los miembros del grupo, mismos que las generaron.

Además, estos mismos integrantes durante su convivencia cotidiana, empiezan a "etiquetar" conductas específicas de un sector determinado, ya sea por su ocupación, por su sexo, nivel sociocultural y socioeconómico, entre otros, para luego referirse a ellos remitiéndose a una representación o esquema social simbólico, dando origen a una imagen o idea, aceptada por el grupo, es decir, un estereotipo.

El cual conjuga desde las generalizaciones referentes a un grupo específico de personas, que incluyen una carga emocional influida por el sistema de valores y creencias de la cultura en que se desarrolla; hasta generalizaciones en ocasiones erróneas o negativas, ya que más que evaluar a un sujeto, lo "clasifica" propiciando una percepción selectiva mediante la cual el individuo intenta comprender la información que recibe y la interpreta según suposiciones anteriores generándole una equívoca imagen que generalmente es resistente al cambio, por haberse generado por consenso del grupo y dada la carga afectiva que trae consigo facilita su internalización del individuo que la asume.

En este sentido, cabe mencionar el modelo propuesto por Rothbart y John (1985), en donde consideran que lo importante es como se debe producir el contacto entre los miembros de diferente grupo o de cómo presentar la información acerca de ellos, para que " al contradecir un estereotipo negativo, la opinión favorable acerca del individuo se generalice al grupo en su conjunto " (7).

7.- Morales Francisco, Op. Cit.p.312.

Y de esta manera se den condiciones optimas para generar un cambio en los estereotipos.

Podemos afirmar que así como una norma es generada por el consenso de un grupo específico, el ser humano puede normar su comportamiento de acuerdo a sus intenciones e intereses o bien en la medida en como éste se vea afectado ante una situación dada, pero difícilmente podrá cambiar un estereotipo que tiende a incrementar la posibilidad de que se de la interacción social.

Sobre todo cuando cumple su función de disminuir la incertidumbre y ahorre esfuerzo de pensar, es decir, simplifica el entorno y además pueden tratar de predecirlo ya que se recurre a ellos cuando no se dispone de información suficiente sobre la persona con quien interactúa. Sin embargo, a veces esto genera que tenga más prioridad la información que ya se tiene que la que se está recibiendo, y puede traer como consecuencia que se acentúen las diferencias reales.

Y es que los estereotipos como construcciones culturales poseen un valor y son parte de las representaciones sociales que pueden modelar la conducta individual, al ser marcos de referencia para interpretar los hechos sociales y orientan a los sujetos hacia los mismos.

Cabe recordar que el valor como construcción del sujeto, conjuga cuestiones afectivas o emocionales, así como contenidos cognitivos que nos permiten saber que tan útil favorable es para el sujeto una representación del mundo; en una interacción "ubicamos" al sujeto con el que nos relacionamos de acuerdo al estereotipo del grupo al que pertenece y dependiendo de nuestra afinidad o choque con ese grupo específico, este estereotipo podrá ser positivo o negativo.

Positivo pues, simplifica el universo al que se enfrenta el individuo, además de facilitar las relaciones con otros sujetos.

Negativo ya que más que evaluar a un sujeto lo "clasifica" haciendo con ello una selección a veces equivocada, además de ser una instancia de presión que induce al individuo a "alinearse" a la imagen que le corresponde según su grupo al que pertenece.

En un trabajo reciente, Condor (1990) analiza la función de los estereotipos en el aspecto social y critica la forma de valorar la relación existente entre el contenido de los estereotipos y la función que se supone desempeñan, ya que se analiza el contenido de aquéllos de manera descontextualizada.

Dando lugar a que se otorgue una carga positiva cuando se refiere al grupo de pertenencia y positiva o negativa según sea la referencia del exogrupo con el que se interactúa, de ahí la importancia de tomar en cuenta no solo la función que cumple el estereotipo, sino las dimensiones de comparación y de descripción del grupo para evitar el hecho de estereotipar lo cual puede conducir a errores, en el sentido de etiquetar a las personas a partir de una característica en particular, sin tomar en cuenta toda su conformación humana. Y es que hay que hacerle creer al sujeto y otorgarle un valor a las cosas para que las respete.

Todo esto se verá reflejando en nuestra conducta ante el sujeto, grupo social o alguna situación en particular en la que interactuamos, dando la valoración afectiva ya sea de agrado, interés o deseo, etc., sentir que expresamos en ese estereotipo o esquema social; del mismo modo sucederá en la simple explicación que emitimos respecto a lo que percibimos, así estaremos atribuyendo características que no son únicamente visibles, sino aquellas que nos recolectan según la referencia social que tenemos representada simbólicamente respecto al estereotipo determinado de un grupo, de esta manera los estereotipos se convierten en normas sociales.

3. ELEMENTOS CONSTITUTIVOS Y EXPECTATIVAS EN LA FORMACION DE PAREJA.

Uno de los objetivos de nuestro trabajo es conocer los elementos que conforman y generan las expectativas de los sujetos en la búsqueda y elección de pareja, por ello, es importante retomar, el cúmulo de vivencias que se asimilan durante la participación del individuo en los diferentes grupos con los que se relaciona a través de la socialización y mediante los usos que de a los elementos básicos de la cultura, tanto materiales como los procesos de interacción, formarán en él, la experiencia social que incluirá desde pautas de conducta, ideas y creencias que se considerarán como premisas antes de iniciar un acercamiento con otro sujeto, hasta el uso adecuado de los elementos materiales que el entorno le presenta, y de acuerdo a un pensar común, tienen un uso determinado, sin dejar a un lado la valorización que el sujeto dé a dichos elementos.

A través de esta convivencia, el individuo va guardando las experiencias que le son más significativas, las cuales utilizará en situaciones posteriores, lo cual le permitirá, tener patrones de referencia que aunados a su forma de pensar, lo harán actuar de un modo muy particular.

Para ilustrar lo anterior nos auxiliaremos del siguiente ejemplo:

Un joven busca una relación informal (también llamada de cotorreo), sabe de antemano que la chica con la cual podrá salir, debe tener ciertas características estereotipadas de conducta, como pueden ser: que le guste bailar, hechar relajo, tomar la copa, vestir alegre, y con posibilidades de llegar tarde a su casa sin tener problemas, etc. El joven considerará todo esto, no sólo por lo que haya vivido, sino inclusive porque puede tener la referencia de amigos o familiares aún con las mismas características, es decir, que él actúe a partir de que conoce un cierto estilo de comportamiento que le permite tener una representación social de la mujer en particular, en consecuencia un estereotipo de conducta.

Pero, en forma contraria, si lo que el sujeto pretende es una relación formal la chica con esas características no sería su objetivo. Esta actitud del sujeto tiende a modificarse de acuerdo

al prejuicio que éste tenga respecto a las personas con tales características, aunque esto quedaría invalidado en caso de que el elemento afectivo tuviese un mayor peso, hacia esa persona en particular, todo esto dentro del entorno en que participa y en el que a partir del estereotipo le atribuye rasgos característicos y diferenciadores del grupo al que pertenece, además le permite interpretar los comportamientos de los sujetos con los que interactúa, y reafirmar su independencia de juicios, así como tener la capacidad de crear nuevas formas de respuesta aumentando con esto su experiencia social.

En todo ser humano se da un proceso continuo de necesidades y capacidades, lo que se convierte en una dependencia recíproca, en la continua interacción con los demás. Sin embargo, el hombre que ha sido capaz de lograr la conquista del espacio, a menudo es incapaz de lograr un entendimiento con su vecino, con su familia, con sus compañeros de trabajo y consigo mismo ó con su pareja.

¿ Por qué sucede tal situación ? La respuesta a esta pregunta, desde nuestro punto de vista tiene un trasfondo en el proceso de percepción social, el cual no sólo se refiere a la apreciación de las personas, sino que es un proceso que se estructura alrededor de los roles y estereotipos, los cuales apoyados por normas, valores y creencias sociales, sirven de referencia inmediata para así caracterizar al perceptor y al objeto percibido.

Si tomamos esta gama de elementos, tendremos la posibilidad de estructurar una visión colectiva e individual de los sujetos:

Colectiva en el sentido de que existen puntos de igualdad o semejanza entre varios individuos, dada su pertenencia a un mismo grupo comparten los mismos valores y creencias que se transforman en normas, a través del consenso del grupo como parte de su cultura, y cuando " los individuos se conforman a ellas ya no ven las cosas a través de sus propios ojos, sino a través de los ojos del grupo " (1).

1.- Moscovici, S. Psicología Social, Paidós, México, 1985, Tomo I, pág. 29.

Individual por que el sujeto retoma estos elementos a través de las representaciones sociales y de los juicios de valor que le atribuye, por medio de los cuales moldea su conducta, ya que son marco de referencia que le sirven para interpretar los hechos sociales. Así el individuo los retoma como normas y creencias los cuales modifica a partir de su forma de pensar, sentir y actuar; para tratar de interpretar la realidad que le rodea.

A su vez las creencias serán las explicaciones que justificarán sus acciones. Aunado a todo esto, es importante mencionar que la percepción social estará determinada también por el papel que desempeñe tanto el sujeto perceptor como el que es percibido, es decir, por los roles que correspondan a cada uno de ellos.

En este sentido debemos tener presente que lo que percibimos en un momento dado, depende no solamente de la naturaleza de la fuente de información, sino también de los antecedentes que influyen en el proceso, como son:

- Nuestras propias experiencias.
- Nuestros prejuicios, valores, creencias y fines generales.

Dependiendo de la intencionalidad e interés al percibir un sujeto, los elementos mencionados jugarán un papel importante en la toma de decisiones, para establecer o emitir un juicio valorativo del mismo.

Si partimos de la idea de que los aspectos culturales y sociales influyen en los procesos de percepción social, tendremos la necesidad de argumentar como se articulan estos procesos culturales y perceptivos. Por ello es necesario remitirnos a uno de los elementos de vital importancia en este proceso, y este es el MARCO DE REFERENCIA del sujeto perceptor, el cual está formado por conocimientos y experiencias aunados a una serie de valores y creencias que el sujeto ha ido retomando, a través de la cultura y durante el proceso de socialización, sin dejar a un lado su capacidad reflexiva para considerarlos o modificarlos en su interacción con los demás.

Estas representaciones sociales son producto de la interacción cotidiana del individuo con

otros miembros, los cuales le ayudan a formarse dichas referencias, que posteriormente forman parte de su experiencia social.

Cuando un individuo tiene la expectativa de una relación de pareja, retoma tanto valores y creencias que fundamentan el estereotipo que en ese momento está percibiendo del sujeto al que pretende acercarse mismo que puede cambiar al interactuar con el otro sujeto y a medida que posea mayor información sobre el mismo de modo que los juicios vayan disminuyendo y su actitud valorativa sea positiva.

Lo cual a veces puede conducirlo a errores, ya que dichas suposiciones no necesariamente son verdaderas y es que los estereotipos, sirven de mecanismos que simplifican la realidad y esto ayuda a que la relación de las personas se lleve a cabo, pero, a veces acentúan y exageran las diferencias reales de las personas. Es importante que el sujeto perceptor busque la evidencia sobre la exactitud de lo que está percibiendo y no solo se deje guiar por las apariencias y su marco de referencia.

Según (Anderson, 1985), las personas toman siempre en cuenta, tanto la información estereotipada como la que no lo es, es decir, la gente combina dicha información para emitir sus juicios. Pero, dado que los estereotipos tienen una carga afectiva, esto es lo que posiblemente les permite su resistencia al cambio y es que lo afectivo facilita la internalización de los mismos hecha por el individuo que lo asume.

A tal grado que se ven sustentados por valores que el sujeto les añade, es decir, es un acto valorativo que le permite entender y representar la realidad ya que está apoyado por creencias las cuales están inmersas en las acciones sociales, que el sujeto ha ido incorporando históricamente y culturalmente a lo largo de su vida.

Tradicionalmente la conducta social de los individuos se ve modificada no solo por las diferencias biológicas sino que en el rol social van a encontrar las diferencias genéricas de dicha conducta generando una división por sexos, lo que hace que existan roles que exigen poder social y físico los cuales van a ser desempeñados en su mayoría por hombres, y por otro

lado roles que exigen atención y cuidado destinados preferentemente a las mujeres.

Dichas conductas son un reflejo de las expectativas que cada sexo debe desempeñar, es decir, "nuestra conducta diaria transcurre armoniosamente siempre que las personas respondan a las conductas esperadas" (2).

De esta manera se evitará momentos molestos que se presentarán, si se viola la norma social establecida.

En nuestro país, el modo de relacionarse de una pareja está prescripto socialmente a través de los roles genéricos ("conjunto de expectativas conductuales (normales) para hombres y mujeres") (3).

A partir de los cuales se moldean nuestras actitudes, conductas y nuestro sentido de identidad, respecto a lo que es masculino y femenino. A tal grado que tanto los factores biológicos y culturales juegan un papel importante en acrecentar las diferencias genéricas.

Pero ¿Existen realmente estas diferencias?. La investigadora Lauren Harris (1979), expresó, "no puede decirse, ni en sentido fisiológico ni en sentido psicológico, que el hombre y la mujer son contrarios, o del todo diferentes" (4).

Ya que se ha estudiado más las diferencias que las similitudes. En primer lugar, las diferencias varón-mujer no son ni tan poderosas, ni tan relevantes como se nos ha hecho creer, seguramente, hay diferencia entre hombre y mujer, pero no quiere decir que son "sexos opuestos".

2.- Myers, David G. Psicología Social, Ed. Médica Panamericana, 2a. ed. 1991, p. 172.

3.- Ibid, pág. 194.

4.- Ibid, pág. 184.

Por ejemplo, se piensa que la mujer es más hábil de captar las emociones, estudios realizados por Judith Hall (1984), sobre sensibilidad masculina y femenina, demostraron que la mujer tiene mayor facilidad para expresar sus emociones, sin embargo, habría que ver a que grado influye en el varón, el hecho de que en la cultura mexicana, sea mal visto que éste exprese sus emociones, pues desde pequeño se le inculca que "los hombres no lloran" y si lo hace es común escuchar que los padres le digan "pareces niña" expresado de una manera peyorativa, como si hacerlo fuera un delito.

Otra diferencia es la utilización del lenguaje, estudios realizados por Robin Lakoff (1975), nos dicen que el " habla masculina es firme y frontal mientras que el habla femenina tiende más a sugerir " (5).

Por ejemplo: les preguntaron que como lograban que su pareja hiciera algo que ellos deseaban, a lo que respondieron de la siguiente manera: los hombres les decían de manera directa que era lo que deseaban, en cambio las mujeres lo hacían de manera más indirecta como el mostrarse más cariñosa, hacer pucheritos, hacían sugerencias, etc., sin embargo, pese a lo expuesto, creemos que la cultura es la que más inclina a los sexos hacia una u otra dirección, pues desde que se nace se nos otorga un color distintivo, dependiendo del sexo, (azul si es niño y rosa si es niña), más tarde viene la elección de juguetes, donde a la niña se le fomenta la inclinación a través del juego a los quehaceres domésticos y al rol maternal, empezando por las muñecas.

Por el contrario al niño se le inducirá a jugar el rol de proveedor, además se le asignarán juguetes que agudicen sus habilidades espaciales. En términos generales podemos decir que la "biología aporta la base y la cultura la desarrolla" (6).

De tal manera que genera expectativas diferentes a partir del sexo.

5.- Ibid, pág. 187.

6.- Ibid, pág. 188.

3.2. LA ELECCION DE LA PAREJA : ENTRE EL IDEAL Y EL REAL.

La inquietud de formar una pareja necesariamente remite a roles genéricos establecidos, el individuo en su interactuar con los demás despierta también sus necesidades afectivas con el deseo de compartir nuevas experiencias con otro sujeto, así como el deseo de convivir en armonía.

Existen cuatro factores que ejercen su influencia respecto al agrado que nos puede generar una persona. El primero es la proximidad, ya que ella permite un mayor acercamiento de las personas y con ello descubrir la similitud de formas de pensar y de sentir y esto genera un aprecio mutuo. El segundo factor es la atracción física que genera una persona, "la gente tiende a elegir y desposar a la persona cuyo atractivo se equipara, en líneas generales con el propio (o a alguien que, siendo menos atractivo, compensará esa mengua con otras cualidades)". (7).

Las investigaciones hechas por diversos autores demuestran que esto se debe a que existe un estereotipo del atractivo físico, que influye en la gente y hace que piense que lo bello es bueno, aunado a esto se encuentra la escala de valores con las cuales comparamos a una persona.

Un tercer factor es el de la relatividad, que sucede cuando nos gusta una persona, y por último está la similitud en las actitudes, creencias y valores pues el parecido entre dos personas genera aprecio y es más la tendencia a entablar amistad con gente que gusta de nosotros y nos admira, sobre todo si percibimos que esto lo hace de manera sincera y no por quedar bien con nosotros. En ocasiones este conocimiento del otro no se transforma sólo en amistad, sino que se convierte en amor apasionado, el cual si la relación es gratificante buscará construir una relación más formal, apacible y afectuosa denominada "amor-compañía", esta genera la posibilidad de autorevelación, que es un estado en el cual cada integrante revela más y más sus

7.- Ibid, pág. 480

secretos, de tal manera que pueda perdurar cuando ambos participantes reciben de la relación una gratificación igual a la contribución que han hecho.

Cuando las emociones y sentimientos que provoca el otro individuo en el sujeto perceptor son más fuertes que la diferencia que exista entre la percepción ideal y la mera realidad, se tiene la tendencia a aminorar los defectos y resaltar las virtudes.

La decisión de iniciar un primer encuentro, resulta de la percepción de otras personas y las claves que encontramos en las conductas que percibimos.

Aunque no podemos afirmar que lo que se considera como atractivo físico sea el único factor de percepción que tenga influencia sobre los primeros encuentros y el proceso de conocimiento, sí podemos decir, que la probabilidad de que dos personas conversen por primera vez o "se caigan bien", aumentará significativamente si se perciben entre sí como físicamente atractivas. De acuerdo a los estereotipos de belleza establecidos por el grupo social del cual el individuo forma parte.

Cuando vemos a otro sujeto como socialmente atractivo, manifestamos que nos gusta su compañía a través de diferentes conductas y actitudes sociales de aceptación como lo pueden ser, el sonreír, estar atentos a su plática, una palmada, una caricia fugaz, etc. en los diferentes aspectos y momentos de la vida cotidiana.

Aunque la atracción física percibida es el aspecto más influyente en la atracción interpersonal, pierde algo de importancia cuando la relación interpersonal se desarrolla, porque una vez que se ha penetrado el lado público de una persona, se inicia una apreciación por su humor, su inteligencia, y su sentido humano; y es que gustamos de las personas cuya conducta nos resulta gratificante.

De esta manera cuando alguien causa "buena impresión", generalmente es aceptado, cuando las acciones o conductas comunicativas no están reglamentadas, la actitud hacia la otra persona depende de los sentimientos que provoca, es decir, cual es la opinión que uno se forma de ella, como la percibimos, y no como es en realidad.

Hemos señalado los elementos que intervienen en la percepción del otro, percepción que se constituye a partir de la influencia que el entorno tiene sobre nosotros; así como de las necesidades y expectativas que la cultura genera y conforma en el individuo y su respuesta ante las mismas.

De esta manera, la sociedad que aloja al individuo le demanda la reproducción de la misma, para ello le presenta diferentes esquemas de referencia, conformados en estereotipos en este caso de pareja, donde el individuo idealiza un modelo a seguir y al cual le atribuye características propuestas en su mayoría por los medios masivos de comunicación, su grupo social y la cultura de la cual forma parte.

De esta manera su percepción del otro se ve modificada a tal grado que buscará un sujeto que reúna todas las características de su modelo "ideal" ya sea de hombre o de mujer.

Aunque con frecuencia suele ocurrir que este modelo "ideal" difiera de la realidad que se tiene o que se encuentra en nuestro entorno. Por ejemplo; en el caso de la cultura mexicana a través de los medios masivos de comunicación, se nos presentan modelos que no corresponden a las características etnográficas de nuestra cultura (ejemplos anexos), así nos muestran modelos de tez clara, complexión delgada en el caso de la mujer y de tipo atlético en el caso del hombre, el color del cabello (en la mujer) en su mayoría es rubio, además de ser atractivos y carismáticos.

Esto conlleva a tratar de copiar los modelos presentados y enmarcarlos en la persona anhelada.

En cuanto a los atributos físicos que no se tienen, habrá que procurarlos o esperar un cambio, creando con ello personas artificiales las cuales, en la búsqueda de alcanzar el modelo propuesto recurren al uso de tintes, marcas de ropa, prótesis, cirugía, etc. todo ello a partir de los recursos que se tengan y entre menor sea el acceso a ellos, mayor será la frustración al no poder lograr el cambio.

Pero, todo esto es dejado a un lado cuando la necesidad de no estar solo se hace presente, y es que la soledad es un concepto que produce temor en la mayoría de las personas.

Todos tenemos una fuerte necesidad de tener compañía, de relaciones de apoyo, de encontrar " desde la sociedad casual y las relaciones sexuales físicas, hasta las amistades profundas y duraderas, y los intentos de formar una unión permanente como el matrimonio "(8).

Y es que el ser humano, no puede vivir aislado, necesita estar en armonía con él y con los demás.

Por eso cuando encuentra a la persona que satisface sus necesidades trata de retenerla a su lado formalizando su relación.

8.- Buscaglia, Leo. El Arte de Ser Persona, Ed. Diana, México, 1991, pag.63.

5ta. impresión,

4. METODOLOGIA

4.1. Objetivo e Hipótesis.

Dado que en investigaciones anteriores el enfoque de la relación de pareja, entra de lleno a cuestiones de conflicto u otros aspectos, pero en parejas ya formadas como tales; nuestro objetivo se centra en la parte antecedente, es decir, en las características de un estereotipo o imagen ideal de hombre o mujer que conforman las expectativas de un individuo ante la elección de pareja, considerando tanto el aspecto físico como el conductual, para jóvenes de ambos sexos, con edades entre los 21 y 30 años, divididos en dos sectores (estudiantes y empleados); y ver además, si existe congruencia con su realidad.

Para llevar a cabo este estudio realizamos una investigación de campo que nos permitiese conocer primeramente a través de entrevistas sencillas si existía en los jóvenes alguna inquietud por formar una pareja, habiendo obtenido respuestas afirmativas al respecto, partimos de las siguientes hipótesis, las cuales constituyen el centro de nuestro estudio:

- 1.-En la elección de pareja, los jóvenes estudiantes de sexo masculino dan mayor preferencia a las características de orden físico, más que los empleados del mismo sexo.
- 2.- Este tipo de características físicas expresadas por los estudiantes se apega más a un estereotipo ideal de pareja, que a una consideración de características reales.
- 3.- El ideal de forma de ser de hombre va de acuerdo con la preferencia de las mujeres tanto en estudiantes como empleadas.

Para comprobar estas hipótesis partimos inicialmente considerando las siguientes variables, que más adelante en el instrumento final se evalúa a través de un grupo determinado de ítems:

- a. La imagen de mujer en la elección de pareja.
- b. La imagen de hombre en la elección de pareja.
- c. Características afectivo-conductuales en la pareja.

Se consideran a estas dimensiones, dada su condición de poder variar sistemáticamente y con respecto a las cuales se puede demostrar que influyen sobre otras condiciones o atributos, o bien que son influidas.

Recordando que en la Psicología Social los análisis y explicaciones varían de niveles, desde el enfoque que incluye únicamente modelos provenientes del comportamiento individual y las reacciones internas de un sujeto, hasta las explicaciones de la reciprocidad entre este sujeto y su entorno, pasando por las relaciones entre otros sujetos y con otros grupos; lo mismo sucede con los criterios de comprobación por lo que en este caso pretendemos introducirnos en estudiar las preferencias del comportamiento humano enfocado hacia situaciones de pareja o expectativas respecto a la misma.

Considerando que la Psicología Social no separa lo individual y lo social sino por el contrario, su objeto de estudio es la relación entre ambos, creemos que lo más adecuado es utilizar la observación sistemática, ya que ésta nos permite visualizar la vida del individuo a partir de su convivencia cotidiana y la continua interacción con los demás y con el ambiente mismo, por lo que se trata de reconocer la influencia de valores sociales o de grupo en la conformación de las expectativas de pareja para su elección. En esta observación nos valdremos de la encuesta por muestreo, en la que realizamos entrevistas sencillas, directas e informales (anexo 1), con el objetivo de conocer la opinión sobre el concepto que tiene el sujeto sobre su propio género y sobre el género opuesto.

Al mismo tiempo que confirmamos la inquietud de los jóvenes respecto a la importancia de formación de pareja, que además según los resultados obtenidos, la frecuencia favorable fue mayor en hombres que las mujeres.

4.2. Población y Elaboración del Instrumento.

Esto nos permitió tener una idea general de los campos que deberíamos incluir en un

instrumento más formalizado. Pero primeramente se entrevistaron a 30 jóvenes (15 mujeres y 15 hombres) para rescatar las características físicas y en su forma de ser que ellos consideraban debería tener tanto el hombre como la mujer en un ideal de pareja (anexo 2). Posteriormente clasificamos sus respuestas y rescatamos aquellas características similares y de mayor y menor frecuencia , elaboramos un cuestionario mixto (anexo 3), en el cual estaba explícito tanto el ideal de pareja como las características reales de la misma, todas estas características listas para ser ordenadas de acuerdo a la importancia que el entrevistado le diera, opción múltiple, preguntas abiertas y preguntas favorables o desfavorables en cuanto a ciertas áreas de la vida de la pareja.

Este instrumento fue piloteado en una muestra intencional de jóvenes entre los 21 y 30 años distribuidos de la siguiente manera.

15 estudiantes de sexo femenino (UAM-I)

15 estudiantes de sexo masculino (UAM-I)

15 empleados de sexo femenino (TELMEX)

15 empleados de sexo masculino (TELMEX)

Originando un tamaño de la muestra con un total de 60 encuestados.

Posterior al piloteo, se llevó a cabo la aplicación final del instrumento (anexo 4), a una muestra intencional de 100 sujetos que consideramos cubren nuestro requerimiento, distribuidos de la siguiente manera:

25 empleados de sexo femenino (TELMEX)

25 empleados de sexo masculino (TELMEX)

25 estudiantes de sexo femenino (UNAM)

25 estudiantes de sexo masculino (UNAM)

Las primeras variables, referentes a datos generales tales como:

SEXO

EDAD

OCUPACION

ESCOLARIDAD

¿ C\QUIEN VIVES ?

Nos llevan a considerar la importancia de cada una de ellas como sigue;

Las primeras variables nos permitirán observar las diferencias que existan entre los sujetos dado el rol que les toque desempeñar de acuerdo a su sexo y edad. Ya que en nuestra sociedad tanto el hombre como la mujer tienen un estereotipo, a partir del cual se pretende deban comportarse.

Por otro lado la variable ocupación aunada con la escolaridad creemos que ejercerá una fuerte influencia en la forma de pensar del individuo por la preparación que éste tenga, así como su contacto con el entorno en el que se desarrolla y en este mismo ámbito el hecho de conocer el (c\quien vives), también influirá en sus opiniones y su tendencia a actuar de determinada manera. En las siguientes variables, rescatamos los marcos de referencia proporcionados por los sujetos que fueron encuestados en forma abierta inicialmente, las cuales se refieren a la descripción de estereotipos tanto del hombre como de la mujer en lo físico, forma de ser, así como los elementos favorables y desfavorables que benefician o generan conflicto en la relación de pareja.

Rescatamos la opinión de los entrevistados en cuanto a la concepción ideal de pareja y sus características, así como los valores de fidelidad y respeto sin dejar a un lado la importancia de la sexualidad en la misma.

Todas ellas en conjunto pueden ser indicadores que fundamenten las diferencias de opinión que puedan existir entre los jóvenes respecto a la elección de pareja.

Además, tratamos básicamente de observar si existe o no diferencia entre su ideal de pareja y la realidad de la misma, es decir, si el estereotipo que ellos describen se apega o coincide con la descripción de su pareja, y su relación con la misma, para obtener dicha información se les formularon dos preguntas abiertas en donde se les solicitaba la descripción de lo dicho anteriormente.

5. PRESENTACION DE RESULTADOS

De las encuestas realizadas, desde la entrevista inicial hasta el instrumento final, obtuvimos resultados que mostramos en forma global, resaltando de ellos lo que consideramos de importancia y de acuerdo a las frecuencias arrojadas por los sujetos encuestados, y que de alguna manera responden a las hipótesis formuladas al inicio de esta investigación.

Se presentan en primer lugar los datos obtenidos de la entrevista inicial, a continuación la segunda entrevista con los porcentajes más significativos; y finalmente los cuadros y gráficas que responden a nuestras hipótesis en la entrevista final.

5.1. RESULTADOS DE LA ENTREVISTA INICIAL

Como resultado de las primeras entrevistas (anexo 1), obtuvimos las siguientes respuestas que agrupamos como se muestra en el cuadro siguiente:

¿ COMO PIENSAS QUE ES O DEBE SER LA MUJER ?			
Como Apoyo	42%	Hogareña	38%
Dolor de cabeza del hombre	5%	Maternal	25%
Femenina	30%	Organizadora	35%
Fiel	27%	Preparada	10%
Hacendosa	40%	Sentimental	18%

En este primer grupo es importante resaltar que el hombre percibe a la mujer como la encargada de la organización del hogar ahí lo enfatizan las características de mayor frecuencia, tanto en lo emocional como en lo referente a la cooperación y un sostén muy fuerte en la relación de pareja.

¿ COMO PIENSAS QUE ES O DEBE SER EL HOMBRE ?

Apuesto	45%	No importa el fisico	10%
Cariñoso	15%	Trabajador	35%
Complemento de la pareja	40%	Seguridad económica	30%
El sexo opuesto	5%	Varonil	10%

Aquí es importante resaltar lo referente a la seguridad económica, lo cual a los ojos de la mujer, conforma al hombre como un proveedor, y nunca como organizador del hogar ni educador de la familia.

Los atributos que presentamos a continuación, (cuadro 1 y 2), son únicamente para observar la valoración de los entrevistados con respecto a su mismo sexo.

1.- PERCEPCION DE LA MUJER CON RESPECTO A LA MUJER

Ahorrativa	Hacendosa *
Alegre	Inteligente
Creativa *	Preparada
Da apoyo *	Trabajadora *
Que no sea dejada ni fodonga	Dinámica *

En esta parte es notoria la coincidencia que existe entre la percepción que los hombres tienen de ellas y como se perciben así mismas, pues también se hace hincapié en la cuestión de apoyo y el papel de organizadora, retomando características del rol femenino socialmente aceptables.

2.- PERCEPCION DEL HOMBRE CON RESPECTO AL HOMBRE

Borracho *	Proveedor *
El que más quiere	Satisfactor *
Machista *	Ser racional
Mujeriego	Trabajador

(*) Los atributos marcados con este signo indican mayor frecuencia de opinión en los entrevistados.

Aquí, por el contrario, además de caer nuevamente en el papel de proveedor, el hombre describe por sí mismo características de tipo negativo; aun cuando la mujer fué más positiva en cuanto a las apreciaciones hacia él; demostrando una percepción más negativa que positiva de sí mismo.

5.2. RESULTADOS DE LA 2ª ENTREVISTA

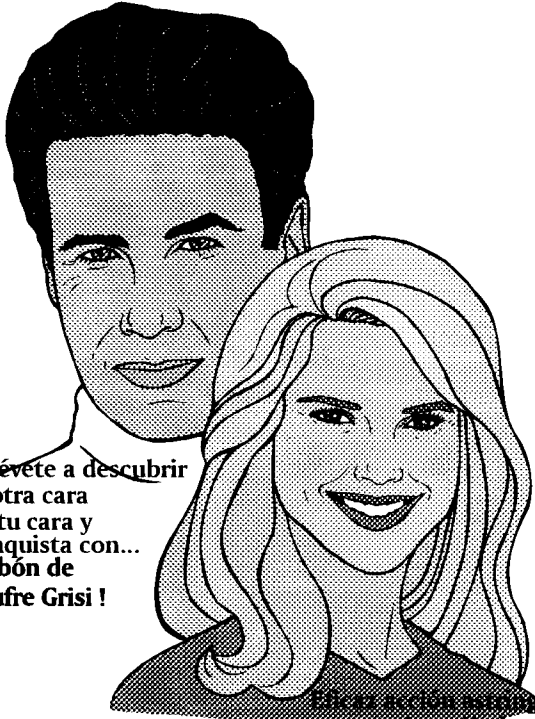
Enfocando más el objetivo de cómo les gustaría que fuese tanto el hombre como la mujer, en cuanto a características físicas y afectivo-conductuales, para despertar la inquietud de elección de pareja, obtuvimos lo que se muestra en el cuadro siguiente:

CARACTERISTICAS FISICAS			
MUJER		HOMBRE	
Buen cuerpo	57%	Fornido	52%
Delgada	40%	Blanco	38%
Bonita	40%	Guapo	36%
Femenina	32%	Pomposo	28%
Blanca	23%	Alto	26%
Alta	18%	Esbelto	15%
Cabello largo	12%	Moreno	10%
Morena	8%	Velludo	5%

Obviamente estas características describen a un sujeto que pocas veces o casi nunca coincide con los rasgos físicos de nuestra cultura, pero si corresponden a los estereotipos propuestos por los medios masivos de comunicación, los cuales además de comunicar e informar, difunden imágenes y pautas de conducta a seguir. Por ejemplo en el hombre, la imagen de una persona atlética será el resultado de conductas que no están muy generalizadas ni son parte de nuestra vida cotidiana como lo es realizar actividades de fisicoculturismo.

NOTA: Cabe aclarar que no son características excluyentes, pues para unos entrevistados fueron unas, y para otros, otras.

En el caso de la mujer nos describen a una persona blanca, de muy buen cuerpo, bonita y rubia en la mayoría de los estereotipos que nos muestran, ya sea una revista, la T.V. o algún otro medio de comunicación, y cuya imagen en general choca con la realidad, como se muestra en las siguientes ilustraciones, donde se les propone a los sujetos a atreverse a cambiar, a cautivar y a mostrar "su otra cara".



Atrévete a descubrir
la otra cara
de tu cara y
conquista con...
¡ Jabón de
Azufre Grisi !

Eficaz acción astringente
que ayuda a eliminar
barros, espinillas y acné
Atrévete a conquistar
y confía en ti mismo con
¡ Jabón de Azufre Grisi !



**SIN PERDER EL
GLAMOUR**
Una prenda en colores
eléctricos y el cabello a la
desgreñe son la
combinación perfecta para
lograr ese efecto
de misterio.
¡ Cautivarás !



**INGENUAMENTE
SENSUAL**
Y, al mismo tiempo
¡ audaz ! ¿ ya
checaste el vestido ?
¡ plateado !
Nosotras te lo dijimos
¡ regresan los metálicos !



**Distinción con un
toque de LIKRA**

LIKRA es la fibra que dá
ese toque de distinción y confort
a las prendas exteriores.
Por eso tú desearás
una prenda con esta etiqueta.



Elige ser aún más bella

Con Salon Selectives tú puedes
elegir entre 4 niveles de shampoo
y 4 tipos de acondicionador
que responden a las necesidades
de tu cabello.

Ahora...

Obviamente para corresponder a un estereotipo de " mujer bella " habría que vestir bien, oler bien y verse bien,
y no solo usando o utilizando lo que propone el anuncio.

El Niño y la Mujer: Objetos y Sujetos de la Publicidad

- * Un adolescente a los 16 años ha pasado 16 mil horas frente a la TV, lo que significa que ha visto 640 mil anuncios publicitarios.
- * La mujer crea los hábitos de vida en el hogar en la que puede estimular o desalentar una moda o un gasto superfluo.
- * La publicidad maneja a la mujer como madre, esposa, ama de casa y "seductora" que busca al hombre desesperada y desenfrenadamente, y al mismo tiempo en la lucha encarnizada por conservarlo.



¿Eres Interesante ?

Sí, y sólo te pones lo que te hace muy especial.

Por eso, los luminosos tonos de moda de Koleston Gel son para ti, para cuando te canses y quieras cambiar y cambiar, siendo siempre tú, siempre única.

Su exclusivo activador con extracto de hierbas protege tu cabello. Koleston Gel, un tinte con la calidad Wella.

Cambia a lo mejor de tí misma...

y descúbrete con
KOLESTON GEL

Sólo basta leer cada anuncio y tomarle sentido en cuanto a los estereotipos que propone, donde la mujer no se muestra tal cual es hasta que no utiliza los productos propuestos para dar paso a un modelo más interesante y único.

En el siguiente cuadro se observan algunas características que consideramos podrían ser tradicionales (T), y que de alguna manera están más apegadas al rol del individuo en la sociedad, así como características modernas (M) que se conforman por los estereotipos propuestos en nuestra cultura.

FORMA DE SER					
MUJER			HOMBRE		
	LIMPIA	45%	M	INTELIGENTE	72%
	AGRADABLE	40%	T	BIEN VESTIDO	38%
M	CON INICIATIVA	36%	T	CORTEZ	32%
T	BUEN SAZON	25%	M	QUE SE DEJE QUERER	22%
T	VISTA BIEN	23%	T	CARIÑOSO	20%
	RISUEÑA	16%	M	CREATIVO	15%
	ACCESIBLE	12%		ALEGRE	12%
M	INTELIGENTE	5%	M	RUPTURA DEL CORDON UMBILICAL	8%

También llama la atención lo referente a las características de apariencia y habilidades en el caso de la mujer, y en el hombre más que nada las características se refieren a la apariencia física y a su capacidad intelectual.

5.3.RESULTADOS DE LA ENCUESTA FINAL

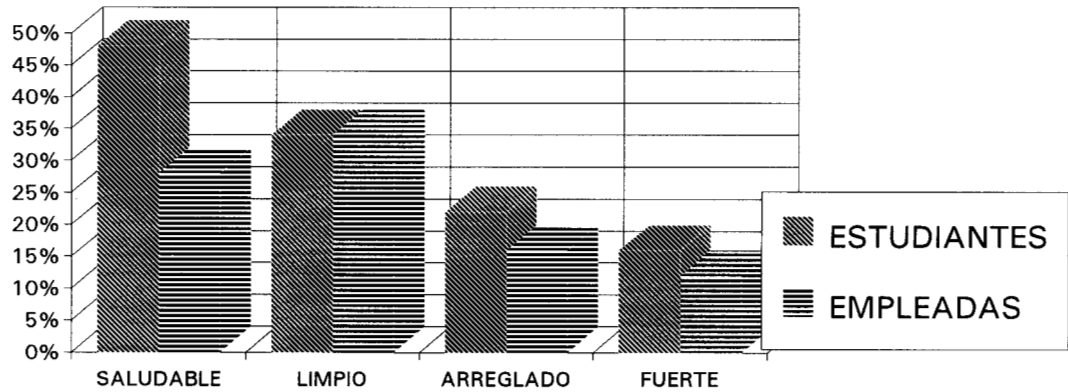
De acuerdo al anexo No. 4, primeramente se les preguntó a los entrevistados respecto a las características físicas y de forma de ser que consideraban debiera tener tanto el hombre como la mujer en una relación ideal de pareja, y a partir de la separación de población por ocupación, obtuvimos los siguientes estereotipos para cada uno de los sectores:

5.3.1. Estereotipo Dominante de Hombre en el aspecto físico.

CARACTERISTICA	PORCENTAJE
SALUDABLE	76%
LIMPIO	68%
ARREGLADO	38%
FUERTE	26%

Nota: Obsérvese la gráfica comparativa en la siguiente página:

CARACTERISTICAS FISICAS ESTEREOTIPO DOMINANTE DE HOMBRE



Aquí se vislumbran dos estereotipos diferenciados que fuera de la coincidencia " Limpio " se tienen agrupadas en la encuesta como características de orden físico básicamente se refieren a cuestiones de aspecto personal.

Al profundizar más aún, en estos resultados, obtuvimos dos tablas de porcentajes diferentes entre sí al separar a la población en dos sectores: estudiantes y empleados, como se muestra a continuación.

CARACTERISTICAS			
ESTUDIANTES		EMPLEADAS	
SALUDABLE	48%	LIMPIO	34%
LIMPIO	34%	SALUDABLE	28%
ARREGLADO	22%	ATRACTIVO	20%
FUERTE	16%	ARREGLADO	16%

En esta separación consideramos que influye la situación de pertenecer a un grupo productivo que de alguna manera crea en el individuo una independencia personal y el mismo entorno demanda en ellas una imagen aceptable que provoque una "buena impresión" de su persona, porque así lo requiere el núcleo en el que se desenvuelve (oficinas), influyendo también la socialización diferenciada entre los dos grupos. Observamos que en las empleadas la característica "Fuerte" que tuvo una frecuencia del 12%, fue sustituida por la característica "Atractivo" con un 20% de las frecuencias totales, misma que corresponde al 80% del total que obtuvo dicha característica.

Considerando que de acuerdo al rol de estudiante, se deben satisfacer las demandas que éste le genera, podemos suponer que la población estudiantil se mueve en un medio que le permite tener, mayor acceso a información a través de campañas, conferencias, carteles, proyecciones, etc. y los mismos medios masivos de comunicación, que para las empleadas son las fuentes más directas de conocimiento, en este caso de aspectos relativos a la salud; consecuencia de esto, podría ser la importancia que tiene en cada sector la característica de que el estereotipo que demandan sea el de una persona saludable.

De aquí podría darse la pauta para un estudio en el que se indague, qué impacto o influencia han tenido las campañas de protección contra el SIDA a través de los medios de comunicación,

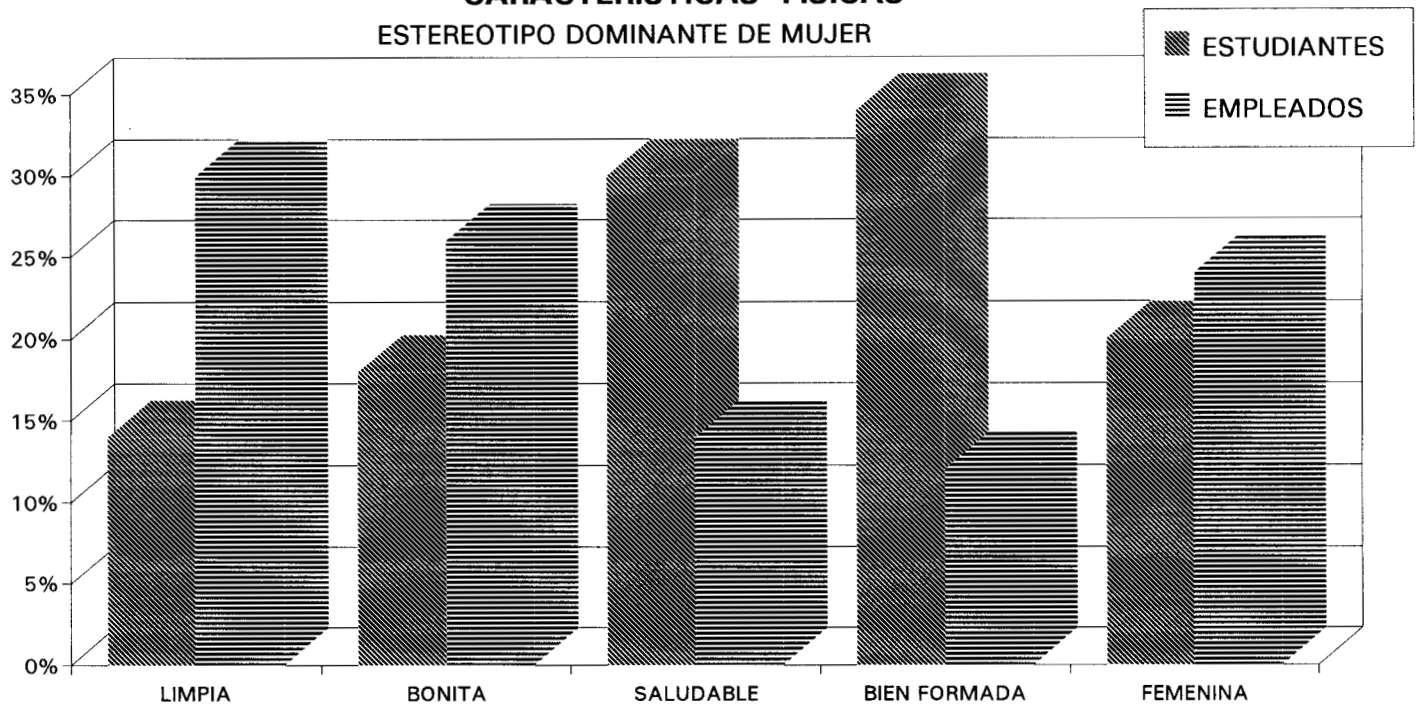
para tomar en cuenta desde cuando a los mexicanos les preocupa la característica " saludable " en la elección de pareja, y sobre todo dándole la prioridad antes mencionada.

5.3.2. Estereotipo Dominante de Mujer en el aspecto físico.

BIEN FORMADA	46%
SALUDABLE	44%
BONITA	44%
FEMENINA	44%

De igual manera, a continuación presentamos la gráfica comparativa entre estudiantes y empleados, donde al parecer es más consistente el estereotipo de mujer, pues aproximadamente la mitad de la muestra masculina coincide en señalar como importantes algunos de estos cuatro aspectos.

CARACTERISTICAS FISICAS ESTEREOTIPO DOMINANTE DE MUJER



Obviamente, como ya lo mencionamos, el hecho de pertenecer a cualquiera de estos dos grupos genera diferencias de opinión en cuanto a la expectativa de elección de pareja. Como se muestra en los siguientes porcentajes.

ESTUDIANTES		EMPLEADOS	
BIEN FORMADA	34%	LIMPIA	30%
SALUDABLE	30%	BONITA	26%
BONITA	18%	FEMENINA	24%
ARREGLADA	16%	ARREGLADA	20%

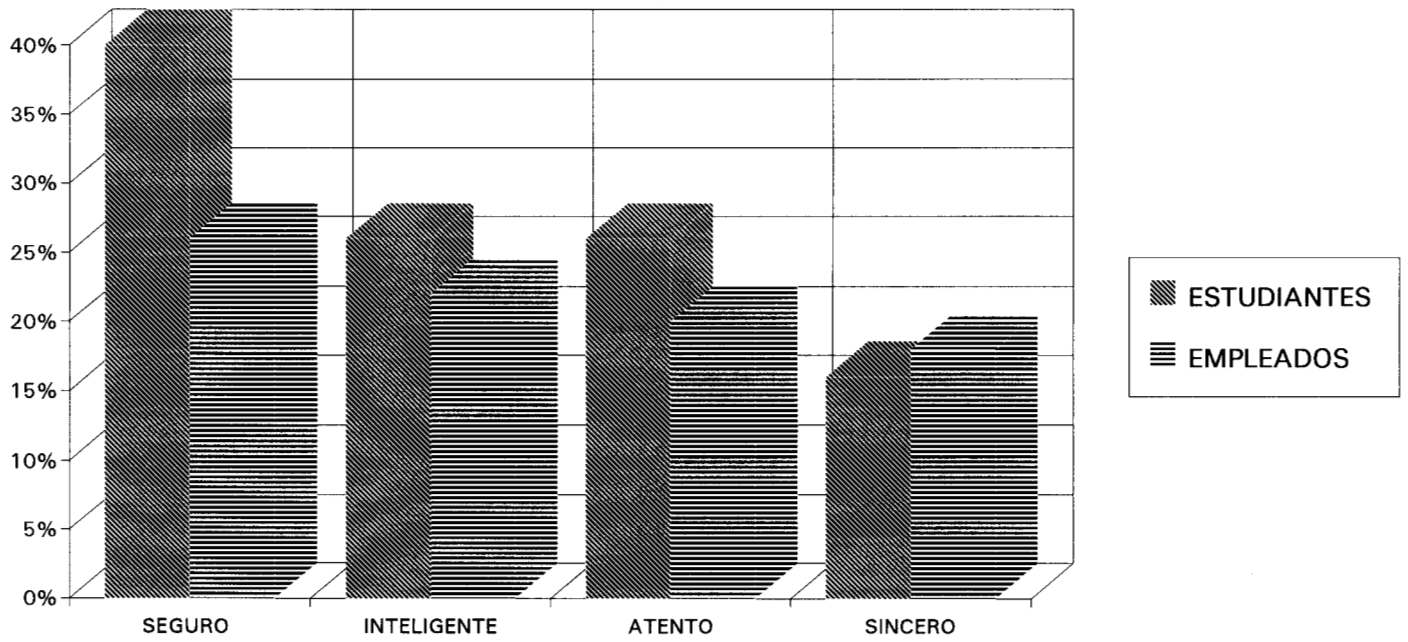
El estereotipo que se presenta en estos porcentajes confirma nuestra hipótesis No. 1, respecto a la preferencia de las características físicas en la elección de pareja que de alguna manera corresponden al estereotipo socialmente deseable propuesto por los medios masivos de comunicación, sin dejar de lado la característica de que la pareja tiene que ser saludable; mientras que los empleados demandan un rol de mujer más apegado a lo formal y de buena apariencia.

5.3.3. Estereotipo Dominante de Hombre respecto a la variable Forma de ser.

CARACTERISTICAS	PORCENTAJE
SEGURO	62%
INTELIGENTE	44%
SINCERO	42%
ATENTO	38%

En general, las mujeres están demandando un estereotipo que les brinde seguridad y cuyo rol como hombre debe cumplir con la característica de inteligente, sin embargo al separar ambos sectores podemos ver las diferencias en la gráfica de la siguiente página:

CARACTERISTICAS DE FORMA DE SER
ESTEREOTIPO DOMINANTE DE HOMBRE



En la gráfica anterior pudimos observar que las empleadas dan mayor importancia a la característica de "sinceridad", lo que nos hace pensar que a partir de ello podrían obtener la seguridad esperada, generando así dos estereotipos diferentes, que se presentan como sigue:

ESTUDIANTES		EMPLEADOS	
SEGURO	40%	SINCERO	26%
INTELIGENTE	26%	SEGURO	22%
ATENTO	26%	MADURO	20%
SINCERO	16%	INTELIGENTE	18%

Las empleadas cambian la característica de "Atento", que tuvo una frecuencia del 12%, por la de "Maduro" cuyo porcentaje es ligeramente mayor que la de "Inteligente"; no así como en las estudiantes donde esta característica es también esencial.

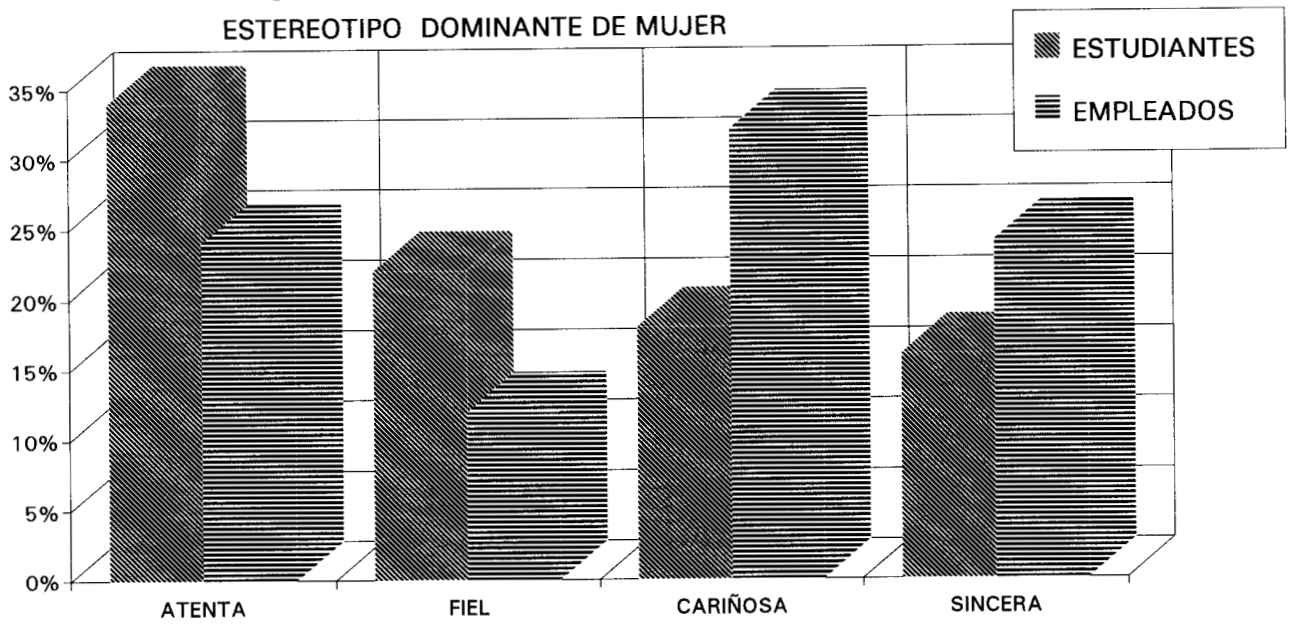
5.3.4. Estereotipo Dominante de Mujer respecto a la variable Forma de ser.

CARACTERISTICA	PORCENTAJE
ATENTA	58%
CARIÑOSA	48%
SINCERA	40%
FIEL	30%

En general, este estereotipo se ve reforzado por la aseveración inicial donde las mujeres consideraban al hombre como "proveedor" ya que ahora el hombre podría suponer que con este papel él debe ser atendido por su pareja, quien debiera tener características muy virtuales.

Claro que este estereotipo se ve modificado según la importancia otorgada por ambos sectores, como lo muestra la gráfica de la siguiente página:

CARACTERÍSTICAS DE FORMA DE SER
ESTEREOTIPO DOMINANTE DE MUJER



Así, para los estudiantes y para los empleados las frecuencias se distribuyen como sigue:

ESTUDIANTES		EMPLEADOS	
ATENTA	34%	CARIÑOSA	32%
FIEL	22%	ATENTA	24%
CARIÑOSA	18%	SINCERA	24%
SINCERA	16%	FIEL	12%

Curiosamente el atributo de fiel tiene un mayor peso en los estudiantes, mientras que para los empleados denota un mayor interés por la cuestión emocional.

Otro aspecto que es importante mencionar, es la ausencia del atributo "Inteligente" mencionando que un 48% del total de los encuestados lo ubica en los últimos tres lugares, y en los primeros tres únicamente un 16% (6% y 10% respectivamente). Así como tampoco demandan en ellas el ser "Seguras", lo cual de alguna manera responde a un estereotipo "deseable" de acuerdo a los medios masivos de comunicación, donde la mujer debe ser atenta, bonita, hacendosa, arreglada, etc., pero en ningún momento "Inteligente" .

Por otro lado, en cuanto a las respuestas abiertas, al describir el aspecto físico de su pareja, los atributos mencionados fueron los siguientes:

IMAGEN REAL DE HOMBRE			
ESTUDIANTES		EMPLEADAS	
MORENO	38%	MORENO	42%
NO MUY ALTO	34%	DELGADO	40%
ALTO	30%	FUERTE	26%
NO MUY GUAPO	26%	NO MUY ALTO	20%
DELGADO	20%	ROBUSTO	14%
BLANCO	10%	BLANCO	14%

IMAGEN REAL DE MUJER

ESTUDIANTES	EMPLEADOS
--------------------	------------------

MORENA	52%	MORENA	42%
DELGADA	40%	NO MUY GUAPA	40%
BLANCA	36%	RISUEÑA	36%
GUAPA	36%	BUEN CUERPO	30%
CHAPARRITA	20%	GORDITA	20%
ALEGRE	16%	ALTA	14%

NOTA ACLARATORIA: Las características que pudieran parecer excluyentes (ejemplo moreno-blanco), no lo son, dado que son las opiniones de los encuestados pero no todos con los mismos atributos.

Obviamente la imagen real no concuerda con el estereotipo dominante obtenido de acuerdo a las frecuencias, en primer lugar, porque al ser respuestas abiertas, el amplio universo de tributos varía, mientras que en la parte inicial de la entrevista, de una serie de características específicas sólo se les pide que las ordenen según su preferencia. Aunque de todos modos la relevancia de las características mostradas en el estereotipo dominante, sobrepasa las realidades de las imágenes descritas.

Dentro de la encuesta se trató de rescatar los valores dominantes en una relación ideal de pareja, que de acuerdo a los entrevistados son las siguientes:

VALORES PARA LOS HOMBRES

		ESTUDIANTES	EMPLEADOS
COMPRESION	50%	34%	16%
SINCERIDAD	50%	32%	18%
CARIÑO	48%	32%	16%

VALORES PARA LAS MUJERES

		ESTUDIANTES	EMPLEADAS
SINCERIDAD	48%	20%	28%
CARIÑO	36%	18%	18%
COMPRESION	30%	12%	18%

Como puede observarse hay una tendencia contraria entre un sexo y otro, pero alineados por ocupación, los empleados siguen la misma línea que las empleadas, por lo que podríamos pensar que su entorno ha generado en ellos un orden similar de valores dominantes.

Finalmente en lo relativo a fidelidad los resultados indicaron que como atributo no tiene tanta importancia dado que nos referimos a ella como algo externo, mientras que al referirnos a la fidelidad como un valor, entran en juego cargas afectivas y juicios personales que modifican la respuesta de los sujetos como se dió en el caso dela aseveración que decía:

" LA FIDELIDAD EN UNA RELACION DE PAREJA NO ES IMPORTANTE ".

Obtuvimos los siguientes resultados:

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TOTALMENTE DE ACUERDO	7	7%
DE ACUERDO	7	7%
INDIFERENTE	3	3%
EN DESACUERDO	25	25%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	58	58%

Se observa la opinión favorable en un 83% que niegan la aseveración hecha al respecto. Básicamente reflejada en la totalidad del sexo masculino, como se observa en las siguientes frecuencias:

		ESTUDIANTES	EMPLEADOS
HOMBRES	96%	50%	46%
MUJERES	70%	42%	28%

Aunque en general en los estudiantes se concentra la mayoría, es más significativa la diferencia que se observa entre la opinión de los hombres con respecto a las mujeres; ya que el sexo masculino tiene una mayor coincidencia de opinión con tendencia favorable a la fidelidad, mientras que en las mujeres un 30% no dan importancia a esta característica, que se ve

soportada por los datos obtenidos de la siguiente pregunta:

ANEXO 1
"FORMAR UNA PAREJA ES LO MAS IMPORTANTE"

	ESTUDIANTES	EMPLEADOS
HOMBRES	50%	42%
MUJERES	38%	44%

Es decir, para las empleadas que reúnen un 44% es más importante tener una pareja haciendo a un lado si ésta es o no fiel, apegándose a la concepción tradicional del rol de pareja, donde toda mujer para salir de su casa debe ser únicamente a través del matrimonio, con lo cual se estaría cumpliendo con una norma preestablecida y socialmente aceptada por nuestra cultura.

CONCLUSIONES

En la presente investigación tenemos la inquietud de conocer las expectativas de dos grupos de jóvenes en la elección de pareja, los resultados aquí obtenidos son producto del instrumento aplicado a una población de 100 sujetos obteniendo lo siguiente:

Primeramente la pregunta de ¿Qué tan importante era formar unapareja? como elemento esencial en la vida de todo ser humano, la respuesta fue más favorable en los hombres que en las mujeres, ya que el 92% correspondió a los primeros, en tanto que las mujeres obtuvieron una opinión favorable en un 82% del total de las entrevistadas, ello tiene mayor significancia para los hombres de 25 a 30 años de edad que respondieron afirmativamente a la pregunta.

Al desglosarse este último porcentaje por sectores, le correspondió un 44% a las empleadas, con esto podríamos afirmar que esta expectativa de formar pareja tiene mayor peso para ellas que para las estudiantes, a pesar de estar desempeñando un rol que representa un valor muy importante en nuestra cultura, ya que presupone autosuficiencia y libertad de acción, con esto vería a corto plazo una relación formal, probablemente sus expectativas se relacionan poco con superación, mayor capacitación, ascensos, obteniendo a cambio una relación estable.

Las estudiantes aunque en menor proporción contemplan esta inquietud, pero su mayor interés está en concluir sus estudios, viajar, divertirse, etc., según lo manifestaron, podríamos atribuir esto también a que debido al rol de estudiante las inquietudes de desarrollo personal son más fuertes.

En lo que se refiere a las características físicas en un ideal de pareja, éstas son más importantes para los jóvenes estudiantes de sexo masculino, que para los empleados (hombres), donde resaltan características como "bien formada" y "saludable" que ellos refieren, corresponden al estereotipo dominante y socialmente deseable, que privilegia este tipo de características el cual en gran medida es el propuesto por las campañas de publicidad gracias a los medios masivos de comunicación, sin embargo, al igual que los estudiantes, los empleados

también están expuestos a dicha publicidad, pero creemos que el estereotipo dominante de mujer, que ellos tienen se apega más al rol cultural y socialmente aceptado por nuestra sociedad en donde la mujer debe atender al hombre, que es el papel o rol que la mujer debe llevar a cabo, es decir debe ser femenina, limpia, bonita y tener una buena apariencia, ya que será el apoyo en la futura pareja.

Esto se confirma con las respuestas a de los empleados al describir las características que debe tener en su forma de ser, en donde manifiestan que la mujer debe ser cariñosa, atenta, sincera y fiel, aunque no sea inteligente, pues a esta característica la situaron según su preferencia en el último lugar. Podríamos atribuir esto pensando que los empleados han adquirido una mayor madurez que los jóvenes estudiantes, mientras que estos últimos se guían más por su avidez de experimentar, lo cual creemos puede hacerlos más influenciables.

En lo que respecta al estereotipo dominante de hombre ideal que manifestaron las entrevistadas, obtuvimos lo siguiente: para las estudiantes y las empleadas es importante que la pareja sea "saludable", donde habría que pensar si esto tiene que ver con el rol del hombre "macho" que puede tener más de una mujer, más de una relación íntima y por lo tanto estar enfermo de SIDA; ya que como vemos en los anuncios televisivos referentes a esta enfermedad una pareja fiel, es una pareja sana; y si no se es fiel hay que tomar las precauciones debidas, sin dejar de ser pareja. Además de "saludable", se pide también que tenga "buena apariencia", es decir, para ambas hubo cierta semejanza en sus preferencias en lo que se refiere a las características de orden "físico", no así en las de forma de ser, en donde las estudiantes prefieren que el hombre sea "seguro" e "inteligente", características que corresponden en nuestra cultura a una persona capaz de salir adelante, lo cual puede ser producto del medio en el cual se desenvuelven. En el caso de las empleadas estas manifiestan su preferencia por que el hombre sea "sincero" y "seguro", características apegadas a un rol tradicional de "hombre de bien" ambos sectores manifiestan implícitamente la necesidad de seguridad en la pareja, ya sea como proveedor o como guía en la toma de decisiones, rol que predomina en nuestro ámbito

cultural.

En lo que se refiere a la comparación de las características físicas y de forma de ser en la pareja ideal y las de la pareja real encontramos lo siguiente:

La imagen real por un lado resalta los rasgos de nuestra cultura y las normas socialmente establecidas, mientras el ideal de pareja, refleja un estereotipo propuesto por los medios masivos de comunicación, socialmente aceptado por nuestra cultura aunque cabe aclarar que el hecho de mostrarle una lista de atributos a los sujetos y solicitarle que las enumerará a partir de su preferencia, de alguna manera sesga sus respuestas, a diferencia de las preguntas abiertas en que les pedimos describieran a su pareja, donde el amplio universo de atributos varía y nos fue difícil rescatarlos en sutotalidad, sin embargo, en las respuestas de los entrevistados es notoria la influencia que ejercen los medios masivos de comunicación lo que se refiere a las características que debe tener la pareja, y lo que ellos proponen junto con el entorno social en el que se mueve el individuo y que en conjunto van a generar el estereotipo de mujer u hombre socialmente deseable, en este sentido lo más seguro es que el estereotipo que resulte no se apegue a la realidad del individuo, lo que generará en él la necesidad de ser socialmente aceptado y buscar otras alternativas para alcanzar aquello de lo que carece, como pueden ser el uso de cremas especiales, tintes, ejercicio, ropa de equis marca, etc.

En lo que respecta al valor de fidelidad los entrevistados consideran que es importante en una relación de pareja, recordemos que un 83% estaban en desacuerdo con la aseveración donde se les decía que " la fidelidad no es importante en una relación de pareja "; sin embargo, cuando opinaron que la variable **fiel** debía de ser una característica-requisito en la mujer, ésta pasó a tener menor importancia, dado que la personalizamos, mientras que al conceptualizarla como un valor equivale a darle una carga emotiva, afectiva y evaluativa de cada sujeto, al parecer la valoración de los sujetos se modifica cuando se les pregunta de manera global sobre este valor, pero esta respuesta se ve modificada en la medida en que se le cuestiona de manera específica o particular. Ya que al personalizarla se da paso a una autoevaluación.

Es indudable que la cultura como la organización social tienen una variedad infinita de formas, y que esta gama de variaciones culturales pueden ser estudiados desde diferentes perspectivas, sin embargo, desde la perspectiva de la Psicología Social, tendremos que tomar en cuenta las formas de organización, de comunicación, las costumbres y creencias que rigen en la cultura mexicana, en donde los medios masivos de comunicación tienen una fuerte influencia sobre los sujetos creándoles necesidades sociales ya sea de tipo personal o colectivas, proponiendo tanto los satisfactores como los medios para obtenerlos, tal es el caso de la expectativa de pareja, en donde los medios de comunicación tienen la función de buscar la uniformidad al proponer imágenes estereotipadas, las cuales difícilmente se apegan a los rasgos étnicos de nuestra cultura, además proponen a los jóvenes prácticas conductuales que confrontan con nuestras costumbres.

Pero, sería injusto dejar la impresión de que los medios de comunicación son solo negativos, pues gracias a ellos estamos constantemente informados de lo que sucede en cualquier parte del mundo, de las diversas culturas existentes, y de la gran diversidad de formas de pensar.

Sin embargo, existen otros factores que influyen en la formación del individuo, como lo es el grupo social al que pertenece, los agentes socializantes, el entorno social, todos ellos constituyen en conjunto, las formas en que debe relacionarse y cómo debe comportarse, es decir, representan a la cultura y sus componentes, las normas, valores y creencias comunes que hacen posible las relaciones sociales dentro de una sociedad en la cual se desarrolla el individuo, definiendo sus expectativas y orientando la comprensión y metas de cada uno de ellos o de su grupo social. Y en donde él mismo es capaz de modificar su entorno a partir de sus intenciones e intereses, creando nuevas formas de vida.

Los resultados obtenidos afirmaron las hipótesis planteadas, donde la edad marcó diferencias de opinión mismas que atribuimos a la madurez, o a la inexperiencia que permite una mayor influencia en la formación de un estereotipo ideal de pareja. Tanto en el hombre

como en la mujer. Por otro lado, los sectores estudiantes-empleados, reflejaron el apego de sus respuestas a partir del rol que desempeñan y del medio en el que se desenvuelven, dando como resultado dos apreciaciones diferentes entre el ideal y el real en la formación de pareja, las cuales se conforman de imágenes modernas-tradicinales que dan lugar a estereotipos diferentes.

Así, al interactuar con otros sujetos y durante el proceso de elección de pareja, tomará en cuenta las expectativas que la sociedad y el entorno le han generado, como lo es el tener una "buena apariencia" o el ser " físicamente atractivo" , pero, en nuestra investigación los entrevistados nos manifestaron, que si bien todo esto es tomado en cuenta para la elección de pareja, estas pasan a un segundo plano cuando el tipo de relación es más estable, y adquieren mayor peso los sentimientos y la valoración que el sujeto tiene de su pareja.

Podríamos continuar interpretando los resultados que nos muestra nuestro instrumento, pero en una investigación tan limitada sobre todo por el tiempo, es difícil rescatar todos los elementos, sin embargo, esto nos mueve a tratar de continuar con dicho análisis en situaciones posteriores, y retomar aquellos elementos que hoy fueron omitidos, sobre todo nuestro interés se centra en motivar a los lectores a interesarse en las redes que confluyen en el intercambio social y que de alguna manera influyen en la forma de pensar y comportarse de los sujetos que interactúan en un contexto social específico, para así en la medida posible poder comprender el porque de determinado comportamiento.

BIBLIOGRAFIA

- Alberoni, Francesco. Enamoramiento y Amor, Ed. Gedisa.
- Asch, E. Salomon. Psicología Social, Ed. Eudeba, Buenos Aires, septima edición, Enero, 1979.
- Barton, Michael. El Rol en la Vida Social, Ed. Ariel, México, 1979.
- Berger, Peter. et. al., La Construcción Social de la Realidad Amorrontu Editores, 12° reimpresión, 1994.
- Brown, Roger. Psicología Social, Ed. Amorrontu, Argentina, 1990.
- Buscaglia, Leo. El Arte de Ser Persona, Ed. Diana, 5ta. impresión, México, 1991.
- Cortés, Fernando. Métodos Estadísticos Aplicados a la Investigación en Ciencias Sociales, Ed. Col Mex.
- Chinoy, Ely. La Sociedad, Fondo de Cultura Económica, México, 1983.
- Doise, Willem. et al. Psicología Social Experimental, Ed. Hispano Europea, Barcelona, 1980.
- Duverger, Sociología de la Política, Ed. Ariel, México, 1983.
- E.D. Taylor, Primitive Culture, Londres, 1871.
- Fernández, Collado Carlos. La Comunicación Humana, Ed. Nueva Imagen, México, 1982.
- Linton, Ralph. Cultura y Personalidad, Ed. F.C.E., México, 1979.

- Margulis, Mario. La Cultura Popular, Columbares Compendio, Ed. Premia, México.
- Mayor, Juan Pinillos J.H. Tratado de Psicología General, Ed. Alhambra Universidad, 1989.
- Morales, Francisco J. et al. Psicología Social, Ed. Mc Graw Hill España, 1994.
- Moscovici, Serge. Psicología Social, Tomo I, Ed. Paidós, México, 1985.
- Moscovici, Serge. Psicología Social, Tomo II, Ed. Paidós, México, 1985.
- Muné, Federico. Psicología Social, Ed. CEAC, Barcelona, 1980.
- Myers, G. David. Psicología Social, Ed. Médica Panamericana 2º edición, 1991.
- Padua, Jorge. Técnicas de Investigación Aplicadas a las Ciencias Sociales, Ed. F.C.E., México, 1982.
- Paicheler, Henri. Psicología Social, Tomo II, Paidós.
- Pages, Robert. La Percepción de los Otros, Ed. Paidós.
- Pastor, Ramos Gerardo. Conducta Interpersonal, Biblioteca Salmanticensis, Universidad Pontificia, Salamanca, 1988.

ANEXO 1

SEXO _____ EDAD _____

OCUPACION _____

¿ CREES QUE ES IMPORTANTE FORMAR UNA PAREJA ? ¿ POR QUE ?

¿ COMO PIENSAS QUE ES O DEBE DE SER EL HOMBRE ?

¿ COMO PIENSAS QUE ES O DEBE DE SER LA MUJER ?

ANEXO 2

SEXO _____ EDAD _____

OCUPACION _____

¿ QUE CARACTERISTICAS CONSIDERAS QUE DEBE TENER UN HOMBRE EN UNA RELACION IDEAL DE PAREJA ?

EN LO FISICO

EN SU FORMA DE SER

¿ QUE CARACTERISTICAS CONSIDERAS QUE DEBE TENER UNA MUJER EN UNA RELACION IDEAL DE PAREJA ?

EN LO FISICO

EN SU FORMA DE SER

ANEXO 3

La encuesta del piloteo, es una versión modificada del instrumento final; por lo cual su presentación fue omitida en esta sección.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA
PSICOLOGIA SOCIAL

Este cuestionario tiene como finalidad rescatar su opinión acerca de sus expectativas en la formación de pareja. La información que usted nos proporcione será anónima, se agradece su colaboración.

DATOS GENERALES: SEXO ___ EDAD ___ OCUPACION _____
EDO. CIVIL _____ ESCOLARIDAD _____ C/QUIEN VIVES _____

INSTRUCCIONES: Anota en el espacio correspondiente lo que se te pide.

1.- DE LAS SIGUIENTES CARACTERISTICAS FISICAS Y DE FORMA DE SER ENUMERA EN ORDEN DE IMPORTANCIA DEL 1 (MAS IMPORTANTE) AL 9 (MENOS IMPORTANTE), SEGUN CONSIDERES QUE DEBE TENER TANTO EL HOMBRE COMO LA MUJER, EN UNA RELACION IDEAL DE PAREJA.

EN LO FISICO

HOMBRE

- ___ ATLETICO
- ___ ATRACTIVO
- ___ LIMPIO
- ___ ARREGLADO
- ___ SALUDABLE
- ___ FUERTE
- ___ POMPOSO
- ___ ROBUSTO
- ___ LO FISICO NO IMPORTA

MUJER

- ___ LIMPIA
- ___ BONITA
- ___ FEMENINA
- ___ ARREGLADA
- ___ SALUDABLE
- ___ ATRACTIVA
- ___ BIEN FORMADA
- ___ CHAPARRITA
- ___ LO FISICO NO IMPORTA

EN SU FORMA DE SER

HOMBRE

- AGRADABLE
- SINCERO
- CARIÑOSO
- RESPETUOSO
- COMPENSIVO
- INTELIGENTE
- MADURO
- SEGURO DE SI MISMO
- ATENTO CON SU PAREJA

MUJER

- ALEGRE
- SINCERA
- CARIÑOSA
- RESPETUOSA
- COMPENSIVA
- FIEL
- INTELIGENTE
- ESTABILIDAD EMOCIONAL
- ATENTA CON SU PAREJA

2.- DE LOS SIGUIENTES ELEMENTOS SEÑALA 3 QUE TU CONSIDERES QUE DEBEN DE EXISTIR EN UNA RELACION IDEAL DE PAREJA. ENUMERALOS EN ORDEN DE IMPORTANCIA.

EN LO COTIDIANO

- AYUDA MURUA
- ESTAR UNIDOS
- CONFIANZA
- RESPETO

EN LO AFECTIVO

- SINCERIDAD
- CARIÑO
- COMPRENSION
- SER DETALLISTA

3.- EN TU OPINION CUALES SON LOS ELEMENTOS MAS IMPORTANTES EN ESTE TIPO DE RELACION. ENUMERALOS DEL 1 (MAS IMPORTANTE) AL 4 (MENOS IMPORTANTE) .

- EL RESPETO
- EL SEXO
- LA COMUNICACION
- ACEPTACION DE CUALIDADES Y DEFECTOS

4.- ¿ TIENES O HAS TENIDO PAREJA ANTERIORMENTE ? R.- _____

5.- ¿ PODRIAS DESCRIBIR A TU PAREJA ?
EN LO FISICO _____

EN SU FORMA DE SER _____

6.- COMO DESCRIBIRIAS TU RELACION DE PAREJA ?

EN LO COTIDIANO _____

EN LO AFECTIVO _____

7.- DE LOS SIGUIENTES ELEMENTOS SEÑALA EL QUE MAS HAYA FAVORECIDO A TU RELACION.

_____ LA COMUNICACION

_____ LA CONFIANZA

_____ EL CARIÑO O AMOR

8.- DE LOS SIGUIENTES ELEMENTOS SEÑALA 2 QUE NO SEAN FAVORABLES EN TU RELACION.

_____ LOS CELOS

_____ FALTA DE COMUNICACION

_____ INFIDELIDAD

_____ INMADURES

MARCA CON UNA X LA OPCION QUE CONSIDERAS ADECUADA.

9.- FORMAR UNA PAREJA ES LO MAS IMPORTANTE EN LA VIDA.

_____ TOTALMENTE DE ACUERDO

_____ DE ACUERDO

_____ INDIFERENTE

_____ EN DESACUERDO

_____ TOTALMENTE EN DESACUERDO

10.- LA FIDELIDAD EN UNA RELACION DE PAREJA NO ES IMPORTANTE.

_____ TOTALMENTE DE ACUERDO

_____ DE ACUERDO

_____ INDIFERENTE

_____ EN DESACUERDO

_____ TOTALMENTE EN DESACUERDO

INDICA CON UNA X LA IDEA MAS APEGADA A TUS CONCEPTOS DE :

- FIDELIDAD
- MIENTRAS MI PAREJA ME QUIERA SOLO AMI NO IMPORTA QUE TENGA A OTRAS GENTES.
 - IMPLICA QUE MI PAREJA ME QUIERA SOLO A MI Y ME TENGA SOLO A MI.
 - PUEDO QUERER A UNA SOLA PERSONA, SIN IMPORTAR QUE YO O MI PAREJA SALGAMOS CON OTRAS PERSONAS.
 - PUEDO QUERER A VARIAS PERSONAS PERO SOLO CON UNA DE ELLAS TENER RELACIONES INTIMAS.

- UNA PAREJA
- ES UNA RELACION DE DOS PERSONAS SIN COMPROMISOS.
 - ES UN MATRIMONIO LEGALMENTE FORMADO.
 - ES UN MATRIMONIO CONSTITUIDO EN UNION LIBRE.
 - UNION DE UN HOMBRE Y UNA MUJER POR MUTUO ACUERDO Y CONSENTIMIENTO .
 - UNION DE DOS PERSONAS SIN IMPORTAR EL SEXO, SOLO SUS SENTIMIENTOS .

DE LAS SIGUIENTES OPCIONES ESCOGE Y ENUMERA DEL 1 AL 3 EN ORDEN DE IMPORTANCIA LOS QUE TU CONSIDERES MAS APEGADOS A TU OPINION .

- SEXUALIDAD
- SU OBJETIVO PRINCIPAL ES EÑ DE TENER HIJOS.
 - ES UN ELEMENTO VITAL EN EL DESARROLLO DEL SER HUMANO .
 - ES UN ELEMENTO SECUNDARIO EN LA RELACION DE LA PAREJA.
 - PERMITE QUE LA PAREJA SE FORTALEZCA AFECTIVA Y EMOCIONALMENTE .
 - DEBE EJERCER DENTRO O FUERA DEL MATRIMONIO.

ENUMERA EN ORDEN DE IMPORTANCIA DEL 1 (MAS IMPORTANTE) AL 8 (MENOS IMPORTANTE) SEGUN PREFIERAS .

- BUEN AMANTE
- UNA PAREJA CON BUENA POSICION ECONOMICA
- UNA PERSONA ROMANTICA
- UNA PERSONA PREPARADA
- QUE SEA ATRACTIVA (O)
- LO QUE IMPORTA ES ESTAR ENAMORADO (A)
- UNA PERSONA MADURA
- UNA PERSONA SEGURA DE SI MISMA .