



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

## LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD DE GÉNERO, DE LA MISOGINIA HISTÓRICA A LAS NUEVAS PERSPECTIVAS PSICOLÓGICAS DE ANÁLISIS

Guil Bozal, Ana

Departamento de Psicología Social  
Universidad de Sevilla

[anaquil@us.es](mailto:anaquil@us.es)

Bascón Díaz, Miguel Jesús

Departamento de Psicología Experimental  
Universidad de Sevilla

[mjbascon@us.es](mailto:mjbascon@us.es)

### RESUMEN:

Partiendo de las construcciones mitológicas sobre la identidad de género en las primitivas sociedades matriarcales, que valoraban altamente a las mujeres y al trabajo que éstas realizaban, observaremos cómo el advenimiento del patriarcado en los preludios de la historia, transmutó y depreció las características asociadas al carácter femenino. Posteriormente, cuando las diversas ciencias iniciaron su andadura -entre ellas la propia Psicología-, asumieron sin crítica alguna las creencias misóginas ancestrales, a excepción de algunas mujeres que -si bien en su tiempo tuvieron poco eco-, en la actualidad están empezando a salir a la luz gracias a los estudios de género y sobre las mujeres. Analizaremos cómo históricamente y hasta nuestros días, las sociedades han prescrito los comportamientos asociados el hecho de ser hombre o mujer, poniendo en marcha todo un mecanismo de división del mundo en dos, hecho que acaba condicionando la constitución de la identidad de género. En este sentido, presentamos dos enfoques teórico-metodológicos que desde la Psicología nos ayudan a entender cómo se produce esa construcción de la identidad, atendiendo a diferentes niveles de análisis (enfoque *doing gender*), y a la posición que hombres y mujeres adoptan en relación a los discursos o narrativas sociales y personales (*teoría del posicionamiento social*).

### PALABRAS CLAVE:

Mujeres y mitología, misoginia en la ciencia, psicólogas pioneras, modelo de identidad de género, doing gender, análisis de posicionamiento, narrativa, discurso.



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

## INTRODUCCIÓN HISTÓRICA

Desde la antigüedad hasta nuestros días, las opiniones sobre las características de varones y mujeres se han transmitido de generación en generación a través de innumerables mecanismos: mitos, leyendas, proverbios, usos y costumbres, normas, religiones... Con el devenir de los tiempos, estas creencias han ido configurando los actuales estereotipos de género (Guil, 1999) que tanta influencia ejercen sobre los actuales sentimientos de identidad.

En los inicios de las diversas ciencias, los científicos Humanistas, de la Salud, de la Educación y de la Psicología, iniciaron su andadura tomando al varón como modelo, asimilando sin crítica alguna las atribuciones ancestrales sobre la "esencia de lo femenino" sin poner en tela de juicio su veracidad. Sólo algunas mujeres lograron hacer oír su desacuerdo, estando durante siglos perdidas en la historia, hasta que los estudios sobre las mujeres y algunas investigadoras perspicaces, las han empezado a sacar del olvido.

### Del primitivo matriarcado al secular patriarcado

Las mitologías de los pueblos más primitivos parecen constatar que, en los albores de la humanidad, las sociedades probablemente debieron ser matriarcales, porque las ideas que transmiten sobre las mujeres y sobre las diversas funciones que éstas realizaban, muestran una alta valoración (Bachofen, 1988; Guil y Guil, 2006).

Ciertamente en culturas precolombinas, en el antiguo Egipto o en la mitología nórdica, encontramos figuras y símbolos que conceden gran valor a las actividades femeninas.

La madre araña de mitologías centroamericanas, representaba el hilo de unión entre los seres terrestres y las divinidades que habitaban el cielo. Así mismo se valoraba su capacidad de creación asexual, que veían reflejada en la construcción de sus telas, ejemplo a pequeña escala del cosmos. También se les atribuye el que los seres humanos conocieran el fuego, que ellas consiguieron gracias a su astucia frente a los dioses (Melic, 2002). En algunos mitos africanos, son igualmente las mujeres quienes descubrieron el fuego.



La diosa Ast, de la mitología egipcia -más conocida por su nombre griego, Isis- fue considerada "Reina de los dioses", "Fuerza fecundadora de la naturaleza", "Diosa de la maternidad y del nacimiento", "Señora del Cielo, de la Tierra y del Inframundo", "La divina, la única, la más grande de entre los dioses y diosas, la reina de todos los dioses", etc.



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

En la mitología nórdica hay también 3 figuras femeninas de gran poder, las Nornas, tres espíritus femeninos que controlaban nada menos que el tiempo, Urd (simbolizaba el pasado), Verdandi (el presente) y Skuld (el futuro). Su influencia era mayor que la de los propios dioses ya que ni siquiera el poderoso Odín osaba entrar en conflicto con ellas (Branston, 1960).

Sin embargo las más conocidas de todas, las mitologías griega y romana -las de mayor calado en nuestra actual cultura occidental-, supusieron una ruptura patriarcal de la ancestral visión positiva sobre el quehacer de las mujeres. De cuidadoras y protectoras pasaron a ser consideradas ociosas, seductoras, malignas y artífices de todo tipo de enredos, provocados siempre por rencillas y celos entre ellas mismas, en una clara aplicación del divide y vencerás masculino que tantas victorias les hizo conseguir a los guerreros en el campo de batalla. De Nornas juveniles pasaron a viejas Parcas que cosían y cortaban las redes de la vida a su antojo (Guil y Guil 2006).

En las diversas religiones también se observa esta transmutación patriarcal de valores, contribuyendo con ello a construir una imagen no ya negativa, sino ni siquiera viable de lo que supone ser una mujer. Eva es creada de la costilla de Adán, que es el centro de la creación. Y la expulsión del hombre del paraíso es por su culpa, ya que llevada por su curiosidad, se deja engañar por el demonio y come y da a comer a Adán de la fruta del árbol del bien y del mal.

Realmente es perversa la transformación de la idea primitiva en que las mujeres representan el interés por el saber, pues pudiendo haber sido consideradas -como lo fueron, ver por ej. Bertomeu, 2005 ó Rosetti y Jódar, 2004- pioneras del conocimiento científico, se las responsabiliza de los males de la humanidad, especialmente del trabajo impuesto como obligación a los varones por su culpa, a la vez que se les prescribe un parto doloroso, despojado de cualquier valor creativo. Claro, todo ello resuelto con la venida de un varón, que nuevamente redimiera en otra vida a la especie humana.

## La misoginia en los orígenes de la ciencia

La visión negativa de las mujeres estuvo durante siglos tan arraigada en el saber popular, que ni siquiera la ciencia fue capaz de sustraerse a ella. En principio hemos de tener en cuenta que el saber científico se ocupó del hombre, pero no de la humanidad en sentido genérico -con el significado que nos quieren hacer ver los lingüistas que tiene la palabra- sino de los varones en el sentido estricto con que se aplica en el día a día la palabra. Y ello en el mejor de los casos pues, en las contadas ocasiones en que abordaron el tema femenino explícitamente, las barbaridades e infundios con que las describen, parecen a todas luces increíbles en boca de tan elocuentes "maestros".



Huarte de San Juan (1529-1588) antecesor de la Psicología en España y a quien se considera su patrón laico -por haber sido el precursor de la Psicología diferencial y la orientación profesional-, escribió una única obra, *el Examen de Ingenios para las Ciencias*, que tendría gran influencia en el desarrollo no sólo de la Psicología, sino también de la Neurología, la Pedagogía, la Antropología, la Sociología... En ella analiza los distintos temperamentos humanos desde una perspectiva aristotélico-tomista y entre otras cosas dice literalmente sobre las mujeres:

*"[...] con haberla hecho Dios con sus propias manos y tan acertada y perfecta en su sexo, es conclusión averiguada que sabía mucho menos que Adán. Lo cual, entendido por el demonio, la fue a tentar, y no oso ponerse a razones con el varón temiendo su mucho ingenio y sabiduría. [...] la razón de tener la primera mujer no tanto ingenio, le nació de haberla hecho Dios fría y húmeda que es el temperamento necesario para ser fecunda y paridera y el que contradice el saber, y si la sacara templada como Adán, fuera sapientísima, pero no pudiera parir..."*

Si este tipo de aseveraciones fuera algo anecdótico y aislado, se disculparía por anacrónico. El problema es que esta mentalidad -al ser común entre los pioneros- ha tenido graves consecuencias sobre las mujeres, ejerciendo aún hoy de manera solapada su influencia, tanto en el hombre de la calle como en el propio pensamiento científico.

Así no es de extrañar que Franz Joseph Gall (1758-1825), padre de la frenología y los estudios sobre localizaciones cerebrales, defendiera junto con sus sucesores la relación entre el cerebro y el cráneo femenino (también el de personas de otras etnias, clases sociales, criminales...) y en consecuencia según él, su menor capacidad intelectual y moral.

O que Charles Darwin (1809-1882), en *El origen del hombre y la selección en relación con el sexo* (1871) aseverara con toda impunidad que *"la diferencia fundamental entre las facultades intelectuales de ambos sexos resulta sobradamente probada por los resultados obtenidos, siempre superiores en los hombres que en las mujeres, sea cual sea la dedicación de que se trate, ya se requiera sagacidad, razón, imaginación, o el mero uso de los sentidos y las manos"*



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Igualmente Herbert Spencer (1820-1903), filósofo, psicólogo y sociólogo británico, fundador de la filosofía evolucionista y uno de los más ilustres positivistas de su país afirmaba que *“las mujeres muestran una perceptible deficiencia en dos facultades, la intelectual y la emocional, que son el resultado final de la evolución humana, la capacidad de razonamiento abstracto y la que es la más abstracta de las emociones, el sentimiento de la justicia.”* Argumentando que procreación e intelecto son incompatibles, razón por la cual las mujeres no deben estudiar pues además, al parir, su mente se va degradando progresivamente.

Por supuesto, también Sigmund Freud (1856-1939) sucumbió a la ideología patriarcal de su época. En *Tres Ensayos Para Una Teoría Sexual* (1905) afirma:

*“Cuando la susceptibilidad erógena al estímulo ha sido transferida con éxito en la mujer, del clítoris a la vagina, esto indica que ha adoptado una nueva localización principal para los fines de su ulterior actividad sexual. El hombre sin embargo mantiene su localización principal sin alteraciones desde la niñez. El hecho de que las mujeres cambien de ese modo la zona erógena principal, unido al empuje represivo durante su pubertad, que margina por así decirlo su masculinidad infantil, son los principales determinantes de la mayor tendencia de la mujer a las neurosis y especialmente a la histeria. Y estos determinantes están íntimamente unidos a la esencia de la feminidad. [...]”*

Y continúa realizando este tipo de declaraciones, que tanta trascendencia han tenido sobre la vida de las mujeres -ya que el de “histérica” ha sido uno de los calificativos más utilizados para descalificar y describir el carácter femenino- aun reconociendo su ignorancia:

*“[...] De la vida sexual de la niña sabemos menos [...] también la vida sexual de la mujer adulta continua siendo un continente negro para la Psicología [...] Sin embargo hemos descubierto que [...] experimenta envidia del pene [...] El pudor es una cualidad por excelencia femenina, cuya intención primaria es encubrir la defectuosidad de sus genitales [...] La niña, dada su incapacidad de sublimar sus instintos y el predominio de la envidia en su vida mental anímica, posee escaso sentido de la justicia y débiles intereses sociales.”*

Carl Jung (1875-1971), sin llegar a los extremos misóginos de Freud, consideraba que *“la psicología femenina se funda en el principio de Eros, el gran ligador entregador, mientras que una antiquísima sabiduría, ha adscrito el Logos al hombre como su principal rector”*. Y siguiendo esa línea, opinaba que las mujeres intelectuales obraban en contra de su naturaleza al dedicarse a actividades para la que no estaban preparadas.

Y Lawrence Kohlberg (1927-1987) -especialmente conocido por sus estudios sobre el desarrollo moral en la adolescencia, desde la obediencia a personas adultas en niñ@s, hasta la adquisición de los principios morales universales, pasando por fases intermedias de consideración de las relaciones y los intereses entre las personas implicadas- concluyó de sus entrevistas que las chicas, antes que por principios abstractos, mostraban más interés que los chicos por las



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

relaciones entre las personas, y no dudó en interpretar este hecho como flaqueza moral de la mujer.

## El punto de vista de las psicólogas pioneras

Evidentemente la visión de las mujeres discrepó notablemente de las de sus maestros, aunque ello es difícil de descubrir puesto que, en la mayoría de los manuales al uso de Historia de la Psicología, no se nombra ni aparece la fotografía de ninguna mujer. En algunas ocasiones en textos más especializados, se habla de su obra pero, al llamarlas con el considerado "genérico" masculino y con la inicial de su nombre, pasa totalmente desapercibido que fueran mujeres. Tal es el caso de Karen Horney (1885-1952) o Barbel Inhelder (1913-1997). En otros casos se intuye claramente que son mujeres al referirse a ellas como esposas o hijas de.

Lo cierto es que la vida y la obra de la mayoría de las pioneras -por supuesto no sólo de la Psicología, sino de cualquier otra disciplina científica- ha permanecido perdida en el tiempo durante décadas. Con lo que las falsas aseveraciones supuestamente científicas sobre la psicología femenina, sobre su personalidad y su desarrollo cognitivo, afectivo y moral, han pasado de generación en generación sin que apenas hayan sido oídos los comentario de sus propias protagonistas.

Vamos a referirnos aquí tan sólo a algunas de las pioneras que, de una u otra forma, en su vida y/o en su obra, se ocuparon de la identidad, o se rebelaron contra la visión negativa que la Psicología ofrecía sobre las mujeres.



Jane Addams (1860-1935), fundadora de la Hull-House (casa de acogida y centro cultural para mujeres y personas con dificultades) y premio nobel de la paz en 1931, tuvo la habilidad de enlazar las teorías feministas sobre los derechos de las mujeres con las teorías psicosociales, en su trabajo junto a uno de los padres de la Psicología Social, George H. Mead, autor de una de las más conocidas teorías sobre la identidad. Y no sólo su obra, de igual forma su vida fue un ejemplo de rebelión y discrepancia con las formas de vida prescritas para las mujeres, ya que desde los 30 años y durante toda su vida, mantuvo una relación con Mary Rozet Smith que ella calificaba de matrimonio.



También Mary Whiton Calkins (1863-1930) abordó el tema de la identidad, llegando a considerar que la Psicología tendría que ser, no tanto una ciencia experimental, como una ciencia del *self*, idea que contrastó y defendió en sus diversas publicaciones (García Dauder, 2005). Profesora durante casi 40 años en un *College* femenino -donde le exigían ser soltera para poder trabajar-

siempre reivindicó las capacidades intelectuales de las mujeres, atribuyendo las diferencias entre sexos a influencias ambientales. Pero como muchas otras, ha sido ignorada en la Historia, pese a haber sido, en 1905, la primera mujer presidenta de la American Psychological Association.



Helen Bradford Thompson Wooley (1874-1947) llegó incluso a realizar su tesis doctoral calificada *cum laude* en 1900, con un trabajo experimental sobre las diferencias psicológicas entre hombres y mujeres, mostrando claramente como éstas son básicamente socioeducativas. Pero tampoco sus ideas quisieron ser oídas ya que, inicialmente fue incluso excluida de la Universidad cuando contrajo matrimonio aunque, posteriormente y apoyada por sus amigas, consiguió conciliar su vida familiar con su vida profesional.

Julia Jessie Taft (1882-1960), trabajó también con George H. Mead, autor ya mencionado, famoso por sus estudios sobre identidad. Ella, al igual que las pioneras citadas, consideraba que lo específico del carácter femenino no es en absoluto innato sino simple respuesta de las mujeres a las expectativas sociales que recaen sobre ellas desde su infancia. Creía en consecuencia que lo que movía a las feministas no era tanto reivindicar el voto como sobre todo el conflicto que sufrían, al ser obligadas a vivir en un "sistema medieval" que dificultaba sus deseos de emancipación.



En sus estudios se centró en dos colectivos de mujeres, las intelectuales y las marginales (prostitutas, presidiarias...), al ver en ellas un potencial de progreso pues, al estar atrapadas entre la ética del cuidado a los demás -en la que habían sido educadas por el simple hecho de nacer mujeres- y el mundo racionalista e individualista masculino -por moverse además en el mundo público-, tenían la "conciencia bifurcada", es decir, que estaban en una posición privilegiada para buscar la integración y el ajuste en sus vidas, algo que consideraba igualmente válido para los varones.

Helene Deutsch (1884-1982) fue pionera en el estudio de la psicopatología femenina desde la perspectiva psicoanalítica, siendo capaz de superar las tesis falocéntricas freudianas al señalar que, la supuesta "envidia del pene", tiene su origen en la distinta valoración cultural del hombre y la mujer, que



favorece claramente al varón. También resaltó el papel crucial que tiene la madre sobre el desarrollo infantil, además del papel del padre al que tanto se refería su maestro. Entre sus obras destaca precisamente *La psicología de la mujer*.



Karen Horney (1885-1952) es probablemente más conocida por sus discrepancias con Freud, razón por la que fue expulsada en 1941 de la Sociedad Psicoanalítica de Nueva York. En su obra sobre Psicología femenina, destaca especialmente como "la envidia a la maternidad es la clave para entender la



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

*actitud de temor de los hombres hacia las mujeres, y esta envidia es la que se disfraza y proyecta inventando en las mujeres la envidia del pene”.*

Leta Stetter Hollingworth (1886-1939) realizó su tesis doctoral en la Universidad de Columbia con un trabajo titulado *Funcional Periodicity*, en el que contrastaba las habilidades mentales y motoras de las mujeres durante el periodo menstrual y fuera de él, con las de los hombres, no encontrando evidencia alguna de que las mujeres tuvieran un ciclo de debilitamiento, tal y como se mantenía en la época.

La última pionera a quien nos vamos a referir, ya casi contemporánea, es Carol Gilligan, nacida en 1936 y conocida por su libro de 1982 *In a different voice: psychological theory and women's development*, en el que difiere de la interpretación del ya citado Lawrence Kohlberg sobre el desarrollo moral adolescente. En su texto plantea que él -desde una perspectiva masculina- no entendió a las chicas que, lejos de flaqueza, tenían una moral más elaborada, aunque desde luego distinta a la de los chicos: la ética femenina del cuidado frente a la ética masculina de cumplimiento de normas abstractas. Las chicas piensan de forma diferente -pero no por menor capacidad de razonamiento moral- sino porque se preocupan más por los demás, tienen mayor capacidad emocional, son más sensibles y privilegian las responsabilidades por encima de los deberes abstractos. Por ello es considerada la impulsora de la ética del cuidado (contextual, responsable frente al ser humano desde una visión global y no sólo normativa de la moral), frente a la ética masculina de la justicia (individual, formal, reglada y abstracta).



## LA DICOTOMIZACIÓN DE LA REALIDAD SOCIAL: UNA HERENCIA HISTÓRICO-CULTURAL

Como se ha expuesto, la división cultural del mundo en dos, en lo referente a la identidad de género, es un fenómeno que nos ha acompañado desde siglos, adoptando nuevas formas y modelos ajustados a los tiempos y a sus peculiaridades; las definiciones de género son por tanto variables según las necesidades e intereses de las diversas culturas o sociedades. Estos extremos dan lugar a todo un sistema de representaciones que continuamente confirman y refuerzan dicha partición, situándonos socialmente en la dimensión hombre o la dimensión mujer. Las formas de "ser mujer" o las formas de "ser varón" son muy cambiantes de unas culturas a otras, de unas épocas a otras, de unas décadas a otras, incluso de unas mujeres a otras o de unos varones a otros. Como afirma Maitte Larrauri (1993) "*Cuando digo que soy una mujer es una realidad totalmente diferente a la que ha existido en otros momentos históricos o en otras culturas...*".

Históricamente, en virtud de esa división las mujeres han desarrollado un género social relacionado con el ámbito de la reproducción, el cuidado de las personas, la preparación de alimentos, la atención y protección de la familia, la socialización de la infancia, el confinamiento en el ámbito





# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

privado, etc. Por su parte, el varón ha desarrollado una identidad de género asociada al control de la naturaleza, a la guerra, al desempeño de un trabajo remunerado, al dominio de la técnica, a la organización y representación social y política, a la ocupación del ámbito público, etc.

Como señala Purificación Mayobre (2003), el sistema binario aplicado a los sexos y géneros da lugar a una jerarquía o asimetría, ya que al varón se le asocia con términos muy valorados por nuestra cultura como Razón/Público/Objetivo/Iniciativa/Independencia/Autoridad/Poder etc., en tanto que a la mujer se le asocia con términos menos estimados socialmente como Intuición/Naturaleza/Privado/Subjetivo/Pasividad/Dependencia/Subordinación/Doméstico, etc., es decir, que los varones ocupan el polo positivo, en tanto que las mujeres representan lo negativo. Esto es lo que explica que aun siendo nuestro sistema de pensamiento binario, se haya erigido sobre el régimen del Uno, rechazando o excluyendo todo lo que no se asimile o identifique con ese Uno, negando toda heterogeneidad y reduciéndola a lo otro. Este reduccionismo en torno al Uno es lo que explica el carácter androcéntrico de nuestra cultura, es decir, el hecho de que el varón se estableciera como medida y canon de todas las cosas.

Este sistema bipolar, de partición del mundo en dos, va a condicionar el forjado de una identidad de género y otra, la masculina y la femenina. Cuando nos detenemos en el estudio de la construcción de la identidad personal, observamos que la configuración de la misma es un proceso altamente complejo, condicionado por muy diversos factores tanto de naturaleza individual como social dando lugar, como se ha dicho, a una diferenciación clara y taxativa entre la identidad del hombre y la mujer.

Históricamente, se ha considerado que en la constitución de la identidad el papel del sexo era un factor biológico crucial de las diferencias entre varones y mujeres, sin embargo actualmente sabemos que en el sexo radican gran parte de las diferencias anatómicas y fisiológicas entre las mujeres y los hombres, pero que todas las demás tienen su origen en lo socio-cultural y que, por lo tanto, las personas no nacen determinadas biológicamente con una identidad de género, no nacen hechas psicológicamente como hombres o como mujeres, sino que la adopción de la identidad es el resultado de un dilatado proceso constructivo, organizado en interacción con el medio familiar, social y cultural.

Pero esa urdimbre, esa construcción no es la misma para las niñas que para los niños, ya que los géneros, o lo que es lo mismo, las normas diferenciadas elaboradas por la sociedad para cada sexo, no tienen la misma consideración social, ya que existe una jerarquía entre ellas (Mayobre, 2003). Esa asimetría se internaliza en el proceso de adquisición de la identidad de género, que se inicia desde el nacimiento con una socialización diferencial, mediante la que se logra que los individuos adapten su comportamiento y su identidad a los modelos y a las expectativas creadas por la sociedad para los sujetos masculinos o femeninos. A lo largo de los siguientes párrafos nos detendremos en presentar algunas propuestas teórico-metodológicas que nos ayudan a entender como es el proceso de constitución de la identidad, sobre todo en lo relacionado con la construcción del género.



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

## MODELOS TEORICO-METODOLOGICOS ACTUALES SOBRE LA CONSTRUCCIÓN PSICOSOCIAL DE LA IDENTIDAD DE GÉNERO

### El enfoque "*Doing Gender*". Tres niveles de análisis en la construcción del género

Partimos de la idea de que el género es una construcción social que emerge en la interacción de las personas dentro de ciertos escenarios culturales. A partir de la propuesta del "*doing gender*" por parte de West y Zimmerman (1987), la Psicología retoma el término para concebir el género como una categoría social saliente y un medio cognitivo a través del cual la información se filtra, se procesa selectivamente, y se actúa diferencialmente hasta dar lugar a la *profecía autocumplida* (Unger y Crawford, 1996; Crawford, y Chaffin, 1997; Crawford y Unger, 2000). Desde esta perspectiva el género se concibe, no como una propiedad de los individuos, no como un nombre, sino como algo que las personas *hacen*, como un verbo (Crawford, 1995). Se trata de un construir social en el que se mezclan elementos históricos y culturales, como roles, costumbres y estereotipos, con aspectos presentes y concretos de una situación particular que actúa como *escenario* y que desencadena unas conductas en consonancia con lo esperado, que constituiría la mencionada *profecía autocumplida*. Este *doing gender* ocurre a distintos niveles como veremos más adelante, y de manera situada, es decir, determinado por las condiciones y características particulares que configuren el contexto de acción.

Las creencias y expectativas conducen y construyen los géneros poniendo en juego una serie de estereotipos y roles relacionados con el papel de mujeres y hombres, que condicionan sus interacciones y que son bastante diferentes tratándose de un género u otro. Según Barberá (2004), los estereotipos de género son multicomponentes, es decir, su contenido no versa sólo sobre rasgos estables de personalidad, como en un principio se creyó, sino que incluyen cuestiones referidas a roles, características físicas y destrezas cognitivas. Así, los asociados con los hombres son entre otros la competencia, independencia, búsqueda del éxito personal, seguridad, analítico, capacidad para resolver problemas, control económico, etc., mientras que los asociados con las mujeres son la amabilidad, dedicación a otros, ocupación en tareas domésticas, creatividad, emotividad y preocupación por las relaciones. La respuesta a la pregunta de para qué sirven los estereotipos de género ha dado lugar a una de las aportaciones más notables de la Psicología. Los sistemas de creencias no se limitan a describir lo observado, la función *descriptiva*, ni tampoco son sólo estructuras representativas de conocimiento, la función *explicativa*, sino que sobre todo cumplen una función *prescriptiva*, referida a "*lo que debe ser y hacerse*" (Barberá, 2004, pag. 58). Con respecto a la evolución en el contenido de los estereotipos de género, Barberá (2004) indica que en general existe una tendencia al inmovilismo, ya que no se ha producido una mejoría, y que las respuestas que mujeres y varones emiten coinciden con las dadas hace treinta años.

Las personas además de estar determinadas biológicamente por un cuerpo sexuado, también lo estamos por la tradición socio-cultural en la que vivimos. Es decir, por los valores, creencias, normas, etc., transmitidos de generación en generación y que constituyen la filosofía de la



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

estructura social a la que pertenecemos. Como señala Sanz (1997) la sociedad occidental derivada de la tradición judeo-cristiana presenta una estructura jerárquica y patriarcal que afecta a todo el pensamiento occidental. Existe, afirma, una jerarquía económica y social desde la que se prima a los hombres sobre las mujeres. Esta jerarquía genera un sistema de relación de poder basado en la dominación-subordinación, porque la visión es androcéntrica, es decir, el modelo masculino es el referente positivamente valorado. De acuerdo con Millet, (1995, cit. por Bosch, Ferrer y Alzamora, 2006) este sistema patriarcal, parte de dos ideas claves. Por un lado se apoya en una estructura u organización social que crea y mantiene una situación de poder y privilegio para el hombre frente a la mujer. Cobo (2001) añade al respecto, que esta estructura patriarcal, es una construcción social longeva y su rasgo más característico es la universalidad a través de la sacralización y la naturalización de las realidades sociales. Por otro lado, afirma Millet que el sistema patriarcal se basa en un conjunto de creencias como los estereotipos de género que legitiman y mantienen esta situación de poder.

El proceso por el cual las personas asumen, aprenden e interiorizan, este conjunto de creencias sociales, de verdades sacralizadas y los roles de género, es lo que se conoce como el proceso de socialización que es diferente para mujeres y hombres (Bosch, Ferrer y Alzamora, 2006). Es precisamente a través de este proceso de socialización que adquirimos la identidad de género, es decir, nos construimos como hombres o mujeres, en base a los valores esperados para uno u otro sexo. Esta identidad diferenciada es lo que se conoce como femenino o masculino. En definitiva, no son solo las diferencias bio-fisiológicas las que determinan nuestra identidad y las desigualdades de lo que significa ser hombre o mujer, sino que es el género el que da sentido a esta construcción sociocultural de las identidades, de los roles y espacios, y de la distribución desigual de oportunidades. La condición de género por tanto, forma parte de nuestra identidad.

Retomando la idea del "*doing gender*", Crawford (1995, 2006), Crawford y Chaffin (1997) y Crawford y Unger (2000), defienden una forma de concebir el género alejada de posiciones esencialistas que siguen considerándolo como un atributo de la persona, interno y persistente a través de los distintos contextos. Frente a esto, desde esta perspectiva se pone el énfasis en el proceso de construcción del mismo, conceptualizándolo como un sistema de significados que organiza las interacciones; el género no es un atributo de los individuos sino una forma de dar sentido a las transacciones, por tanto, existe no en personas sino en las transacciones.

La propuesta del "*doing gender*" puede ser enfocada desde tres ángulos o niveles de análisis: *socio-cultural*, *interpersonal* e *individual* (Crawford, 1995). Ello significa que las acciones en relación al género pueden ser construidas y observadas tanto en un plano social, relacional e individual.

A nivel sociocultural el "*doing gender*" se lleva a cabo a través de la reproducción y el mantenimiento de una ideología de género, de creencias y valores, de tradiciones, de estereotipos de género, de estructuras familiares, de trabajo, etc. Supone un nivel estructural que históricamente ha mantenido el sistema de género a través de leyes diferenciadas para mujeres y hombres, que han negado a las mujeres, por ejemplo, el derecho a la educación o al voto. A



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

este nivel el género funciona como un sistema de organización social y cultural que gobierna el acceso a los recursos y al poder. Estas desigualdad se va a manifestar en todos los ámbitos sociales, en lo político, la religión, la educación, el ámbito laboral, la familia, etc. Se situarían también el discurso o conocimiento científico y el papel de los medios de comunicación.

A nivel interpersonal las claves de género nos orientan hacia un comportamiento diferenciado en nuestras interacciones sociales, según nos relacionemos con varones o mujeres. Se refiere al modo en que hombres y mujeres, chicos y chicas se comportan y son tratados en las interacciones cotidianas. De este tipo de tratamiento diferencial generalmente no somos conscientes. Se producen diferencias en los modos en que niños y niñas son socializados en las interacciones paterno-filiales, o el diferente tratamiento que reciben en la escuela por parte de profesores o profesoras. Además, la evaluación e interpretación que hacemos del comportamiento depende de si este es llevado a cabo por un hombre o por una mujer. Como nos señalan Crawford y Chaffin (1997), no podemos olvidar que *"la categorización sexual no es simplemente una forma de ver diferencias, sino también una forma de crear diferencias"* (p. 92). En cualquier caso, conviene resaltar que el papel de los individuos como "actores sociales" no es un papel pasivo, ya que pueden crear y modificar su realidad social, de manera que a este nivel interpersonal el *doing gender* es continuamente negociado y recreado.

Por último, a nivel individual varones y mujeres acaban haciendo suyo, entre otras cosas, el discurso construido socialmente, donde se asume que el género es una categoría dicotómica (las personas se clasifican como masculinas o femeninas) y que reside en el interior del individuo. De acuerdo con Crawford y Chaffin (1997, p. 94) *"mujeres y hombres vienen a aceptar la distinción de género que es visible a un nivel estructural y la representa a nivel interpersonal como parte de su autoconcepto"*. De esta forma podemos estar hablando del proceso de creación de la identidad de género, de género como factor de estructuración social, como elemento que divide a la sociedad y a la cultura en dos grupos: hombres-mujeres, con elementos, preferencias y perfiles que les singularizan como colectivo diferenciado, dando lugar a la reproducción de formas de "ser mujer" o formas de "ser hombre".

Los tres niveles de análisis son interdependientes, de modo que los procesos y fenómenos observados en un determinado nivel son influidos e influyen en los procesos y fenómenos observados en los demás niveles. En este sentido, se puede decir que desde este enfoque, los tres niveles de análisis son protagonistas en la construcción del género como factor social, y por consiguiente, de la identidad de género.

## La noción de "posicionamiento" como instrumento para el análisis de la construcción de la identidad

Después de haber planteado como se constituye el género a través de los tres niveles de construcción (sociocultural, interpersonal e individual), nos centramos específicamente en lo que



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

tiene que ver con la noción de *posicionamiento*, situándola en la perspectiva de la construcción de identidades a través de las narrativas. En este sentido, presentamos la teoría del posicionamiento social relacionándola con las nociones de narrativa e identidad, con el objeto de emplear dicha noción en el análisis del proceso de construcción discursiva de la identidad. En esta línea, proponemos una visión narrativa la de identidad personal, que destaca su carácter dinámico y situado más allá de visiones esencialistas que subrayan la continuidad y estabilidad de la misma. Así pues, apoyamos el uso de la noción de *posicionamiento* como instrumento analítico para el estudio de la identidad.

## *Acercamiento a la noción de posicionamiento: la teoría del posicionamiento social*

La teoría del posicionamiento se basa en el concepto de Foucault de "*posicionamiento subjetivo*", a partir del que Davies y Harré (1990) desarrollan una consideración del pensamiento en términos de "*posicionamiento discursivo*". Este concepto apunta al modo en el que las personas "toman" posiciones en relación con el discurso en el momento en el que profieren enunciados en una conversación o en cualquier intercambio comunicativo. Como herramienta teórica, por tanto, la noción de posicionamiento enfatiza los vínculos entre el discurso que impregna el mundo social y los intercambios particulares en los que se construyen los significados.

La principal ventaja de esta teoría para la Psicología en general, es que permite el estudio detallado de cómo el discurso opera en los intercambios comunicativos entre las personas (Harré y Langenhove, 1999). La teoría del posicionamiento pone en primer plano las influencias culturales en el discurso en el aquí y ahora, así como el modo en el que los individuos se resisten y rechazan los discursos dominantes a lo largo de los intercambios conversacionales. Estas consideraciones sobre la noción de posicionamiento, nos permiten, por otra parte, describir cómo el poder se constituye en los intercambios de la vida cotidiana.

Pero cuando las personas "hablan" no sólo se posicionan a sí mismas a lo largo de la conversación en relación con otra/s persona/s, sino también en relación con los enunciados de otras conversaciones (Bajtín, 1986). Más allá, cada enunciado ofrece a los otros (explícita o implícitamente) posiciones desde las cuales responder. Como vemos pues, la teoría del posicionamiento es, de algún modo, una teoría sobre el desarrollo de un/os sentido/s del yo (self) en relación con un discurso particular. El análisis del lenguaje sexista, por ejemplo, nos ha provisto de muchos ejemplos de posicionamientos excluyentes en relación con las mujeres.

A nuestro juicio, la teoría del posicionamiento constituye un aparato conceptual y metodológico especialmente adecuado para estudiar la construcción y reconstrucción de identidades en el marco de narrativas personales que se generan a lo largo de la conversación. En primer lugar porque considera que toda interacción es discursiva o narrativa; y, en segundo lugar, porque entiende que ésta es un fenómeno cambiante, fragmentado, y con gran influencia contextual.



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Se puede considerar que dos son los ejes que articulan las propuestas de la teoría del posicionamiento. Por una parte, las *personas* en interacción; y, por otra, las *narraciones* que éstas construyen en esa dinámica. Tales ejes dan coherencia y sentido al posicionamiento, entendido como la construcción de narraciones que configuran la acción de una persona como inteligible para ella misma y para los/as demás, y en la que los miembros que participan en la narración tienen una serie de ubicaciones (posiciones) específicas. Se trata por tanto de cómo se sitúa uno/a mismo/a ante una situación específica.

Davies y Harré (1990), por su parte, retoman esta noción señalando cómo el posicionamiento no coincide con la noción de rol, sino que tiene que ver con el modo en el que uno mismo se posiciona y es posicionado por los demás en situaciones dialógicas concretas que, obviamente no se refieren solamente a intercambios conversacionales, sino también a narraciones producidas por el sujeto mismo, en la que se hacen presentes las voces de otros. El posicionamiento es pues una noción muy dinámica, ligada a la actuación en contextos concretos, cambiante en el tiempo y en el espacio, y que constituye una de las bases de lo que ellos llaman la biografía vivida, contraponiéndola a la biografía narrada. En este sentido, esta noción de posicionamiento, cuando se pone en relación con la identidad individual, resulta muy cercana a la idea de *actos o actuaciones de identificación* (Rosa y Blanco, 2007).

Las unidades fundamentales que para Harré y Langenhove (1999) conforman la realidad social y estructuran los encuentros y la interacción social que deriva de los mismos son los episodios. Éstos agrupan en un todo con sentido y significado las distintas secuencias de interacción. En todo episodio podemos destacar dos elementos muy importantes. El primero es la *posición*. Ésta es una relación, que se establece entre un "yo", un "otro" y un auditorio. Además, no es en absoluto estática, se negocia, cambia y se adapta a la opiniones de los/as demás. En definitiva, se mueve y transforma en la interacción. El segundo elemento es el *posicionamiento*. El complejo juego de posiciones y su negociación produce ineludiblemente un posicionamiento. Éste no es más que un plano que dota de sentido a la interacción misma que se desarrolla en cada episodio. Está contextualizado, es decir, no tiene razón de ser más allá del episodio mismo, se desarrolla al tiempo que éste y brota de la acción en curso. La noción de posicionamiento se caracteriza, ante todo, por entender las posiciones como procesos relacionales, que se constituyen en la interacción y la negociación con otras personas. Los posicionamientos son algo así como los hilos que tejen el entramado de interacción social. Son la urdimbre de nuestras situaciones interactivas.

De todo lo dicho se desprende que sería un error considerar que un posicionamiento es el producto de un juego intencional o la suma de la normatividad que establece un conjunto de roles pre-definidos. Es más que eso, puesto que en él las intenciones adquieren su sentido; y, paradójicamente, es menos, puesto que emerge en cada episodio *in situ*, en el simple juego de posicionar y reposicionar al "otro" que se da en toda interacción.



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

## *Identidad narrativa, discurso y posicionamientos*

En este trabajo se adopta una visión constructivista, social y cultural, según la cual la identidad es una realidad múltiple y negociada constantemente, un proceso por el que los individuos, a través de las prácticas sociales y culturales en las que participan, establecen quiénes son en su relación con otros individuos y con los contextos y escenarios sociales en general. En otras palabras, la identidad es el resultado de lo que la gente hace y dice en sus prácticas diarias, y no un concepto monolítico o puramente psicológico.

Es importante señalar en este punto que el discurso no se considera en este ámbito como un simple reflejo del mundo interior de una persona (aunque no se está negando por ello la existencia ni la importancia de los aspectos psicológicos de la identidad; Block 2006 y Woodward, 2002). Más bien al contrario, la mayor parte de las investigaciones discursivas de la identidad toman una posición anti-esencialista, concluyendo que la multitud de elementos lingüísticos usados en la construcción discursiva de la identidad (por ejemplo, etiquetas léxicas como "blanco", "negro", "creyente", uso de pronombres personales para marcar el grupo de pertenencia o los grupos externos, etc.) no tienen un significado único o estable. Evidentemente, algunos de estos elementos sirven como referentes culturales e identitarios precisamente porque tienen una cierta estabilidad semántica.

Sin embargo, la identidad no consiste en apropiarse o utilizar elementos con un significado pre-establecido, sino que es en las prácticas discursivas donde dichos elementos adquieren su significación social e identitaria concreta. Y esto porque los significados sociales asociados a elementos lingüísticos no son únicos ni estables fuera de las prácticas discursivas donde se materializan las identidades. Es decir, la identidad es el resultado del discurso mismo, y no una recopilación de elementos lingüísticos con un significado social asignado a priori. Y es precisamente en este contexto, a nuestro juicio, en el que hemos de entender el concepto de *posicionamiento*, anteriormente desarrollado. Según el mismo, la identidad no se conforma a través de la aceptación o adscripción individual a ciertas categorías y grupos sociales pre-determinados, sino que esas categorías adquieren su significación identitaria solamente a partir de las *relaciones* que se establecen entre el individuo y otros actores sociales a través del discurso, y más concretamente, a través de las interacciones comunicativas.

Como ya se ha dicho, el concepto de posicionamiento fue desarrollado por Davies y Harré (1990) para designar el proceso de construcción y negociación de las versiones sobre nosotros mismos. En este sentido, el construccionismo social toma este concepto para explicar la construcción y negociación de la identidad en el marco de las interacciones sociales. Para esta perspectiva, al igual que para nosotros, la identidad es construida y negociada en la interacción social, lo cual implica reconocer el espacio que este planteamiento abre a la agencia. De esta manera, la identidad aparece, al mismo tiempo, como producto y productora de discursos. El posicionamiento es también el origen de la subjetividad en tanto que adoptar una determinada



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

posición en un discurso implica necesariamente desarrollar un determinado punto de vista, es decir, una visión concreta del mundo y de nosotros mismos.

En otras palabras, la identidad es relacional y depende de la *posición* que el individuo ocupa respecto a otros individuos, una posición que es producto del discurso y no de roles previamente asignados. En su planteamiento más simple, se podría decir que una persona "blanca" se puede identificar como tal en tanto que existe otro grupo de personas "no blancas" respecto a las cuales se toma una posición en una interacción específica. En este sentido, resulta de especial relevancia no olvidar que el posicionamiento que se da en las interacciones comunicativas no es siempre consciente o voluntario, ya que tomar posiciones respecto a otros actores sociales es un acto inherente a la interacción misma, o lo que es igual, no se puede establecer una interacción comunicativa sin que los interlocutores se posicionen en relación a otros interlocutores, así como a todo tipo de categorías y grupos sociales.

Como ya se ha señalado, el concepto de *posicionamiento* ha sido adoptado en el análisis discursivo desde varias disciplinas, no siempre conectadas entre sí. Desde la Psicología social, Davies y Harré (1990) definen el posicionamiento como *"the discursive process whereby selves are located in conversations as observably and subjectively coherent participants in jointly produced story lines"* (p. 48). Estos autores reivindican el dinamismo que el concepto de posicionamiento representa para el estudio de la identidad frente al estatismo de otros conceptos como el de rol, que tienden a representar al individuo como un actor con poco margen de elección y que se limita a ocupar categorías sociales a su disposición. Distinguen entre un posicionamiento *interactivo*, es decir, en el que lo dicho por una persona posiciona a otra, y un posicionamiento *reflexivo*, en el que una persona se posiciona a sí misma. Además señalan que este proceso no tiene por qué ser intencional ni lineal, y que las posiciones tomadas pueden ser estables pero también efímeras.

Este interés por el posicionamiento contrasta con perspectivas de la identidad entendida en función de un conjunto de categorías socio-demográficas entre las que se incluyen la edad, el sexo o el nivel socio-económico. En trabajos de corte más discursivo, sin embargo, se presta mayor atención a cómo esas y otras categorías adquieren significados más concretos que permiten acercarnos de una forma más sutil al estudio de la identidad, dando cuenta de su complejidad (de Fina, Schiffrin y Bamberg, 2006, Hester y Housley, 2002, Ominoyi y White, 2006). En este sentido, el concepto de posicionamiento ha sido muy fructífero en el estudio de la identidad, especialmente en el campo de la narración (Bamberg, 2004, 2007; Morgenthaler, García 2007; Wortham, 2000).

En este trabajo se manejan orientaciones teóricas y metodológicas que describen la identidad como un fenómeno social y cultural que surge de la confluencia de categorías tradicionalmente denominadas demográficas (por ejemplo, sexo, edad, nivel de escolaridad), así como de posiciones contextuales y culturales (puesto de trabajo, hobbies). Cabe destacar, asimismo, que los posicionamientos observados son en ocasiones producto de la *autoelección*, mientras que en





# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

otros casos vienen *impuestos* por otros actores sociales, y, al mismo tiempo, las identidades que se forman en las interacciones comunicativas no son independientes, sino que están estrechamente ligadas unas a otras.

En relación a esto último, a nuestro parecer, se hace necesario pues distinguir entre el '*ser posicionado*', que atribuye una especie de fuerza determinista a las narrativas, y la noción más activa del sujeto como '*posicionándose*', en la que los recursos discursivos no están preestablecidos, sino que se concretan interactivamente. 'Ser posicionado' y 'posicionarse' son dos construcciones metafóricas para dos relaciones muy distintas entre el agente y el mundo: en el primer caso la dirección va del mundo al agente y en el segundo del agente al mundo (Bamberg, 2004). Uno puede posicionarse o ser posicionado como experto o inexperto, como poderoso o impotente, como confiado o inseguro, como agresivo o sumiso, como decidido o indeciso, etc. La fuerza social de una acción y la posición del actor y de los otros actores se determinan mutuamente. Las posiciones que la gente adopta en una conversación están conectadas a los guiones que estructuran esa conversación (Harré y Langenhove, 1999).

## *La noción de posicionamiento como instrumento analítico para la construcción de la identidad a través de las narrativas*

El análisis de posicionamientos sociales combina elementos de la Psicología social del discurso, el análisis de la conversación y el análisis crítico del discurso. Sus principales aplicaciones se enmarcan en el estudio de la identidad social y personal, así como en la consideración del concepto de "posicionamiento" como actividad discursiva y/o identitaria. Nos interesamos en cómo la gente realmente usa las historias en la vida diaria, en situaciones cotidianas, para crear y perpetuar un sentido de quien se es.

Como "posición" entendemos el lugar dentro de un espacio social (por ejemplo una conversación de dos personas, una reunión de empresa, etc.) que en oposición a otros sujetos reclamamos para nosotros. Las personas se hacen reconocibles a sus interlocutores mediante virtudes, motivos, competencias, problemas. Estas autoatribuciones se corresponden a la exigencia de una determinada posición social. Es decir, a cómo quiero que me comprendan mis interlocutores (Saavedra, 2009). Evidentemente un auto-posicionamiento, por ejemplo en el contexto social de una partida de ajedrez (*soy un excelente jugador*), implica explícita o implícitamente un hetero-posicionamiento (*mi contrincante está temeroso*). Los actos discursivos de posicionamientos pueden ser atributos personales o motivos (*no debes preocuparte, soy una buena persona*), roles o derechos sociales (*como padre que soy te digo que te calles*) o por medio de reglas morales (*un amigo no hace eso*).

Desde esta perspectiva las narraciones no son reflejos de una identidad que se esconde tras el texto sino que son instrumentos funcionales para crear caracteres en el tiempo y en el espacio en un contexto interactivo: *yo frente a mi padre, yo frente a mi grupo de amigos o yo frente a mi*



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

*jefe*. Hay que tener en cuenta que los procesos constructivos siempre son bidireccionales. Es decir, al tiempo que yo voy construyendo mi identidad voy creando un contexto que limita y acompaña el proceso constructivo identitario de mi padre, del grupo de mis amigos o de mi jefe en un momento concreto, y viceversa, es decir, aquí y ahora, *in situ*, por lo que estamos hablando del análisis microgenético de los procesos constructivos de las identidades. Pero además, los posicionamientos se estructuran en diversos niveles que pueden llegar a ser muy complejos. Por ejemplo, alguien, a través de la narración, puede posicionarse en el pasado como una persona inocente y, al mismo tiempo, en el momento actual como una persona desconfiada (*en mi juventud era demasiado buena persona, pero ya me he aprendido el cuento*). Este concepto es mucho más dinámico que el de rol puesto que puede fluir de distinta forma dentro de una misma conversación en diferentes niveles.

Dentro de este campo algunos autores como Bamberg (2004) han desarrollado una forma sistemática de análisis que sucesivamente se centra en diferentes niveles de la actividad narrativa. Su campo de aplicación más importante ha sido el estudio de la identidad a través de la narración, especialmente en relación con las dimensiones de género, edad, contexto socio-cultural o experiencias especiales de vida que la actividad narrativa puede involucrar. La propuesta de este tipo de análisis surge de la evidencia de que cualquier proceso interactivo tiene que ser situado en un amplio contexto social dentro del cual la interpretación de los hechos y las conductas se lleva a cabo. La estrategia analítica que Bamberg (2004) propone examina tres niveles de posicionamientos: *estructura interna del relato*, *contexto interactivo* e *interrelación con discursos/ideologías normativas/dominantes*.

El primer nivel de posicionamiento se centra en la estructura interna del relato, en como la persona que narra presenta a sus protagonistas, sus relaciones y formas de la acción. El segundo nivel se concentra en el contexto interactivo en el que se produce el relato, en cuestiones como las transformaciones de las relaciones mutuas entre interlocutores y los objetivos que persiguen en su conversación narrativa. Por último, el tercer nivel de posicionamiento intenta trascender los detalles del texto y la interacción para ver cómo con el relato los interlocutores (y quien narra principalmente) se sitúan en relación con discursos ideológico-normativos y los órdenes sociales que representan. Entre los indicadores que se emplean para analizar los posicionamientos en las narrativas podemos encontrar el uso de los pronombres, los tiempos verbales, la utilización del estilo directo o indirecto, el uso de categorías sociales, las metáforas, la identificación de voces o discursos sociales, las pausas, la prosodia, etc. En definitiva, cualquier indicador semántico, sintáctico o pragmático que permita determinar los posicionamientos que las personas construyen con el uso del discurso.

Por tanto, desde esta perspectiva, podemos decir que el análisis de posicionamientos (Korobov, 2001; Bamberg, 2004) ofrece procedimientos analíticos especialmente adecuados para el análisis de la identidad mediante el discurso y la conversación, tratándose de una forma de análisis narrativo que incorpora elementos de la psicología social del discurso (Davies y Harré 2001), el análisis de la conversación y el análisis crítico del discurso (Korobov, 2001).



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

## CONCLUSIONES

A partir de las construcciones mitológicas sobre la identidad de género, podemos inferir que en las primitivas sociedades matriarcales se valoró de forma muy notable a las mujeres y al trabajo que éstas llevaban a cabo. Sin embargo, la progresiva extensión del patriarcado descalificó la imagen de las mujeres y todo lo asociado al carácter femenino. En los inicios de las diversas ciencias -entre ellas la Psicología-, se asumieron las creencias misóginas ancestrales, favoreciendo una visión seudocientífica desigualdad y discriminatoria en la gran mayoría de las ocasiones, a excepción de algunas mujeres que, si bien en su tiempo tuvieron poco eco, actualmente recaban parte del protagonismo en la esfera investigadora, gracias a los estudios de género y sobre las mujeres.

Centrándonos en la Psicología, como toda ciencia, se construyó sobre principios misóginos "naturalizados" que sus grandes maestros no dudaron en aceptar sin crítica alguna. Lo más grave es que al constituirse como ciencia especializada precisamente en el análisis de la conducta humana, proporcionó a la sociedad el respaldo formal a sus múltiples creencias irracionales y estereotipadas sobre la naturaleza femenina. Las primeras psicólogas lo tuvieron difícil y pagaron cara su discrepancia con esta ideología dominante. Defendieron el derecho a la educación y la igualdad de las mujeres, demostrando que sus diferencias no guardaban relación con ningún tipo de minusvalía, sino más bien con el modelo alocado y castrante -frágil e infantil pero resistente y responsable a la vez- que la sociedad había perpetuado como único ideal femenino.

En tan sólo un siglo y pese a los indudables logros, aún no hemos conseguido ni mucho menos la igualdad. Basta comparar las posiciones sociales de varones y mujeres, dándole la vuelta a los datos e imaginando los unos en el lugar de las otras y viceversa, para ver lo poco que se ha avanzado.

Ante esta situación, la Psicología habría de tener como prioridad fundamental desmontar todas y cada una de las falsas creencias y estereotipos sobre las mujeres. Tendría que idear estrategias de intervención capaces de paliar desequilibrios de género, proporcionando igualdad de oportunidades a todos los seres humanos. Estas estrategias, necesariamente han de pasar por considerar los determinantes sociales de la conducta humana sin calificar ni jerarquizar a unos sobre otros. Igualmente, tendrían que asimilar que, el respeto a las diferencias -también a las existentes entre las mujeres y los varones-, lejos de ser algo peligroso o temible, aporta beneficios tanto a las personas como a los grupos humanos, siendo por tanto un elemento enriquecedor y un pilar básico para el desarrollo social equitativo y democrático.

En este sentido, la *perspectiva de género* en Psicología va mucho más allá de analizar por separado a personas de uno u otro sexo, como hizo fatalmente la Psicología Diferencial. Se trata



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

de una manera de entender cómo se construye el género a raíz de las relaciones personales y sociales, que suelen estar caracterizadas por su rigidez, expresada a través de prácticas-actos cotidianos que obedecen a arquetipos y estereotipos muy arraigados. Frente a esta realidad, la perspectiva de género tendría que de ser entendida como un marco conceptual, como una metodología de interpretación y como un instrumento para mirar la realidad, que nos ofrece un campo de actuación a la vez que un reto, para intentar minimizar -en la medida de nuestras posibilidades- la diferenciación que en muchos casos llega a ser masiva y desadaptativa. Toda esta maquinaria conduce finalmente a la división del mundo en dos, lo femenino y lo masculino, con la consiguiente radicalización de las identidades de género.

Para tratar de comprender cómo se constituye la identidad, y en particular la de género, planteamos dos estrategias de análisis que se manejan dentro del ámbito psicológico. Ambas son de corte constructivista, es decir, consideran al género como una construcción que tiene su origen en la práctica sociocultural.

En el contexto de los estudios de género, proponemos la aplicación y uso del llamado enfoque *"doing gender"* aportado por West y Zimmerman (1987), cuya versatilidad hace de este instrumento una valiosa estrategia para el análisis de la construcción del género, y de la identidad de género. Opera a tres niveles que tratan de abarcar el conjunto de la actividad humana. Desde el plano más amplio el nivel sociocultural se orienta a todo lo relacionado con las normas, las reglas, las instituciones, los marcos de referencia, las creencias, las estructuras, etc. que actúan como moldes por los que las personas transitan habitualmente, reproduciendo los hábitos y costumbres que están socialmente prescritos. En un nivel intermedio, nos encontramos con el plano interpersonal, cuyo objeto de estudio son los intercambios e interacciones entre personas; así, los conflictos, las conversaciones, los saludos, las peticiones, las gestiones o las relaciones sentimentales son algunos ejemplos de situaciones en los que hombres y mujeres construyen maneras de "ser", diaria y cotidianamente. En este sentido, cabe decir que habitualmente en estas relaciones los papeles de hombres y mujeres suelen ser muy diferentes, obedeciendo a una profecía autocumplida (Unger y Crawford, 1996; Crawford, y Chaffin, 1997; Crawford y Unger, 2000). Finalmente, el tercer nivel sitúa su mirada en el plano individual, donde hombres y mujeres acaban haciendo suyo todo el componente anterior asumiendo, la mayoría de las veces de forma poco consciente, la naturalidad de la división del mundo en dos, lo masculino y lo femenino, y por tanto, la identidad masculina y la femenina.

La otra estrategia analítica para el estudio de la construcción de la identidad se ubica en el marco del análisis discursivo y conversacional, y se centra en la manera en que las personas se posicionan, se sitúan, a través de su discurso y narrativa, ante una situación específica en el plano de la comunicación. Es en este contexto de adopción de posturas y puntos de vista ante las situaciones que la vida plantea, donde van fraguándose los mimbres que darán forma a la identidad, que es entendida como el resultado de lo que la gente hace y dice en sus prácticas cotidianas. Es importante destacar que este posicionamiento puede ser efectuado por la propia persona o por los demás, es decir, alguien puede posicionarse o ser posicionado. Este fenómeno



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

resulta determinante cuando hablamos de género e identidad de género, debido a las múltiples manifestaciones de desigualdad existentes entre hombres y mujeres. Como se ha expuesto en este trabajo, a lo largo de la historia la mujer ha sido posicionada como un ser débil y vulnerable, descoloca de los foros públicos, alejada de las fuentes de conocimiento y condenada a la no participación en las decisiones, y este componente de significados ha perdurado a lo largo de los años de manera casi invariable, contribuyendo negativamente a la construcción de su identidad. Por tanto, resulta crucial el cambio en los discursos sociales acerca de las posibilidades de las mujeres, de sus virtudes y potencialidades, para facilitar con ello una nueva y renovada corriente de pensamiento sobre el papel de mujeres y hombres en el mundo.

## BIBLIOGRAFÍA

Bachofen, Johan Jacob (1988): *Mitología arcaica y derecho materno*. Ed: Anthropos.

Bajtín, Mijaíl, (1986): *Speech genres and other late essays*, University of Texas Press, Austin.

Bamberg, Michael (2004): "Considering counter narratives", en Michael Bamberg y Andrews, Molly (Eds.): *Considering counter narratives: Narrating, resisting, making sense*, John Benjamins, Amsterdam, (351-371).

Bamberg, Michael (2007): *Narrative, state of the art*. J. Benjamins Pub. Co, Amsterdam, Philadelphia.

Barberá, Ester y Martínez Benlloch, Isabel (2004): *Psicología y género*, Pearson, Madrid.

Bertomeu, M<sup>a</sup> Angustias et al. (2005): *Mujeres a Ciencia cierta*. Material audiovisual. Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer.

Block, David (2006): *Multilingual identities in a global city: London stories*, Palgrave Macmillan, New York.

Bosch, Esperanza, Ferrer, Victoria y Alzamora, Aina, (2006): *El laberinto patriarcal. Reflexiones teórico-prácticas sobre la violencia contra las mujeres*, Anthropos, Barcelona.

Bosch, Esperanza; Ferrer, Victoria A. y Gili, Margarita (1999): *Historia de la Misoginia*. Universitat de les Illes Balears / Anthropos.

Branston, Brian (1960): *Mitología Germánica Ilustrada*. Ed: Vergara.

Bronwyn Davies, Rom Harré (2001): "Positioning: The discursive production of selves", en M Wheterell, S Taylor ,S Yates (eds): *Discourse Theory and Practice. A reader*, Sage, London, (261-271).



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Butler, Judith (1990): *Gender Trouble: Feminism and the Subversión of Identity*. Routledge, New York.

Caballé, Anna (2006): *Una breve historia de la misoginia. Antología y crítica*. Editorial Lumen, Barcelona.

Caro, Coral (2007): "La concepción romántica del amor transfiende de la violencia de género", en Ferrer, Vicky y Bosch, Esperanza (comp.) opus cit. (63-74).

Cobo, Rosa (2001): "Socialización e identidad de género: entre el consenso y la coacción", en Jornadas de Comunicación y Género. Málaga: Diputación Provincial.

Crawford, Mary (1995): *Talking difference. On gender and language*, Sage Publications, Londres.

Crawford, Mary y Chaffin, Roger, (1997): "The Meanings of Difference. Cognition in Social and Cultural Context", en Caplan, Paula, Crawford, Mary, Hyde, Janet y Richardson, John (Eds.): *Gender Differences in Human Cognition*, Oxford University Press, Oxford, (81-130).

Crawford, Mary y Unger, Roda, (2000): *Women and Gender. A Feminist Psychology*. (Tercera edición), McGraw-Hill Higher Education, Boston.

Crawford, Mary, (2006): *Transformation. Women, Gender and Psychology*, McGraw-Hill, New York.

Davies, Bronwyn y Harré, Rom (1990) "Positioning: The Discursive Production of Selves" *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 20, (43-63).

de Fina, Anna; Schiffirin, Deborah y Bamberg, Michael (2006): *Discourse and identity*, Cambridge University Press.

Faludi, Susan (1993): *Reacción. La guerra no declarada contra la mujer moderna*. Anagrama, Barcelona.

Ferrer, Vicky y Bosch, Esperanza (comp.) (2007): *Los feminismos como herramientas de cambio social (II): De la violencia contra las mujeres a la construcción del pensamiento feminista*. Universitat de les Illes Balears.

Firestones, Shulamith (1976): *La dialéctica del sexo*. Kairós.

Gougand, Henry: *El árbol de los soles. Mitos y leyendas del mundo entero*. Ed: Crítica

Guil, Ana (1999): "El papel de los arquetipos en los actuales estereotipos sobre las mujeres", en *Comunicar Revista de Comunicación y Educación*, N° 12, "Estereotipos en los medios, educar para el sentido crítico (95-100).



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Guil, Ana (2005): "Mujeres, Universidad y cambio social: tejiendo redes", en *I Jornadas de Sociología. El cambio social en España, visiones y retos de futuro*. Centro de Estudios Andaluces, Sevilla.

Guil, Ana (2009): *De la mitología al ciberfeminismo: tejedoras de redes*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.

Guil, Ana y Guil, Javier (2006): "Tejiendo redes: de la mitología al ciberfeminismo", en Bosh, Esperanza; Ferrer, Vicky y Navarro, C., *Los feminismos como herramientas de cambio social (I): Mujeres tejiendo redes históricas, desarrollos en el espacio público y estudios de las mujeres*. Treballs Feministes, 5 (73-86).

Haraway, Donna (1991): *Ciencia, cyborgs y mujeres*, Cátedra, Barcelona.

Harding, Susan (1996): *Ciencia y feminismo*, Morata, Madrid,

Harré, Rom y Langenhove, Luk Van (1999): *Positioning Theory: Moral Contexts of Intentional Action*, Basil Blackwell Publishers. Oxford.

Hester, Stephen y Housley, William (2002): *Language, Interaction and National Identity: Studies in the social organisation of national identity in talk-in-interaction*, Aldershot, Ashgate.

Juliano, Dolores (1998): *Las que saben*, Horas y Horas, Barcelona.

Kovorov, Neill (2001): "Reconciling theory with method: from conversation analysis and critical discourse analysis to positioning analysis", en *Forum qualitative sozialforschung*, 2, 3. <http://www.qualitative-research.net/fqs/fqs-eng.htm>. Consultado 20/12/2011.

Larrauri, Maite (1993): "Qué es una mujer", en Campillo, N., Barberá, E.: *Reflexión multidisciplinar sobre la discriminación sexual*, Nau Llires, Valencia, (43-60).

Martínez, Cándida (1995): *Feminismo, ciencia y transformación social*, Feminae, Universidad de Granada.

Mayobre, Purificación (2003): "La construcción de la identidad personal en una cultura de género". <http://webs.uvigo.es/pmayobre/indicedearticulos.htm>. Consultado 11/12/2011.

Melic, Antonio (2002): "De Madre Araña a demonio Escorpión: Los arácnidos en la Mitología". *ARACNET 10 - Revista Ibérica de Aracnología*, 5, 112-124.

Millet, Kate (1995). *Política Sexual*, Cátedra, Colección Feminismos, Madrid.

Morgenthaler, Laura (2007): "Construcción y transgresión de límites grupales mediante posicionamiento en narraciones conversacionales", *RILI V*, 1(9), (163-181).



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Nash, Mary y Tavera, Susana (1995): *Experiencias desiguales: conflictos sociales y respuestas colectivas*, Síntesis, Madrid.

Omoniyi, Tope y White, Goodith (2006): *The Sociolinguistics of Identity*, Continuum, London.

Osborne, R. (1993): *La construcción sexual de la realidad*, Cátedra, Madrid.

Piussi, Anna Maria y Bianchi, Leticia (1996): *Saber que se sabe*, Icaria S.A., Barcelona.

Plant, Sadie (1998): *Ceros + Unos, Mujeres digitales + la nueva tecnocultura*, Editorial Destino, colección Ciencias Sociales, Barcelona.

Rosa, Alberto y Blanco, Florentino (2007): "Actuations of identification in the games of identity", en European Ph.D on Social Representations and Communication International Lab Meeting Series 2005-2008.

Rossetti, Ana y Jódar, Asunción (2004): *La tejedora de redes*, Instituto Andaluz de la Mujer, Granada.

Saavedra, Francisco Javier (2009): *Narrativas de vida en contextos socio-culturales: Explorando narrativas de vida de personas con esquizofrenia que viven en Casas Hogares*, Universidad de Sevilla, Tesis doctoral publicada en: <http://fondosdigitales.us.es/tesis/tesis/1128/narrativas-de-vida-en-contextos-socio-culturales-explorando-narrativas-de-vida-de-personas-con-squizofrenia-que-viven-en-casas-hogares/>. Consultado 14/12/2011.

Sanz, Fina, (1997): *Psicoerotismo femenino y masculino: para unas relaciones placenteras, autónomas y justas*, Kairos, Barcelona.

Sau, Victoria (2000): *Reflexiones feministas para principios de siglo*, Horas y Horas, Madrid.

Unger, Roda y Crawford, Mary (1996): *Women and Gender. A Feminist Psychology* (Segunda Edición), McGraw-Hill, New York.

Valcarcel, Amelia (1997): *La política de las mujeres*, Ediciones Cátedra, Madrid.

Valcarcel, Amelia (2000): "La memoria colectiva y los retos del feminismo", en Valcárcel, Amelia y Romero, Rosalía, *Los desafíos del feminismo ante el siglo XXI*. Colección Hypatia, Instituto Andaluz de la Mujer, Sevilla.

West, Candance y Zimmerman, Don (1987): "Doing Gender", *Gender and Society*, Vol. 1 (2), (125-151).

Woodward, Kathryn (2002): *Understanding Identity*, Arnold, London.

Wortham, Stanton (2000): "Interactional positioning and narrative self-construction", *Narrative Inquiry*, N° 10(1), (157-184).