

A CIEN AÑOS DE LA MUJER MEXICANA: UNA IMAGEN POTENCIADA

A hundred years of the mexican woman: a boosted image

MARISELA ROMERO VÁZQUEZ - marisela.alesiram@gmail.com

Resumen

Se presenta un avance de tesis doctoral en donde el objetivo es mostrar un estado del arte de la imagen pública de la mujer mexicana. Este escrito se toma como base de la investigación doctoral que se encuentra en proceso; se plantean los antecedentes y el estado actual del problema de investigación para definir la imagen pública de la mujer mexicana en el siglo XX –concretamente de 1900 a 1920– tomando en cuenta pautas históricas referentes a estereotipos y arquetipos. Para determinar el contenido del presente escrito se hizo un análisis de contenido mediante una búsqueda bibliohemerográfica en diversas bases de datos para reconocer la pertinencia y novedad del tema, además de hacer una selección de referencias para sustentar los temas tratados. El escrito proporciona datos importantes para reconocer la imagen pública de la mujer mexicana a lo largo de la historia, además de su evolución y las brechas de marca personal que pueden observarse a partir de estereotipos generados con el paso del tiempo. Los arquetipos y la propuesta de un paradigma se utilizan como información significativa para hacer potenciar la imagen pública de la mujer mexicana. La búsqueda bibliohemerográfica, junto con los antecedentes y el estado actual de este escrito, permite concluir que una investigación de este tipo, bajo la epistemología de la ingeniería de la imagen pública, resulta ser pertinente y novedosa.

Palabras clave: Imagen pública de la mujer mexicana, estado del arte, estereotipos, arquetipos, brechas de marca personal.

Abstract

A progress on a doctoral dissertation where the purpose is to show the state of art of the public image of the Mexican woman is presented. This text is the base for a doctoral research that is being carried out in order to propose the background and the present

state of the study problem to define the public image of the Mexican woman in the XXth Century –specifically from 1900 to 1920- considering the historical standards related to stereotypes and archetypes. To determine the substance of this document, a content analysis was carried out by means of an hemerographic research in different databases for the recognition of the relevance and novelty of the subject, as well as the choice of references to support the matters treated.

This article provides important information regarding the public image of the Mexican woman throughout history, besides the evolution and the personal discrepancies that can be observed from the stereotypes arisen throughout time. The archetypes and the proposal of a paradigm are used as important information in order to boost the public image of the Mexican woman. The hemerographic research together with the background and the present state of this text allow to conclude that a research like this, under the epistemology of public image engineering, results relevant and groundbreaking.

Keywords: public image of the Mexican woman; state of art; stereotypes; archetypes; personal discrepancies.



Introducción

Ante la necesidad de localizar respuestas que además predigan o controlen ciertos hechos, se precisa conceder espacios de reflexión para generar nuevas ideas y teorías. Es así como la “epistemología se refiere a la teoría del conocimiento cuando éste está relacionado directamente con la ciencia” (Sánchez Valle, 2001, p. 1). En ingeniería en imagen pública, la epistemología se interpreta como el contexto teórico en el cual se desarrollan sus elementos científicos o filosóficos para delimitar su marco de actividad académica o intelectual en lo que se refiere a su validez. De tal manera que su marco académico puede observarse en algunos de los aspectos, los cuales serán tratados en las siguientes líneas.

La ingeniería en imagen pública “es el conjunto de conocimientos y técnicas que permiten aplicar la imagología al proceso de generación de la percepción hacia una persona o institución” (Gordoa, 2003, p. 20). La imagología, a su vez, es un neologismo:

Parte de la raíz latina *imago*, que significa imagen, y se define como la figura, representación, semejanza y apariencia de una cosa, y de *logia*, que es el estudio, la ciencia, la expresión de algo, término que a su vez se desprende de *logos* que significa palabra (Gordoa, 2003, p. 20).

Por lo tanto, imagología se define como la ciencia de la imagen.

La imagen es percepción. La percepción comienza con una sensación interna, resultado de toda impresión que se ha captado a través de los sentidos (Gordoa, 2002, p. 30). Por lo tanto, la imagen es “la manera como somos percibidos y que serán los demás quienes nos la otorgarán basados en lo que hayan sentido de nosotros” (Gordoa, 2002, p. 31). Cuando la imagen, que es percepción, provoca una respuesta colectiva unificada, se está abordando la imagen pública (Gordoa, 2002: 32).

¿Qué genera la percepción? Albert Mehrabian, profesor emérito de UCLA, descubrió que los seres humanos experimentan una comunicación significativa bajo tres porcentajes principales: 7% se atribuye a las palabras, 38% a la voz –entonación, proyección, resonancia, tono, entre otros– y 55% al lenguaje corporal –gestos, ademanes y todo lo que se expresa sin la intervención de la palabra– (Corrales, 2011, p. 49). Por lo tanto, los estímulos basados en la imagen verbal y la comunicación no verbal son los causantes de la percepción.

En la ingeniería de la imagen pública, el sustento de la imagen es la esencia entendida como todo aquello relacionado con “el temperamento, carácter, contexto de desarrollo humano hasta su momento actual, autoconcepto de sus partes física, mental, intelectual y sentimental” (Gordoa). Cuando no se proyecta a través de la imagen como coherente, se dice que hay una brecha de marca personal.

1. Antecedentes

1.1 Pregunta de investigación

¿El análisis de fondo y forma de la imagen pública de la mujer mexicana en los inicios del siglo XX –1900-1920–, desde el estudio de la ingeniería en imagen pública, posibilita la creación de un paradigma que permita el cierre de brechas de marca personal entre la esencia y la imagen pública de la mujer mexicana en el siglo XXI?

Fondo se refiere al mensaje que se desea transmitir mediante la comunicación verbal. *Forma* se refiere a cómo se va a decir algo por medio de la comunicación no verbal (Gordoa, 2012). Las brechas de marca personal son las diferencias que existen entre esencia e imagen; cuando las diferencias son significativas, se perciben incoherencias que, al mismo tiempo, generan brechas de marca personal percibidas por las audiencias.

1.2 Marco histórico de la imagen pública de la mujer mexicana

Los análisis histórico y arquetípico permiten entender y comprender a la mujer en el pasado y la situación que vive en el presente; permiten entender las razones por las que manifiesta tal o cual conducta y sus efectos.

Nuestro mito personal o nuestra historia, nos ayuda a encontrar la forma de entender nuestros orígenes, quiénes somos, a dónde pertenecemos y si nuestra vida tiene un significado o no. Si conseguimos ser conscientes de nuestra propia historia, a medida que ésta se va desarrollando, tendremos una oportunidad mayor de comprender y de tener buenas relaciones con nuestra propia vida (Murdock, 2010, pp. 15-16).

Según la epistemología de la ingeniería en imagen pública, la proximidad con respecto a la esencia se logra a partir del reconocimiento íntimo de la persona (Gordoa, 2003: 33). La indagación sobre ella puede hacerse a partir de “las diversas etapas de la vida de una persona: infancia, adolescencia, adultez, vejez, o bien, ubicándolo en experiencias pasadas presentes y futuras” (Gordoa, 2003, p. 40). En el caso de este estudio, la huella de la mujer en su contexto histórico no podrá hacerse de manera individual, sino grupal; en esta circunstancia, su historia permite reconocerla a partir de:

- ▶ **Cuerpo:** ¿qué le gustaba a la mujer de su cuerpo y qué no le gustaba? Dentro de este apartado se deberán aportar datos significativos sobre la salud, alimentación, ejercicio, descanso, entre otros rasgos alusivos a la descripción –o autodescripción, en el caso individual– del cuerpo.
- ▶ **Mente:** ¿cómo daba la mujer mantenimiento a su mente? Es decir, ¿con qué alimentaba el aspecto intelectual?
- ▶ **Corazón:** ¿qué sentía la mujer? ¿Cuáles eran sus emociones? ¿Con quién se relacionaba y cómo?

- ▶ Alma: ¿en qué creía la mujer?

Todos estos factores permiten la autopercepción (Gordoa, 2003, p. 42); es decir, la percepción de los rasgos característicos de una imagen pública. Tales características son localizadas con una asesoría mediante una entrevista profunda. Dado que, por obvias razones, no se tiene a las mujeres mexicanas de aquellos años para la aplicación de dicho instrumento, se localizará la información a través de un análisis de contenido.

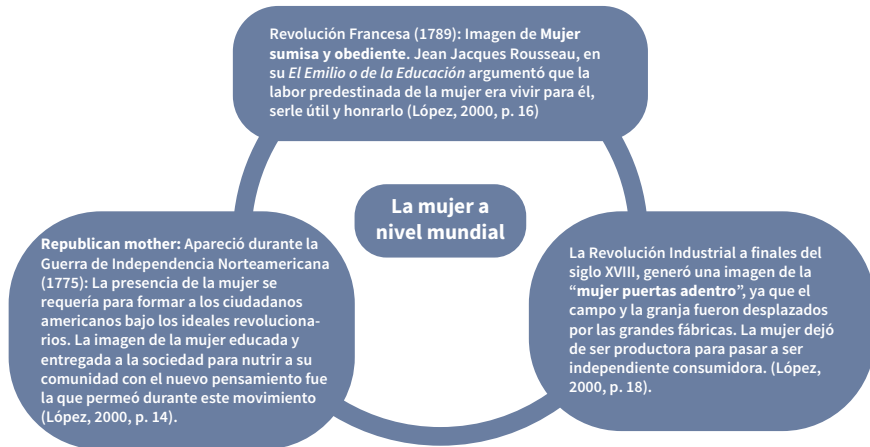
1.2.1 La huella de la mujer en el entorno mundial

La imagen pública de la mujer puede observarse desde los inicios de los tiempos. Se dice que la mujer en la prehistoria se dedicó a cocinar; tejer hierbas, juncos y tiras de corteza de árbol para confeccionar ceastas; construir refugios provisionales o permanentes; fabricar herramientas de usos diversos; aplicar la medicina con plantas y hierbas para diversos tipos de situaciones; confeccionar prendas de vestir; fabricar collares con dientes y huesos, y recipientes con pieles de animales; conseguir comida y cuidar de los hijos; entre otras actividades (Miles, 1989: 21). De entre todas sus actividades, la de cocinar y la de recolectar alimentos fueron las más importantes, pues la primera le permitió ayudar a la tribu a sobrevivir y la segunda le permitió aprender a seleccionar, distinguir, evaluar y dar mantenimiento a la memoria (Miles, 1989, pp. 21-22). De esta manera, la parte del intelecto se vio beneficiada.

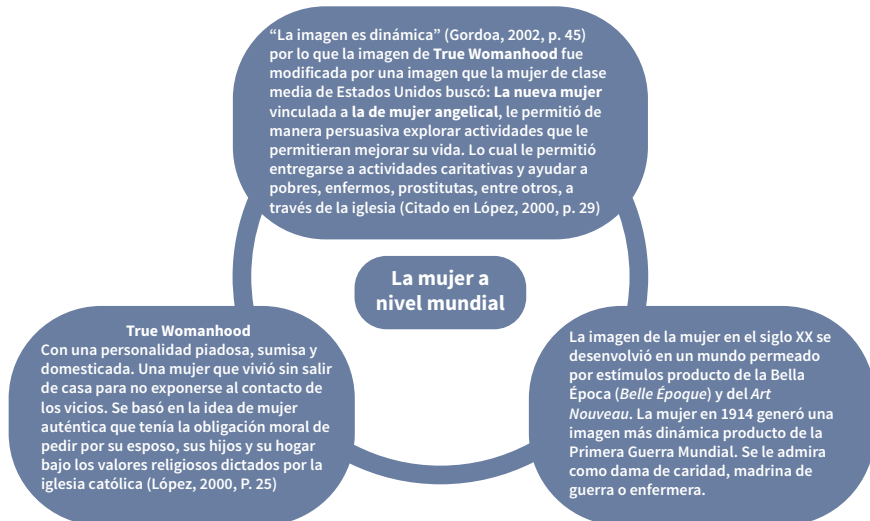
La vida en aquellos tiempos reflejó la relación entre hombres y mujeres, basada en el respeto a una cultura matrifocal, sedentaria, pacífica, amante de las artes y ligada a la tierra y al mar. Hombres y mujeres creían y daban culto a la Gran Diosa (Bolen, 2010, p. 41). ¿Quién fue esta Diosa? ¿Con qué imagen se le relacionó? La Gran Diosa fue asociada con la estatuilla de Venus encontrada en Europa –que data de 15 000 a. C.–, fue venerada como una fuerza femenina con una conexión especial con la naturaleza y la fertilidad. En la antigüedad se le conoció con varios nombres: Astarté, Ishtar, Innana, Nut, Isis, entre otros (Bolen, 2010, p. 42). El axioma 5 de la imagen pública, “la imagen es dinámica” (Gordoa, 2002, p. 45), permite observar el cambio de lo femenino a lo masculino con el derrocamiento de la Gran Diosa y con su fragmentación e incorporación a diversas prácticas religiosas. Así aparecen Hera, Deméter, Atenea, Afrodita, Artemisa, entre otras. “El destronamiento de la Gran Diosa, iniciado por los invasores indoeuropeos, fue completado definitivamente por

las religiones hebrea, cristiana y musulmana que surgieron posteriormente” (Bolen, 2010, p. 43).

El axioma 1 de la imagen pública, “es inevitable tener una imagen” (Gordoa, 2002, p. 38), permite observar la imagen pública de la mujer en diversas épocas, como se puede observar en los cuadros 1 y 2.



Cuadro 1. Fuente: Adaptado de López, 2000, pp. 14-18.



Cuadro 2. Fuente: Adaptado de López, 2000, pp. 18-29.

El axioma 13 de la imagen pública, “la imagen de la institución permea en todos sus miembros” (Gordoa, 2002, p. 28), puede verse aplicado en el siglo XIX en la época victoriana, llamada así por el reinado de Alejandrina Victoria en Gran Bretaña, pues la manera de ser de la reina y de su esposo permeó hacia lo colectivo. Por lo tanto, la imagen de los victorianos permeó también hacia el mundo entero. En esta etapa, la imagen de la mujer se vio representada con un marcado nivel inferior con respecto al hombre.

El axioma 1 de la imagen pública, “la imagen es inevitable” (Gordoa, 2002, p. 38), participa adecuadamente en esta etapa histórica, pues la intención de vivir puertas adentro no limitó la percepción de ciertos rasgos que la describieron: sacrificio, entrega absoluta al hombre –padre, hermano, hijo y, sobre todo, esposo–. Su desarrollo como ser humano se vivió dentro del matrimonio y su realización fue a partir de la maternidad. El hombre fue el protector del hogar y la mujer debía dar orden, bienestar y belleza a la casa. “El amor del hogar, de los niños y los deberes domésticos son sus únicas pasiones. La idealización de la mujer reforzó el concepto del matrimonio cuya única finalidad era la procreación” (Historia mundial de la mujer, 1974, p. 162). En esta época, la imagen de la mujer proyectada hacia la sociedad fue la de madre y mujer angelical. A estos estereotipos se agregó el de la mujer trabajadora propia de la proletaria, que además debía aplicarse en las labores del campo, las fábricas y los talleres. La virginidad fue una etiqueta de garantía requerida entre hombres y mujeres para la institución del matrimonio. Fue un rasgo que dio al hombre reputación y prestigio (*Historia de las mujeres en Occidente: Siglo XIX*, 1993, p. 30).

Hacia el siglo XX, la imagen victoriana *acartonada* fue moviéndose hacia una imagen más flexible. El cabello largo, motivo de peinados elaborados del siglo anterior, dio paso al corte de cabello a lo garçonne, estímulo que el hombre calificó como una imagen masculinizada de la mujer. Los diseños con respecto a la vestimenta se dieron con formas que representaron imágenes sinuosas y de inspiración vegetal. Sus cortes eran mucho más simples que en el siglo que le antecedió: comodidad, libertad de movimiento, ligereza, con una connotación juvenil. Aparecieron el corte al bias, circular y godet. Por su parte, El escote halter, el busto plano y el kimono japonés generaron en la mujer la proyección de la libertad. La Bella Época enterró los grandes vestidos, permitiendo mirar parte de los pies de las mujeres –hacia 1925 la falda permitió enseñar hasta la rodilla–. El corsé comenzó a desaparecer del escenario femenino mientras que el sujetador –*brassiere*– y el corpiño ganaron terreno. La mujer cambió del busto exaltado al busto plano. La Bella Época enalteció la mezcla de colores,

pero después de la Primera Guerra Mundial el color negro se puso de moda. El terciopelo, el paño, la seda y el fieltro fueron las telas usadas para confeccionar vestimenta y accesorios. Las mujeres comenzaron a usar traje sañte de dos piezas: una chaqueta y una falda con una camisa o blusa bajo la chaqueta (*Instituto de la indumentaria de Kioto*, 2004, pp. 151-153).

1.2.2 La huella de la mujer mexicana

La historia es el entorno favorable para lograr saber, de manera holística – cuerpo, mente, corazón, alma–, las brechas de marca personal que la mujer podría tener en la actualidad. En el caso de esta investigación, revisar la historia de la mujer mexicana revelará las tendencias de comportamiento y conducta –es decir, los estímulos– para localizar las brechas de marca personal en otros tiempos y su evolución, además de conocer si éstas siguen o no permeando en la sociedad del presente.

Bajo un sistema patriarcal, la mujer en la época *prehispánica* tuvo una imagen de sometimiento, subordinación, obediencia y servilismo. La aspiración fue hacia el cuidado del hogar en donde lo principal fue aprender a cocinar, hilar y tejer. Las labores domésticas fueron la base del desempeño femenino en donde la madre fue su maestra y guía. El hecho de no presentar la imagen del *deber ser* de la mujer era causa para recibir ciertos castigos. En el Virreinato, la vida familiar se desarrolló mediante un sistema patriarcal. La imagen de la mujer mexicana es la de la menor de edad, de la mujer española. Su imagen fue básica para la formación y consolidación fue la de la fe católica. La mujer aristócrata tenía la posibilidad de acercarse al conocimiento: lectura, escritura, canto, mientras que la mujer pobre trabajó como costurera, hilandera, tejedora y cigarrera, y a partir de los 12 años podía aprender ciertos conocimientos gracias a las escuelas de las amigas, en donde se les daba una educación informal. En este período histórico, la mujer mexicana manipuló con su buen comportamiento sus estímulos con base en la sumisión y la dependencia. Durante la Independencia de México hubo algunas mujeres que, desprendiéndose de la imagen sumisa y abnegada, se entregaron a su lucha idealista. Tal es el caso de Doña Josefa Ortiz de Domínguez y de Leona Vicario, dos mujeres que sobresalieron del molde femenino tradicional. Es un momento en el cual “la mujer entra en un proceso de cambio, dejando la dependencia por la independencia, el sometimiento por la participación activa en la toma de decisiones”. (Torres, s.f., p. 34).

El Porfiriato es el periodo de 30 años en donde el general Porfirio Díaz gobernó México –1876 a 1911–. Su gobierno proyectó dos caras de una imagen pública: la del progreso económico que llevó hacia una modernidad del país y las desigualdades sociales que condujeron hacia el movimiento revolucionario de 1910 finalizando en 1917. El ambiente se encontraba, como en otros países, construido con estímulos propios de una época en donde la Bella Época y el art nouveau permearon, influyendo en una imagen ambiental plagada de estímulos –verbales y no verbales– propios de estos movimientos culturales. De manera general puede decirse que la educación de la mujer durante el porfiriato fue de corte tradicional. Al respecto, Torres y Atilano sustentan que:

Sus estereotipos básicos fueron: la *mujer en el hogar*, la *heroína* y la *mujer ilustrada*. Por heroína se entiende a una mujer que cumplía en forma perfecta el encargo que ocupaba en la familia, mientras que la mujer ilustrada representó el interés más destacado del discurso liberal y la que tuvo una más exacta correspondencia con el proyecto nacional, y la mujer dedicada al ámbito doméstico fue la que logró mayor desarrollo a nivel discursivo a lo largo de la época comprendida entre 1873 y 1907 (Torres y Atilano, 2014, p. 238).

Las clases sociales fueron bastante marcadas durante el porfiriato. Se puede clasificar a la mujer en dos grupos principalmente: las aristócratas y las proletarias. La conducta de la mujer, sobre todo la de la aristócrata, fue la que sustentó el prestigio y reputación de la familia, esto daba estatus y jerarquía. Debido a esto se manifestó de manera más contundente el *deber ser* y el *deber hacer* (Ramos, 2006, p.150). La virginidad fue, de nueva cuenta y al igual que en otros lugares del mundo, un factor importante que debía ser resguardado hasta el matrimonio. Ahí, su conducta sumisa y obediente, aprehendida desde la infancia con su padre, hermanos o individuo masculino de autoridad ante ella, debía mostrarse al marido (Ramos, 2006, p. 151).

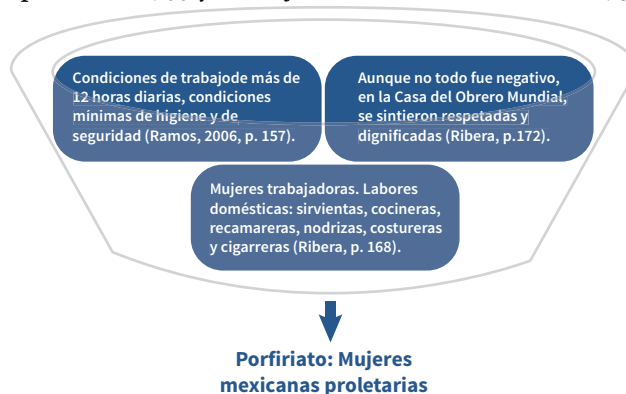
Al igual que *la nueva mujer*, que apareció en Estados Unidos para contrarrestar la imagen de *true womanhood*, en México la mujer aristócrata utilizó la imagen de la filantropía para aparecer *puertas afuera*, dado que la disposición con respecto a ellas fue la de alejarse de todo lo que no incumbiese a su hogar; tenía que mantenerse dentro de él. De esta forma, se desarrolló ayudando a sus semejantes.

La imagen pública sustenta que primero es *ser* y después *parecer*. Para la sociedad porfiriana fue más importante parecer que ser; es decir, la imagen fue

lo fundamental. La moral y la virtud fueron muy importantes, pero más lo fue la búsqueda de su reconocimiento y prestigio. Poner atención a la imagen, sin considerar en el mismo grado de consciencia la esencia, pudo haber generado incoherencias y, por lo tanto, brechas en su marca personal.

Las mujeres feministas eran mujeres con instrucción pertenecientes a la clase media. Estaban al tanto del movimiento feminista internacional. Escribían y se agruparon en torno a un proyecto político, ya no sólo literario. Trabajaban asalariadamente como profesoras normalistas o de primaria y en profesiones liberales (abogadas y médicas). Eran atípicas, en un país mayoritariamente católico y conservador en cuanto a la función social de las mujeres” (González, 2006, p. 785).

El camino por el que la mujer feminista buscó su libertad fue por medio de notas periodísticas en publicaciones de corte político, pues mediante escritos publicados en diversas revistas anunciaron su postura con respecto a su función femenina (Rocha, 2001, p. 97). Los temas como la educación laica e igualitaria, los asuntos sexuales y la posibilidad de que la mujer alcanzara el derecho al voto fueron constantes en sus escritos. Con respecto al tema del voto en el mundo, la mujer de Estados Unidos lo logró en 1920, la mujer inglesa en 1928, la española en 1933 y la mujer mexicana lo obtuvo en 1953.



Cuadro 3. Fuente: Adaptado de Ribera, p. 168 y 172 & Ramos, 2006, p. 157.

En el grupo de la mujer proletaria se reunieron las mujeres trabajadoras bajo condiciones laborales bastante adversas (cuadro 3). La desigualdad entre lo urbano y lo rural, entre la aristocracia y el proletariado, generó diversas

oposiciones al gobierno de Porfirio Díaz. Es así como el movimiento social de inicios del siglo XX, *la revolución*, dio paso a otro grupo de mujeres: las soldaderas, quienes se iniciaron en este tipo de vida desde muy jóvenes: “se incorporaron a los distintos ejércitos revolucionarios en función de su lugar de origen, por propia voluntad o bajo el viejo sistema de leva” (Rocha, 2001, p. 97). Las soldaderas son un grupo importante de mujeres porque generó estímulos dignos de estudiarse con respecto a la percepción y persuasión. Tenían acceso a cualquier espacio, pues eran las responsables de alimentar y nutrir a los hombres en combate. Aprendieron la técnica militar porque tenían relación con los hombres del cuartel. Portaban armas sin dificultad alguna.

No todas iban al lado de su hombre. Algunas otras se integraron a los grupos de hombres, como en otros países lo hicieron las mujeres e incluso llegaron a alcanzar grados importantes. Petra Herrera es un ejemplo de lo anterior. Con modificaciones en su nombre, como Pedro Herrera, convenció a todos de que era hombre, galopaba en primera fila [...] tenía una puntería que causaba la admiración de los carrancistas. Cambió su personalidad para permanecer en el servicio activo y ascender de puesto. Pedro Herrera voló puentes y mostró una enorme capacidad de liderazgo (Poniatowska, 2010).

María de la Luz Espinosa Barrera también se incorporó al ejército, prestó sus servicios en las filas zapatistas. En su caso no hubo necesidad de modificar su personalidad hacia lo masculino ni de buscar parecer hombre. Sus habilidades persuasivas y el tener capacidades con las que los hombres contaban, como montar a caballo, becerros y el gusto por las balas, le dieron beneficios. Por sus propios méritos llegó a obtener el grado de *coronela* (Historia de las mujeres en México, 2015, p. 215). Los ejemplos de Petra Herrera y de María de la Luz Espinosa son casos en donde no se les reconoce como soldaderas. En las fuentes documentales se les reconoce como soldados. El desempeño de las soldaderas se dirigió hacia el mantenimiento –nutrición y elaboración de alimentos– de los soldados; aunque también, por sus habilidades persuasivas, se desempeñaron como espías para llevar información y armamento a los grupos de hombres a los que pertenecían.

Bajo el sistema patriarcal, la mujer mexicana puede percibirse en dos fases:

La mujer que tiene bajo raciocinio, pero alto nivel moral, que se aprecia en sus formas afectivas y su tendencia a observar y cumplir sus deberes hogareños. El cuidado de su reputación es indispensable, pues bajo su cobijo se cimentan la de la familia y la sociedad. A toda costa debía agrandar y generar en la opinión pública el reconocimiento a su reputación. Por lo tanto, es muy probable que

buscara el reconocimiento de su imagen a partir de querer parecer y no tanto de buscar lo significativo de su ser.

La mujer entregada a las labores del magisterio, el comercio –en escena se muestran las secretarías y las taquígrafas–. Se presenta la primera dentista, cirujana y abogada. En la búsqueda de su emancipación comienza a darse el trabajo en equipo entre mujeres.

En la década de los treinta y cuarenta, aún con los logros de su imagen, prevalece la mujer “regordeta, tímida, pasiva” (López, 2007, p. 12). Enajenada con un *deber ser* en donde no hubo lugar para sus propias decisiones. Su labor constante en planos laborales se ve cubierta por el *techo de mármol*, una metáfora usada para designar la negativa de la sociedad para permitirle ocupar cargos de alta responsabilidad y autoridad. Finalmente, en la década de los cincuenta, concretamente en 1953, bajo la presidencia de Adolfo Ruiz Cortines, la mujer votó por vez primera. Sin embargo, la sociedad insistió en que este paso debía darse con cuidado para que la mujer no perdiera “su feminidad y no olvidar su papel tradicional de esposa y madre” (López, 2007, p. 12).

La década de los setenta fue el marco idóneo para la manifestación mundial de la liberación de la mujer. En México se comienzan a discutir temas como “la doble jornada, la subordinación laboral, la despenalización del aborto, la violencia contra las mujeres y la violación” (López, 2007, p. 12). En los años noventa y actuales aparecen diversos movimientos con el anhelo de que el paso histórico de la mujer mexicana se vea transformado, con el gusto de vivir en equidad, sin violencia ni agresión; con la plena confianza de poder derrumbar los bloqueos como el llamado *techo de cristal*, que se define como las barreras ocultas e invisibles que no permiten el avance y evolución para alcanzar satisfactoriamente metas profesionales. Sin embargo, aunque en el presente se tenga la imagen de la *mujer alfa* –mujer ávida de lograr metas, sobre todo profesionales–, aún hay brechas de marca personal por cerrar o, más bien, proponer procesos que posibiliten su cierre, derribando cercos internos desde la esencia, pues como argumenta Buños (s. f.), “las estadísticas también reflejan que en la medida en que una mujer se aproxima a la cima de la carrera laboral, muchas de ellas retroceden al sentirse frustradas o desilusionadas con el mundo empresarial”. Aún se debe trabajar en dar a la mujer mexicana opciones que le permitan fortalecer esencia e imagen, y así adquirir la seguridad y confianza que requiere para, de esta manera, proyectar coherencia.

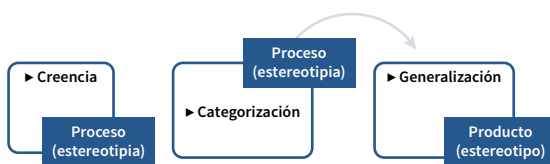
2. Estado actual

2.1 Evolución de la imagen pública de la mujer mexicana

La imagen permite cierta afinidad o rechazo entre los individuos. Aquello que atrae, cautiva, atrapa e identifica mutuamente podría darse a partir de los estereotipos y los arquetipos. De tal manera que éstos dos elementos significativos de la percepción se describen a continuación para observar el desarrollo de la imagen pública de la mujer mexicana a través de la historia.

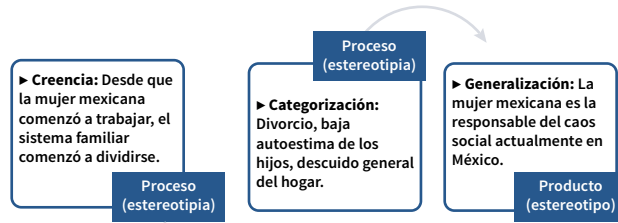
2.1.1 Estereotipo

El término es un neologismo formado por los vocablos griegos στερεός –sólido, duro, robusto– y τύπος –molde, huella, impresión– (Forga, 2014, p. 38). El estereotipo se encuentra vinculado al prejuicio, generando clasificaciones de aquello que se desconoce (Forga, 2014, p. 51). El estereotipo implica un proceso formado básicamente por tres fases, tal como se puede observar en el cuadro 4. En donde la creencia, primer escenario en donde comienza el proceso –estereotipia–, genera una serie de ideas peculiares sobre un grupo social. Esas creencias se clasifican: “toda experiencia perceptual es necesariamente el producto final de un proceso de categorización” (Forga, 2014, p. 46) y, por lo tanto, se da paso a un producto que define a cierto grupo mediante el estereotipo. (Forga, 2014, p. 42).



Cuadro 4. Fuente: Adaptado de Forga, 2014, p. 42.

Un ejemplo de lo anterior se presenta en el cuadro 5. Forga (2014, p. 50) apunta que un estereotipo puede señalarse como una creencia colectiva respecto a las características físicas, psicológicas o conductuales de un grupo por las que se procede a categorizarlo mediante un proceso de generalización.



Cuadro 4. Fuente: Adaptado de Forga, 2014, p. 42.

Según Schlenker (1980) los estereotipos son “imágenes generalizadas que están basadas en las características de un grupo y no necesariamente en las cualidades de una persona específica”. Son imágenes mentales que asocian ciertos rasgos de un individuo a un grupo en específico. Dichas imágenes pueden relacionarse con los papeles que desempeña el grupo al que pertenece la persona, un antecedente étnico, entre otros. Bolen (2010, p. 24) subraya que los estereotipos culturales suelen bloquear el talento de las mujeres porque desde fuera no permiten el pleno desarrollo de sus capacidades.

Cuadro 6: Evolución de los estereotipos de la mujer mexicana

Estereotipo	Fase histórica	Características generales de la imagen
<i>Sistema de patriarcado</i>	Sociedad prehispánica	La mujer vivió bajo sometimiento, subordinación, obediencia y servilismo. Cuidando del hogar en todo momento.
<i>Sistema de patriarcado</i>	Virreinato	Se sigue observando sumisión y dependencia de la mujer hacia el hombre. La mujer aristócrata tuvo posibilidades de acercarse al conocimiento. La mujer pobre se dedicó a trabajar.
<i>Sistema de patriarcado</i>	Independencia	Aunque el patriarcado continúa imperando, la mujer comienza a participar en cuestiones de importancia social cambiando –en algunos casos– el sometimiento por la participación social. Se observa el trabajo en equipo con hombres –el caso de <i>La Corregidora</i> durante el movimiento de independencia–.
<i>La mujer en el hogar, la heroína y la mujer ilustrada. Mujer aristócrata y proletaria Madre/hija Madre/esposa Mujer angelical Menor de edad Mujer andrógina</i>	Porfirato y hasta 1920	Uso de la filantropía por parte de la mujer burguesa, que le permite interactuar <i>puertas afuera</i> . Es más importante parecer que ser. Se puso más atención a la imagen que a la esencia –sobre todo para la mujer de alto estatus–. Aparecen la mujer soldadera y la feminista. En estos dos grupos de mujeres se percibe el trabajo en equipo. A la mujer se le considera menos inteligente que al hombre pero con un alto nivel moral. Búsqueda de mayor libertad, expresada en la moda y en su manera de interactuar con el hombre –sobre todo las mujeres dedicadas al estudio formal–.
<i>Mujer enajenada con el deber ser</i>	Décadas: treinta y cuarenta.	Mujer regordeta, tímida y pasiva. Su actividad <i>puertas afuera</i> se ve bloqueada por el <i>techo de mármol</i> .

(Continúa en la siguiente página) ►

Estereotipo	Fase histórica	Características generales de la imagen
<i>Sistema patriarcal que permite cierta libertad social de la mujer mexicana.</i>	Década: cincuenta.	La mujer mexicana logra el voto. Sin embargo, éste se da con la advertencia social de que esto no fuese el detonador para que la mujer se ocupara de otros ámbitos que no fuera el del hogar.
<i>¿Mujer libre?</i>	Décadas: sesenta y setenta	Es el momento que marca el logro de ciertos acontecimientos que generaron una percepción hacia la libertad de la mujer en el mundo. En México aparece también cierto dejo de libertad aunque el sistema patriarcal sigue estando presente.
<i>Mujer Alfa. Mujer exitosa: ¿Aún con brechas de marca personal?</i>	Décadas: noventa y actual	La mujer mexicana ha tenido logros profesionales que seguramente la han llenado de éxito, sin embargo, ¿es posible que dichos triunfos permitan proyectar una imagen sin brechas de marca personal? Surge la imagen de la mujer alfa que deja atrás los tiempos del patriarcado y, aún con su imagen de éxito, pareciera que continúan las brechas.

Fuente: Elaboración propia con información de Torres y Atilano (2014), Ramos (2006), González (2006), Rocha (2001), Poniatowska (1999) y López (2007).

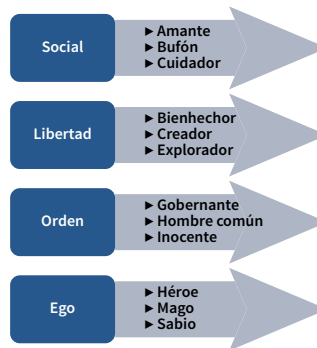
Como puede observarse, el patriarcado ha sido el sistema que ha permeado a través de diversas fases históricas. Es en el siglo XX cuando la necesidad de libertad y emancipación de la mujer en México y en el mundo se hace patente. Se puede decir que es el momento en el que la mujer comienza a agruparse y a trabajar en equipo. Algunas, como las feministas, se reúnen en equipos de mujeres; en cambio la mujer mexicana trabaja al lado del hombre, agrupándose en luchas sociales, como en la independencia y durante la revolución mexicana. La observación de esta evolución se hace indispensable porque permite examinar atentamente la manera en la que la imagen se va modificando. Es la manera de observar el axioma 5 de la imagen pública: “La imagen es dinámica” (Gordoa, 2002, p. 45). Se pueden revisar a través de la historia diversos adjetivos que a la mujer mexicana se le fueron adjudicando: mujer angelical, menor de edad, madre/hija, madre/esposa, heroína, andrógina, entre otros. Es una forma de ver cómo la imagen se mueve en la búsqueda de algún logro. En este caso, de la libertad como una forma de expresar su individualidad y, tal vez de manera inconsciente, de permitirse ser antes de parecer.

2.1.2 Arquetipos

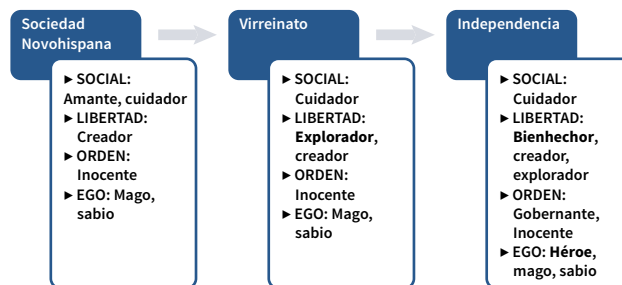
Etimológicamente proviene del latín *archetypum* que significa *modelo original*. Con la palabra estereotipo comparte el lexema *tipo* –molde o impresión–; el rasgo griego *Arjé* es lo que marca la diferencia entre arquetipo y estereotipo, pues da el significado de *fuelle, origen, primero* o *incitador*. Es decir, un arquetipo se refiere a un modelo o forma primera (Forga, 2014, p. 50).

En el siglo XIX, Adolf Bañtian los llamó ideas elementales o étnicas de la humanidad, porque se elaboran a partir de la diversidad de ámbitos que presenta la cultura humana (Campbell, 1991, p. 53). En los umbrales del siglo XX, Carl Guřtav Jung los nombró imágenes primordiales o mitológicas. Jansen afirma que son “patrones universales o plantillas que existen en el inconsciente de cada persona. Cada arquetipo posee su propio grupo de valores, ambiciones, intenciones y comportamientos que nos ayudan a darnos cuenta de nuestras (inconscientes) ambiciones y aspiraciones” (2006, p. 2). Desde diversas líneas de interpretación ha sido utilizada la teoría que sobre los arquetipos propuso Jung.

Jansen (2006, p. 2) generó la línea arquetípica que se observa en los cuadros 7 y 8.

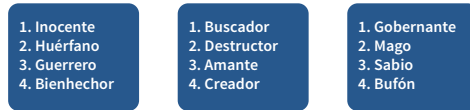


Cuadro 7. Fuente: Adaptado de Jansen, 2006, p. 2.

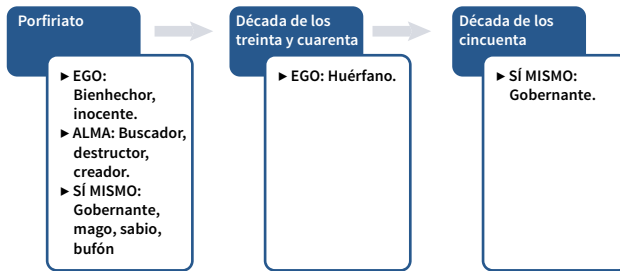


Cuadro 8. Fuente: Adaptado de Jansen, 2006, p. 2.

Pearson (2006) sugiere una línea arquetípica haciendo uso de los mismos parámetros utilizados por Jansen, pero con diferente clasificación, tal como puede apreciarse en los cuadros 9 y 10.

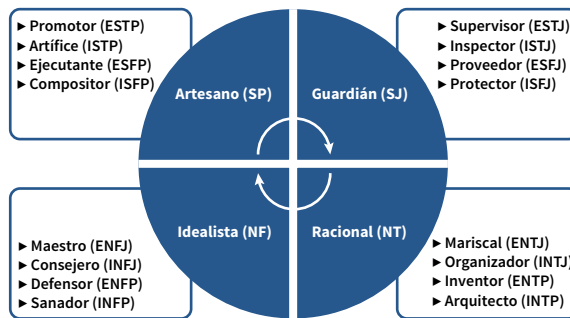


Cuadro 9. Fuente: Adaptado de Pearson, 2006, pp. 31-34.



Cuadro 10. Fuente: Adaptado de Pearson, 2006, pp. 31-34.

Myers-Briggs (Keirsey, 2001, pp. 27-28) generaron una propuesta: la tipología de la personalidad, cuya organización se muestra en el cuadro 11. Bolen (2010) propuso una vía arquetípica basada en diosas de la mitología griega, la categorización puede observarse en el cuadro 12.



Cuadro 11. Fuente: Adaptado de Keirsey, 2001, pp. 27-28.

Arquetipos (Diosas) vírgenes

- ▶ Artemisa
- ▶ Atenea
- ▶ Hestia

Arquetipos (Diosas) Vulnerables

- ▶ Hera
- ▶ Deméter
- ▶ Perséfone

Arquetipos (Diosa) Alquimista

- ▶ Afrodita

Cuadro 12. Fuente: Adaptado de Bolen, 2010, p. 389.

La evolución de la mujer mexicana en la historia pudo haberse dado por medio de lo social con respecto a ser amante y cuidadora, pues su labor como protectora del hogar fue puntual, siendo ésta su mayor aspiración. El modelo de Jansen (2006) sugiere que la parte de la libertad pudo haberse dado con respecto a los arquetipos *creador* y *bienhechor* dentro del hogar en las cuestiones asociadas con la cocina, hilar y tejer. El ego se aplicó en cuanto a las relaciones de la madre con su familia, en donde el *mago* que transforma junto con el *sabio* pudieron haber participado en la educación de los hijos. En el virreinato se agrega el arquetipo del *explorador*, ya que la mujer comienza a tener cierta formación un tanto académica y, en algunas esferas de la sociedad, un tanto informal. En la independencia de México, los arquetipos de *bienhechor* y *héroe* o *heroína* se sumaron a los anteriores, impulsando desde lo interno a la mujer a participar activamente en dicho movimiento.

Bajo la línea arquetípica propuesta por Pearson (2006), la mujer mexicana durante el porfiriato se vio movilizada con arquetipos de *bienhechor* al ejercer su participación social con actividades filantrópicas. El *inocente* es la parte de la mujer que tuvo fe y confianza en la vida, en donde su obediencia y sumisión fueron un elemento importante para resguardarse y permanecer segura; su mayor temor fue quedarse abandonada. Las mujeres feministas fueron quienes aplicaron los arquetipos propios del *alma* (cuadro 9), pues buscaron nuevas oportunidades en entornos políticos y educativos. Las feministas se sintieron descontentas y vacías, comenzaron con un deseo y apareció el arquetipo del *destructor* cuya meta fue el crecimiento y la metamorfosis. “El destructor generalmente ataca a personas en la flor de la vida, que han desarrollado su identidad a fondo y que creen en su capacidad para hacer frente a las dificultades” (Pearson, 2006, p. 165).

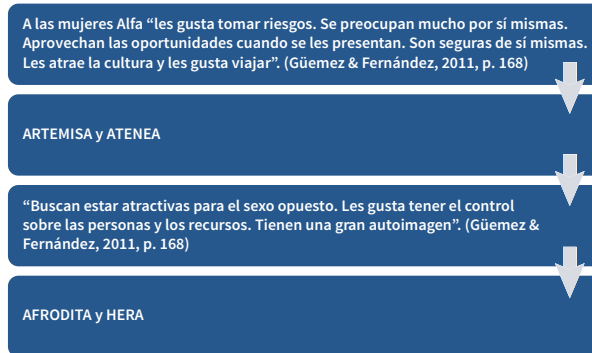
Con la mujer feminista aparece también el arquetipo del *gobernante*, el cual también se presentó con la mujer mexicana soldadera y proletaria, ya que en ellas apareció como meta un reino –vida– próspero y armónico siendo los dones alcanzados a través de ciertas actividades: El logro de su soberanía, el asumir nuevas responsabilidades y la obtención de diversas competencias (Pearson, 2006, p. 209). Al aparecer en la vida de la mujer mexicana la transformación de realidades inferiores en superiores –por ejemplo, la jerarquía y los puestos en filas de revolucionarios como soldados, o las soldaderas al resolver la vida de los soldados en el campo de batalla–, adquirieron ciertos dones para modificar y restaurar una vida vacía en nuevas oportunidades logrando así experimentar el arquetipo del *mago*. El arquetipo del *sabio* le permitió a la mujer mexicana tratar de examinar el desapego pues, seguramente la revolución le dejó como sabiduría comprender –sobre todo cuando se iba a la lucha a causa de la levanta las posibles pérdidas familiares y materiales que tuvo durante este movimiento.

Con respecto a la década de los treinta y cuarenta, el techo de mármol agregó a sus anteriores arquetipos el del *huérfano*, pues es muy posible que las mujeres de ese momento se hayan sentido heridas o vulnerables, ya que no se le permitía ocupar puestos de autoridad o de gran responsabilidad.

En la década de los cincuenta aparece de nueva cuenta el del *gobernante*, que ratifica y afianza tal arquetipo. “Hay quienes temen a los arquetipos más poderosos –especialmente el Gobernante y el Mago– porque su capacidad de hacer daño es tan grande como la que tienen para hacer el bien” (Pearson, 2006, p. 212). Es por eso que la sociedad de aquellos tiempos miró con desdén y desconfianza el que la mujer pudiera lograr el voto.

A propósito del modelo de Myers-Briggs, en el umbral del siglo XX, el arquetipo del *guardián* fue el que imperó como línea continua del siglo anterior –el victoriano–, en donde todo fue rigidez e inflexibilidad. Hacia el final del siglo XX, puede decirse que las características de la mujer mexicana se diseminaron entre el *artesano* –la mujer divertida que vive el hoy con entusiasmo y busca la liberación en muchos aspectos–, el idealista con el deseo de liberación femenina y las racionales con las feministas de los años de la década de los setenta.

En la actualidad, con el nacimiento de la llamada *mujer alfa*, es muy posible que sus arquetipos se cimenten en la línea de Bolen (2010), mismos que pueden apreciarse en los del cuadro 13.



Cuadro 13. Fuente: Adaptado de Güemez & Fernández, 2011, p. 168.

Como puede observarse, la evolución de la imagen pública de la mujer mexicana mediante los arquetipos puede ser factible y se pueden obtener datos relevantes con respecto a las raíces de ciertas conductas observadas de manera general en estas páginas. Conforme han pasado los tiempos, la mujer mexicana ha descubierto en su esencia ciertos arquetipos. En el principio, el arquetipo de la madre –Deméter– fue el que permeó en su personalidad. En el siglo actual, en las mujeres sobre todo profesionistas, los arquetipos de Artemisa, Atenea, Afrodita y Hera han impulsado el talento de las mujeres estratégicas, competitivas, comprometidas y creativas. Son los que van ganando ventaja sobre el de la madre, que por mucho tiempo se ha percibido. Sin embargo, los rasgos de la mujer alfa engendran ciertas peculiaridades perfeccionistas y controladoras, ¿serán estos factores los que posibiliten ciertas brechas de marca personal entre su esencia y su imagen y que aún detienen la proyección de una imagen pública que proyecte sus auténticos talentos?

2.2 Brechas de marca personal y paradigma para su cierre: sus posibilidades

¿Qué es una brecha? Es una palabra que se deriva del vocablo franco *breka* –roto–. Una brecha se refiere a la rotura, resquicio, abertura, herida. En su sentido simbólico se asocia con la pérdida de la certeza o seguridad. Cuando las diferencias entre imagen y esencia son considerables, es decir, se desea parecer antes que ser, es cuando las brechas entre esencia e imagen se abren entonces se dan las incoherencias (Kaye, 2012).

Se pretende proponer un paradigma que trate de cerrar las brechas de marca personal de la mujer mexicana. El paradigma se basa en la propuesta de

Murdock (2010), quien propone un proceso para sanar las heridas que posibilitarían un bloqueo del talento en la mujer. La propuesta es vincular la epistemología de la ingeniería en imagen pública con el proceso planteado por Murdock, adecuándolo a la mujer mexicana.

El proceso reconoce ciertas fases en las cuales la mujer se enfrenta a situaciones que podrían complicar su evolución y desarrollo de una manera sana y coherente con respecto a su esencia e imagen. A continuación se presentan algunas de las fases del paradigma con respecto a su estado actual y con relación a la imagen de la mujer mexicana.

El alejamiento de lo femenino y la identificación de lo masculino

El *statu quo* que representa una madre para una mujer. Este punto se refiere a la madre biológica y a la *madre interna* –la autoestima equilibrada entre lo femenino y masculino y su intuición que le dan cierta estabilidad personal–. Este tema también se refiere a las restricciones que se han dado con respecto al tema sexual y la inferioridad femenina originada a partir del patriarcado. Lo anterior, según Murdock (2010), ha llevado a la mujer a buscar copiar el modelo de poder que ha tenido más cercano: el del hombre.

Es probable que el sistema del patriarcado, que significa: “aquel por el que los hombres poseen una situación de superioridad y ventaja sobre las mujeres [...] Ley del padre, trata del control social que ejercen los hombres en cuanto a padres sobre sus esposas e hijas. El Patriarcado, estructura la parte masculina de la sociedad, como grupo superior al que forma la parte femenina” (Melero, 2010: 77), haya generado, de manera más fácil en la sociedad mexicana, el perfil hacia la imitación cercana con respecto al hombre y su relación con la búsqueda del poder, ya que, como se indica: “Existen culturas más violentas que otras [...] Las sociedades autoritarias, como la mexicana, suelen ser lugares donde se presentan más situaciones de acoso que no son identificadas como tales” (Guerrero Mothelet, 2016). Por lo tanto, la hipótesis de que la mujer mexicana se haya alejado de lo femenino en esencia, es decir, desde su parte más interna y no tanto desde su apariencia –aunque podría haber la posibilidad; para obtener autoridad, mando y poderío con respecto a sus audiencias–, tiene cabida en esta propuesta. Es aquí en donde la ingeniería en imagen pública podría generar beneficios con respecto al rescate y reconciliación de la parte femenina de las mujeres y al gusto por buscar de manera más confiada la materialización de sus sueños personales y profesionales.

El mito del amor romántico

La mujer interioriza desde temprana edad la idea del *príncipe azul* que vendrá a rescatarla y estará con ella hasta el fin de los tiempos. Esta idea podría estar reforzada por las narraciones que desde niñas se les ha relatado: *La Cenicienta*, *Blanca Nieves*, entre otros. Murdock (2010, p. 78) afirma que esta idea –*el amor romántico*– genera en las mujeres la esperanza de que sólo con un hombre al lado –esposo, marido, amante– podrán alcanzar sus metas: “Cuando una mujer se libera de la creencia de que su realización depende de un hombre, puede encontrar un compañero que sea un igual, y disfrutar de un verdadero amor romántico” (Murdock, 1991, p. 82). Platón definía el amor romántico como “el dios del amor [que] vive en el estado de la necesidad, una emergencia, un desequilibrio homeostático, como el hambre y la sed” (citado en Vargas, 2009). Cuando el amor romántico se manifiesta en situaciones en las cuales las personas involucradas no se encuentran emocionalmente sanas, el proceso que genera *el mito del amor romántico* puede encontrar un campo idóneo para la codependencia, donde la necesidad es un requisito para mantener la relación. En palabras de la antropóloga Hellen Fisher, es un tema poco investigado (Vargas, 2009).

El mito de no ser nunca suficiente

Murdock (2010, pp. 95-114) argumenta que, en aras del reconocimiento externo, la mujer algunas veces busca conseguir y lograr éxito profesional y académica a partir de lo que le indica la sociedad –familia, amigos, entre otros–, no de lo que ella decide. Busca títulos y puestos que la podrían colocar ante una percepción entre sus audiencias como exitosa, triunfadora y con fama a partir de las peticiones de quien así lo desea, pero tal vez no desde sus propias necesidades. De manera teórica, no se localizaron documentos en donde se avale que *para la mujer mexicana sea doloroso tener éxito* o que su autoestima depende de la aprobación de sus audiencias. Es un punto que sería interesante investigar entre grupos objetivo de mexicanas.

Las mujeres fuertes pueden decir que no

¿Decir *no* a qué? A la violencia, a la represión, a todo lo que le genere inseguridad. Es decir, a lo que no conviene a la mujer; aquello que no represente el respeto a

la esencia, a su objetivo y a la satisfacción de las necesidades de sus audiencias (Gordoa, 2002, p. 45). Cincuenta y seis por ciento de las mujeres maltratadas vive con miedo emocional o psicológico, que les lleva a evitar decir que son golpeadas o que están experimentando violencia en su vida por parte de su marido o pareja, padre, madre, hermanos, hijos entre otros actores cercanos a ella. Tienen miedo a decir lo que piensan. El maltrato económico, patrimonial y emocional que se da en contra de la mujer (*Mujeres maltratadas viven con miedo emocional*, 2010) es una línea en la que, con una conducta emocionalmente sana, las mujeres podrán definir con base en sus necesidades a partir de su esencia.

El contacto con la brecha

Es la fase en la cual la mujer desciende para tocar su ser interno y entablar una relación con la brecha de marca personal –herida–. Tocar la brecha significa prácticamente *tocar fondo*, para posteriormente ascender con una consciencia y un autoconocimiento de aquello que había bloqueado el talento de la mujer (Murdock, 2010, pp. 115-140). El estar en contacto con la brecha es estar viviendo una tristeza profunda a partir de una pérdida, es palpar un malestar interno intenso que genera un desequilibrio en la conducta de la mujer. La depresión “es la primera causa de atención siquiátrica en México” (Inmujeres, p. 6). En este punto es importante recalcar que los asesores en imagen pública no son terapeutas –a menos que tengan la profesión y especialidad–. Sin embargo, como una fase en la que los asesores en imagen pública puedan hacer consciente a la mujer mexicana de sus brechas de marca personal, la aplicación del paradigma es recomendable como un proceso de *darse cuenta de...* y, tal vez, posibilite la prevención para identificar aquello que ha quedado en alguna parte de la esencia proyectada a través de la imagen y que, bajo situaciones vivenciales de difícil solución, el ejercicio de tomar consciencia podría prevenir el caer en depresiones o en situaciones emocionales que generen una profundidad mayor en las brechas de marca personal.

Curar la ruptura madre-hija

Una madre biológica muy buena o una muy mala generan brechas en la mujer. La primera por sobreprotección y la segunda porque produce una baja autoestima y poco reconocimiento de sus logros personales. La propuesta

de Murdock (2010, pp. 165-194) induce a buscar en el ser interno de la mujer a la madre interna –autoestima e intuición– que dé protección y seguridad en cualquier ámbito. Con respecto a este tema, Soltero sostiene que esta interacción “es el modelo inicial para relacionarnos con los demás en la vida... Sanar la relación con nuestra madre nos ayudará a sanar la relación con la vida porque ella es el primer modelo de amor y de sustento que tenemos” (Soltero, 2016). Una relación estrecha de la mujer con la madre podría afectar las relaciones con sus audiencias, por ejemplo, con su esposo o pareja, pues “la obsesiva dependencia de la madre por parte de uno de los dos cónyuges puede considerarse una causa válida para la iglesia católica que anule un matrimonio [...] Es como haberse casado con la suegra [...] La dependencia es como una especie de *droga* que incide gravemente en la vida conyugal” (El Mundo, 2014).

Sanar la brecha entre lo femenino y lo masculino

Murdock (2010, pp. 195-212) sostiene que es importante permitir entre la sociedad la comprensión, entendimiento y empatía en la relación individual y colectiva. Esta fase permite el logro de la coherencia en la mujer, pues posibilita que sus aspectos femenino y masculino puedan interactuar de manera armónica. En el cuadro 14 pueden observarse las cualidades femeninas y masculinas que generan un equilibrio o desequilibrio en su imagen. La confianza y la seguridad femeninas pueden fortalecerse a partir del reconocimiento de su parte masculina interna y del equilibrio entre ésta y la femenina.

Cualidades Femeninas		Cualidades Masculinas	
Generan conductas estables	Generan conductas inestables	Generan conductas estables	Generan conductas inestables
<ul style="list-style-type: none"> • Asertiva • Directa • Independiente • Cariñosa • Creativa • Comprometida • Responsable 	<ul style="list-style-type: none"> • Manipuladora • Indirecta • Controladora • Pasiva • Víctima • Mártir • Dependiente • Asfixiante 	<ul style="list-style-type: none"> • Competitivo • Protector • Compasivo • Comprometido • Objetivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Violento • Dominante • Friamente racional • Autoritario • Controlador • Manipulador • Se adhiere rígidamente a la ley y el orden
<p>"Cuando estos atributos están en equilibrio contribuyen a que la mente tenga un funcionamiento sano. Cuando están desequilibrados la mente sufre tensiones" p. 154.</p>			

Cuadro 14. Fuente: Adaptado de Murdock, 1999, pp. 154-155.

La inteligencia emocional

“El ser humano ha descubierto la importancia de armonizar la razón con la emoción” (Gordoa, 2003, p. 58), por lo cual se intentan vincular dentro del paradigma dinámicas con respecto a la razón, debido a que es muy probable que en cada fase se vivan cambios y modificaciones personales que generen en la mujer y en sus allegados ciertas actitudes incómodas, pues en ella se percibirá una imagen diferente y ajustada con su autenticidad y distinta a lo que de ella se conocía. Un hombre con actitudes misóginas no encontrará más a la mujer codependiente. Un hombre con actitudes machistas no encontrará más a la mujer sumisa. Una mujer agresiva y violenta contra otra mujer, no encontrará más una mujer débil de carácter.

Alrededor de 47% de las mujeres mexicanas de 15 años y más han sufrido algún incidente de violencia emocional, económica, física o sexual a lo largo de la relación sentimental con su actual o última pareja. El tipo de violencia consiste en que las han humillado, menospreciado, les han destruido sus cosas o las del hogar, vigilado, amenazado con un arma o con irse, o con matarse o matarlas, las han corrido de la casa o les han quitado a sus hijos. (Velasco y Ballinas, 2013, p. 40). En anteriores líneas del presente escrito se ha tratado el tema de la violencia que se propicia en contra de la mujer mexicana, posibilitando así el bloqueo del talento a partir del miedo que se genera y que se proyecta en su imagen. La Universidad Nacional Autónoma de México (2014) indica que la personas que carecen de inteligencia emocional presentan mayores niveles de impulsividad que provocan distintos comportamientos antisociales, conductas autodestructivas como consumo de drogas y del alcohol. Por tal motivo, se desea agregar a la propuesta la inteligencia emocional como opción para un uso adaptativo durante el proceso en la aplicación del paradigma.

Narración de historias, mitos y cuentos

Estés sostiene que “los cuentos son una medicina [...] Los cuentos engendran emociones, tristeza, preguntas, anhelos y comprensiones que hacen aflorar espontáneamente a la superficie el arquetipo [en cuestión]” (2009, p. 29). En México, Soltero (2014) hace uso del cuento en diversos programas radiofónicos y los utiliza para generar procesos de cambio en las mujeres a quienes dedica sus programas. Los asesores en imagen pública, por su conocimiento de la imagen verbal y de la comunicación no verbal, podrían aplicar de manera

interesante la práctica de cuentos y narraciones de historias y mitos dentro de su práctica profesional para generar cambios significativos de percepción y transformación en sus audiencias.

2.3 Influencia histórica

“La cultura denota un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medios con los cuales los hombres comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento y sus actitudes frente a la vida” (Geertz, 1973, p. 88).

La simbología de cierto contexto cultural alude a significados propios que expresan diversas pautas a partir de esos sistemas de concepciones. Pautas que pueden referirse a arquetipos o estereotipos producto de la cultura o contexto en donde se manifiesten y son los elementos que, según Jung, posibilitan la química entre las personas o el reconocimiento inmediato de símbolos en ciertos mitos y ámbitos (Boeree, 2016).

En este sentido, y siguiendo la teoría de Geertz (1973), los arquetipos son cruciales, pues al ser tendencias universales que están en el inconsciente personal, pero que al mismo tiempo son originados en el inconsciente colectivo, permiten apreciar la manera en la que se conjugan estos elementos. Al revisar los arquetipos en cada etapa histórica se hace consciencia de que, entre más se cierran las brechas, los arquetipos se encuentran activados en un mínimo número. Entre más arquetipos activos se conjuntan en la mujer, más complicadas serán sus conductas y, entonces de esta manera, “son responsables de las principales diferencias entre las mujeres” (Bolen, 2010, p. 20). Los arquetipos son de importancia significativa porque son los causantes de potenciar el talento de las mujeres (Bolen, 2010). Como puede apreciarse en el punto de la evolución histórica, la mujer fue presentando y aumentando sus arquetipos de tal manera que esto sugiere un desarrollo y ganancia de mayor independencia –los arquetipos de Artemisa y Atenea–.

Por otra parte, se presume que la violencia se origina en el autoritarismo que se vive en nuestro país, tal como se argumenta en líneas arriba, una violencia que al parecer es intergeneracional, tal como lo define el siguiente texto:

Los datos, en su conjunto, confirman que el carácter sistémico de la violencia contra las mujeres también se expresa en el efecto de contagio que la violencia,

en un escenario, parece jugar sobre otro a lo largo de la vida: las niñas que atestiguan violencia entre los padres, tienen más probabilidades de ser también objeto de violencia por parte de ellos, que las que no atestiguan dicha violencia; las niñas que sufren violencia física en la infancia, tienen mayor riesgo de sufrir acoso escolar que las que no sufren violencia en la infancia. Quienes sufren acoso escolar, presentan más riesgo de sufrir violencia en el noviazgo que aquellas que no lo sufren; las que viven violencia en el noviazgo, tienen mayor riesgo de sufrir violencia de pareja que quienes no sufren violencia en el noviazgo. Y las que sufren violencia de pareja, tienen mayores probabilidades de ejercer violencia contra los hijos que aquellas que no sufren violencia de pareja. Estamos frente a un ciclo de violencia que se refuerza en diferentes etapas de la vida y se perpetúa intergeneracionalmente (Riquer y Castro, 2012, p. 38-39).

Por lo anterior, se concluye que muchas de las conductas que aún aparecen proyectadas a través de la imagen de la mujer tienen su origen en pautas ancestrales, tal y como lo confirman Riquer y Castro (2012) con respecto a lo significativo de conductas reforzadas y perpetuadas intergeneracionalmente.


Las imágenes con respecto al sistema patriarcal, la sumisión y la obediencia son actitudes que tienen una constante en cada fase histórica. Aun con el surgimiento de la mujer alfa, la posibilidad de que estas brechas se manifiesten queda aún latente, pues la violencia generada contra la mujer sigue siendo causa de noticias y movimientos institucionales para tratar de debilitarla. ¿Será el sistema patriarcal el indicador que genera sus brechas? Lipovetsky (2016) apunta que la dominación patriarcal es innegable, aun así el mismo autor se pregunta: “si todo en los comportamientos femeninos se puede explicar con la dominación masculina, a lo cual, se responde que no está seguro...”, quien escribe este texto opina que, sin lugar a dudas, el sistema patriarcal ha sido un factor significativo con respecto a la conducta femenina y la construcción de sus brechas. Sin embargo, se piensa que, como Lipovetsky, hay algo más por encontrar. Es por eso que esta propuesta, aunque está dirigida a la mujer mexicana, desea aportar a la causa humana –hombres y mujeres– elementos que posibiliten la seguridad y confianza personales proyectados a partir de la coherencia entre la esencia y la imagen.

2.4 Aspectos no abordados aún y que justifican una tesis doctoral

La revisión de literatura específica sobre la imagen pública de la mujer mexicana –1900-1920– y la imagen pública de la mujer mexicana en la actualidad, en diversas bases de datos, permitió observar que hay innumerables libros de marca personal –*personal branding*–, pero no uno que posibilite el cierre de brechas de marca personal de la mujer mexicana con el sustento bajo la epistemología de la ingeniería en imagen pública. El paradigma que se pretende proponer contiene fases significativas que han sido tratados por algunos autores de manera separada. Por ejemplo, el tema del amor romántico, la relación madre-hija, la necesidad permanente de un hombre para tener éxito. Son asuntos que han sido abordados, pero por separado. El paradigma que se desea plantear los contiene todos, además se sustenta y se vincula con la epistemología de la ingeniería en imagen pública y la inteligencia emocional.










Se observa que, con respecto al paradigma, el tema *El mito del amor romántico*, según Hellen Fisher (Vargas, 2009), aún no está demasiado estudiado. El tema: *El mito de no ser nunca suficiente*, en donde se señala que la mujer puede tener bloqueos para generar o disfrutar de sus éxitos, no fue localizado en documentos de investigación, por lo que, hacer un estudio con respecto a este punto fortalecería de manera significativa la propuesta. En el tema de la *mujer alfa*, aunque la búsqueda de literatura arrojó temas nuevos para quien escribe este texto, como el de la mujer alfa –mujer con mayor independencia que las sumisas y obedientes de otros tiempos–, será interesante definir si el ser perfeccionista y buscar mayor éxito en el trabajo que en la familia posibilitaría también ciertas divisiones internas que le podrían llevar a presentar brechas de marca personal. No se localizaron documentos con análisis de mujeres bajo las condiciones de la Gestalt, aspecto desde el cual se dará el análisis de imágenes de inicios del siglo XX. No se localizaron documentos con análisis de la imagen de la mujer o mujer mexicana bajo los arquetipos de las líneas de:

- ▶ Myers-Briggs y David Keirse
- ▶ Jean Shinoda Bolen
- ▶ Carol S. Pearson
- ▶ M. Jansen

Los anteriores son aspectos que aún no han sido abordados, por lo que se puede concluir que no existe trabajo alguno con respecto al estudio de la imagen pública de la mujer mexicana sustentada en la epistemología en la ingeniería de la imagen pública y con un enfoque retrospectivo que busque pautas de imagen y que genere un resultado para tratar de cerrar sus brechas de marca personal en el presente y así generar una percepción coherente en torno a ella. 

Referencias

Electrónicas

-  Brecha. *Definición*. De. Recuperado el 9 de diciembre de 2016 de <http://definicion.de/brecha/>
-  BUSTOS ROMERO, O. (s.f.). Mujeres rompiendo el techo de cristal: El caso de las universidades. *Omnia*. Recuperado en noviembre de 2016 de <http://studylib.es/doc/6518752/mujeres-rompiendo-el-techo-de-cristal>
-  CORRALES NAVARRO, E. (2011). El lenguaje no verbal: Un proceso cognitivo superior indispensable para el ser humano. *Revista Comunicación*. 20(1), 46-51. Recuperado el 3 de marzo de 2017 de <http://www.redalyc.org/pdf/166/16620943007.pdf>
-  GONZÁLEZ JIMÉNEZ, R. M. Las mujeres y su formación científica en la Ciudad de México. *Revista mexicana de investigación educativa*. 11 (30), 771-795. Recuperado el 01 de diciembre de 2016 de <http://www.redalyc.org/pdf/140/14003004.pdf>
-  GORDOA, V. (s. f.). Entrevista con... Víctor Gordo, presidente de consultoría en Imagen Pública y rector del Colegio de Consultores en Imagen Pública. *Segmento ITAM*. Recuperado el 3 de marzo de 2017 de <http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/Entrevista%20VGordoa.pdf>
-  GORDOA, V. (2012). La consabida incoherencia política. *Excelsior*. Recuperado el 3 de marzo de 2017 de <http://www.excelsior.com.mx/opinion/2012/10/24/victor-gordoa/866003>
-  GÜEMEZ RICALDE, F. J. & FERNÁNDEZ CASTILLO, A. DEL R. (2011). Perfil de la mujer alfa en la frontera México – Belice. *Multiciencias: Ciencias económicas y sociales*. 11 (2), 166-176. Recuperado en noviembre de 2016 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90419195008>
-  GUERRERO MOTHELET, V. (2010). Maltrato: La violencia de todos los días. *¿Cómo ves: Revista de divulgación de la ciencia de la UNAM*. 143. Recuperado el 01 de diciembre de 2016 de <http://www.comoves.unam.mx/numeros/articulo/143/maltrato-la-violencia-de-todos-los-dias>
-  El Mundo. (2014). *La obsesiva dependencia de la madre será una causa válida para anular un matrimonio católico*. Recuperado en noviembre de 2016 de <http://www.elmundo.es/internacional/2014/02/16/53009774268e3ec45c8b4572.html>

- 🍃 MOCTEZUMA NAVARRO, D., NARRO ROBLES, J. & OROZCO HERNÁNDEZ, L. (2013). La mujer en México: inequidad, pobreza y violencia. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. (220), 117-146. Recuperado el 05 de julio de 2016 de <file:///C:/Users/Marisela/Desktop/LA%20MUJER%20EN%20MÉXICO%20UNAM.pdf>
- 🍃 Mujeres maltratadas viven con miedo emocional. *El Universal. Sociedad. Edición digital*. (2010). Recuperado el 01 de diciembre de 2016 de <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/649129.html>
- 🍃 ORDORIKA SACRISTÁN, T. (2012). Mujeres mexicanas experimentan angustia y depresión, más que los varones. *Boletín UNAM-DGCS-802*. Recuperado el 04 de julio de 2013 de http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2012_802.html
- 🍃 PONIATOWSKA, E. (2010). *Las soldaderas, 100 años de Adelitas*. Recuperado en noviembre de 2016 de https://www.youtube.com/watch?v=o_pwI6iyhTY
- 🍃 RIBERA CARBÓ, A. (s. f.). Mujeres sindicalistas: Las trabajadoras de la casa del obrero mundial (1912-1916). Una aproximación a las fuentes para su estudio. Recuperado en noviembre de 2016 de <file:///C:/Users/Marisela/Downloads/Dialnet-MujeresSindicalistasLasTrabajadorasDeLaCasaDelObre-1256568.pdf>
- 🍃 RÍQUER FERNÁNDEZ, F. & CASTRO, R. (Coord.) (2012). *Estudio Nacional sobre las fuentes, orígenes y factores que producen y reproducen la violencia contra las mujeres: Presentación y síntesis de resultados*. México: Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres. Recuperado el 20 de noviembre de <http://www.conavim.gob.mx/work/models/CONAVIM/Resource/103/1/images/1PresentacionResultadosEstudioNacionalsobrelasFuentesOrigenes.pdf>
- 🍃 SÁNCHEZ VALLE, I. (2001). Historia, historia de la ciencia y epistemología pedagógica. *Aula abierta*. (7), 1-24. Recuperado el 9 de marzo de 2017 de <file:///C:/Users/Marisela/Desktop/Dialnet-HistoriaHistoriaDeLaCienciaYEpiSTEMOLOGIAPedagogic-45504.pdf>
- 🍃 SOLTERO, A. (2016). *Relación madre e hija*. Recuperado el 24 de noviembre de 2016 de <https://www.youtube.com/watch?v=-YpRjFp3Zs4>
- 🍃 SOLTERO, A. (2014). *Cómo usar el cuento como proceso de cambio*. Recuperado el 24 de noviembre de 2016 de <https://www.youtube.com/watch?v=Ls49RwzpkCQ>
- 🍃 TORRES AGUILAR, M. & ATILANO VILLEGAS, R. Y. (2014). La educación de la mujer mexicana en la prensa femenina durante el Porfiriato. *Revista histórica de educación latinoamericana*. 17 (24), 217-242. Recuperado en noviembre de 2016 de <file:///C:/Users/Marisela/Downloads/Dialnet-LaEducacionDeLaMujerMexicanaEnLaPrensaFemeninaDura-5233781.pdf>
- 🍃 TORRES HERNÁNDEZ, P. (s.f.). IV. La participación social de la mujer. *Ensayos sobre el bicentenario de la Independencia y centenario de la Revolución Mexicana* (33-37). México: Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Contaduría y Administración. Recuperado en noviembre de 2016 de http://www.fca.unam.mx/docs/ensayos_bicentenario/participacion.pdf

- ☞ Universidad Nacional Autónoma de México. Fundación UNAM. (2014). *Inteligencia emocional*. Recuperado el 23 de noviembre de 2016 de <http://www.fundacion-unam.org.mx/educacion/inteligencia-emocional/>
- ☞ VALDEZ MEDINA, J. L. & GONZÁLEZ ARRATIA, N. I. (1999). El autoconcepto en hombres y mujeres mexicanos. *Ciencias humanas y de la conducta*. 6 (3), 265-269. Recuperado el 22 de noviembre de 2016 de <http://www.redalyc.org/pdf/104/10401606.pdf>
- ☞ VARGAS, A. (2009). El amor romántico es una de las sustancias más adictivas que hay. *La Jornada*. Recuperado el 24 de noviembre de 2016 de <http://www.jornada.unam.mx/2009/12/31/index.php?seccion=opinion&article=ao2n1cul>
- ☞ VELASCO, E. & BALLINAS, V. (2013). Alrededor de 47 % de las mexicanas han sufrido agresiones emocionales. *La Jornada*. (235), 40. Recuperado el 23 de noviembre de 2016 de <http://www.jornada.unam.mx/2013/11/25/sociedad/o4on2soc>

Libros

- ☞ BOLEN, J. S. (2010). *Las diosas de cada mujer: Una nueva psicología femenina*. (20ª ed.). Barcelona: Kairós.
- ☞ CAMPBELL, J. (1991). *Las máscaras de Dios: Mitología primitiva*. Madrid: Alianza editorial.
- ☞ ESTÉS, C. P. (2009). *Mujeres que corren con los lobos*. Barcelona: Zeta.
- ☞ GEERTZ, C. (1973). *La interpretación de las culturas*. Nueva York: Basic books.
- ☞ GORDOA, V. (2002). *El poder de la imagen pública*. México: Edamex.
- ☞ GORDOA, V. (2003). *Imagología*. México: Grijalbo.
- ☞ *Historia de las mujeres en México*. (2015). México: Instituto Nacional de Estudios Históricos de las Revoluciones de México.
- ☞ *Historia de las mujeres en Occidente: Siglo XIX*. (Dirección George Duby). (1993). Barcelona: Taurus.
- ☞ *Historia de las mujeres en Occidente: Siglo XX: Nacionalismo y mujeres* (Dirección George Duby). (1993). Barcelona: Taurus.
- ☞ *Instituto de la indumentaria de Kioto: Moda desde el siglo XVIII al XX*. (2004). Hong Kong: Taken.
- ☞ JANSEN, M. (2006). *Brand prototyping: Developing meaningful brands*. Amsterdam: Klower.
- ☞ MILES, R. (1989). *La mujer en la historia del mundo*. Barcelona: Civilización.
- ☞ MURDOCK, M. (1999). *El viaje heroico de la mujer: Etapas y claves del proceso femenino*. Madrid: Gaia.

- ☛ MURDOCK, M. (2010). *Ser mujer: Un viaje heroico: Un apasionante camino hacia la totalidad*. Madrid: Gaia.
- ☛ PEARSON, C. S. (2006). *Despertando los héroes interiores: Doce arquetipos para encontrarnos a nosotros mismos y transformar el mundo*. Barcelona : Mirach.
- ☛ PONIATOWSKA, E. (1999). *Las soldaderas*. México: Era.
- ☛ RAMOS ESCANDÓN, C. (2006). *Presencia y transparencia: La mujer en la historia de México*. México: El Colegio de México.
- ☛ ROCHA, M. E. (2001). *Mujeres mexicanas del siglo XX: La otra revolución*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- ☛ SCHLENKER, B. R. (1980). *Impression management. The self-concept, social identity and interpersonal relations*. Estados Unidos: Brooks / Cole Publishing Company.

Tesis

- ☛ BARRANCO SALAZAR, N. (2010). *Lo cotidiano de la soldadera en La cucaracha y La soldadera*. (Tesis inédita de licenciatura). Facultad de Estudios Superiores Acatlán. Universidad Nacional Autónoma de México.
- ☛ FORGA MARTEL, M. (2014). *La presentación / construcción del “otro” frente a los estereotipos occidentales sobre el mundo arabomusulmán a través de documentales del siglo XIX producidos desde el mundo árabe*. (Tesis inédita de doctorado). Facultad de Ciencias de la Comunicació. Departament de Periodisme. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2014/hdl_10803_285120/mfm1de1.pdf
- ☛ KAYE BONALES, E. A. (2009). *Signos de identidad política; construcción de la identidad y la imagen política en los procesos electorales en México*. (Tesis inédita de doctorado). Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad Nacional Autónoma de México.

Trabajos inéditos

- ☛ KAYE BONALES, E. A. (2012). [Presentación : Imagen visual] Recuperado el 15 de noviembre de 2012 de la clase de Imagen Visual en el Colegio de Consultores en Imagen Pública.

MARISELA ROMERO VÁZQUEZ es egresada de la licenciatura y los estudios de maestría de Bibliotecología de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México. Egresada de la maestría en Ingeniería en Imagen Pública del Colegio de Consultores en Imagen Pública. Actualmente se encuentra estudiando el Doctorado en la misma profesión y en el mismo Colegio con beca *Víctor Gordo Gil*. Trabajó por veinticuatro años coordinando el servicio de la Biblioteca Escolar del Colegio de San Ignacio de Loyola (Vizcaínas). Da cursos, talleres y conferencias sobre el tema de la imagen pública y actualmente se dedica a su consultoría.