

Los estereotipos en la sociedad actual



Primeramente, pasaremos a hacer un pequeño preámbulo de que es un estereotipo y seguidamente destacaré los diferentes estereotipos que se encuentran en la actualidad. Seguidamente definiré sus aspectos más llamativos y las estrategias que se deberían emplear para combatirlos.

¿Qué son los estereotipos?

Los estereotipos son ideas, imágenes o conceptos preconcebidos generalmente erróneos, que se adoptan sobre grupos de personas, tomando por lo general algunos rasgos comunes a dicho grupo, pero de manera simplista y exagerando algunos rasgos de tal magnitud que no pasan desapercibidos, por lo que los estereotipos suelen usarse de una manera despectiva e incluso llanamente insultante.

Ideas preconcebidas inculcadas desde bien pequeños por el ambiente sociocultural en la cual crecemos, y es por ello que muchos de estos estereotipos suelen estar muy vinculados con nosotros, pudiendo influir en las decisiones que tomamos ya sea de manera negativa como positiva.

Los estereotipos también los encontramos en los medios de comunicación como: en los programas de televisión, películas, revistas y publicidad por lo cual influye de manera consciente e inconsciente en nuestra manera de pensar o actuar, debido a que estos resaltan características idealistas o exageradas y mayormente grotescas como en los casos de ciertos estereotipos sobre la belleza, que quienes pretenden alcanzar dichos estándares, se desencadenan comportamientos patológicos como

anorexia, bulimia, vigorexia, así como dietas excesivas e intervenciones quirúrgicas que a veces resultan mortales para ciertos grupos.

Los estereotipos pueden ser de diferentes tipos como: tipo cultural, racial, de género, clase social, social, sexual, de edad, de moda, religión, etc.

Los estereotipos más comunes:

- **De género sobre la mujer:** ama de casa, madre siempre bella, paciente delicada, dependiente, sensible, objeto sexual, frívola, tierna, sumisa.
- **De género sobre el hombre:** trabajador, inteligente, fuerte, no llora, valiente, jefe de familia, proveedor, le gustan los riesgos, agresivo.
- **De género sobre los niños:** traviosos, visten de azul, juegan con pelotas y coches, tienen mucha energía, son rebeldes e irresponsables.
- **De género sobre las niñas:** ordenadas, tiernas, visten de rosa, juegan con muñecas, son obedientes, ayudan con las labores del hogar.
- **De edad sobre los mayores o ancianos:** se les cataloga como inútiles, enfermizos, dependientes, e improductivos.
- **Raciales:** se basan en las diferencias étnicas y culturales considerando inferiores a personas de distinto color, lugar de origen o cultura, catalogándolos por ejemplo como terroristas, delincuentes, o tontos.
- **De clases sociales:** generalizan a los pobres con la ignorancia y la delincuencia, a los ricos con la soberbia y la prepotencia, a las madres solteras con una conducta ligera.
- **De físico:** muchos piensan que las personas rubias son más bellas, o que sólo pertenecen a clases sociales altas.
- **De físico:** se estereotipa a los gorditos como simpáticos, tragones o descuidados de su persona.
- **De política:** se cataloga como que todos los políticos son corruptos o rateros.
- **De color:** el color azul debe ser exclusivamente para vestir a los niños.
- **De color:** el color rosa es el preferido de las niñas y por tanto se les viste y adorna generalmente con objetos de este color.
- **Étnico:** Las personas asiáticas son de ojos rasgados y oscuros, es una idea generalizada porque así es en la mayoría de los casos,

pero se ignora que miles de asiáticos pueden tener los ojos rasgados, pero con el iris de color azul o verde (de forma natural).

- **Social:** Las mujeres rubias son las más bonitas, es un estereotipo que se ha implantado de cierta manera, gracias a la difusión televisiva, de revistas de moda y el cine.
- **Culturales:** Todas las mujeres árabes usan velo, es un estereotipo muy común, principalmente gracias a que en algunos países el extremismo religioso ha implantado costumbres como el uso del burka y el velo obligatorio para las mujeres, siendo la creencia popular que es así entre todos los árabes.
- **Cultural:** Todos los mexicanos visten con sombrero, pantalón charro y sarape.
- **Cultural:** Los chinos son dientones, visten con ropas de mangas largas y usan una larga trenza.
- **Cultural:** Los franceses visten con camisetas a rallas y usan boina mientras fuman.
- **Étnico:** Todos los de ojos rasgados son chinos, es un estereotipo cultural en el que se cree erróneamente que todas las personas (por ejemplo, japoneses, coreanos o vietnamitas), son chinos, por poseer rasgos comunes como los ojos rasgados o cierta coloración de piel similar.
- **Los maestros son aburridos.**
- **Todos los africanos son negros.**
- **Todos los mexicanos son bigotones.**
- **Todos los judíos son usureros.**
- **Las niñas juegan a la comidita y muñecas.** Es común que a muchas niñas les gusten juegos otrora exclusivos para varones, como jugar con soldaditos de juguete, coches de carreras o ciertos videojuegos (violentos).
- **Los hombres no limpian la cocina.**
- **Los hombres no lavan los trastos.**
- **Los hombres no cuidan a los hijos pequeños.**
- **Todos los alemanes son nazis** (este estereotipo en particular, ha sido creado tanto por el cine, como por muchos programas de televisión).
- **Todos los árabes son musulmanes.** (Es un estereotipo que se ha extendido, gracias a la creencia errónea de que todos los árabes pertenecen a esa religión).
- **Todos los ricos son avaros.**

Los estereotipos en la publicidad

La publicidad contribuye a la creación de estereotipos sociales, culturales, raciales, etc. Actualmente la publicidad, tiene la intención aparte de vender el producto también de vender ideas viejas con ropajes nuevos, como la idea de: el éxito social, la competitividad, el éxito personal, etc.

Destacaremos los estereotipos más comunes:

La mujer: ama de casa, esposa, madre, si trabaja fuera, es preferentemente o secretaria o enfermera o profesora, (pero casi siempre subordinada a un jefe, sin obviar el rol de mujer objeto, mujer fatal o “sexual”, siempre inestable emocionalmente, pasiva o frívola, tierna, sumisa, dependiente, débil, menor desarrollo intelectual y por supuesto siempre hermosa y perfecta en cualquier ocasión.

La mujer suele desempeñar los siguientes papeles en la publicidad:



Desempeña papeles sobre el concepto de belleza o sobre la utilidad doméstica o como objeto decorativo “o cebo” como dijimos anteriormente como objeto de deseo para vender algún producto dirigido a los hombres.



Actualmente hay un anuncio que ha ocasionado un revuelo en las redes sociales de la marca **Chicfy** que es presentada por una chica bailando twerking donde si nos paramos a analizar con

detenimiento vemos el típico estereotipo de la chica mona pija que le gusta estar siempre a la última y para nos desviarnos del tema se trata del estereotipo de la mujer de utilizar los encantos de esta chica para vender un producto mediante su simpatía y su bailecito “sexy” y el jingle tan pegadizo que contiene el spot publicitario.

La frase de la chica se ha convertido en la frase más viral del momento, que no solo arrasa en las redes sociales, sino que ha causado un revuelo entre los jóvenes y no tan jóvenes en sus conversaciones diarias. Nos referimos a la frase más viral “Claro que si guapi”.



El hombre: es estable emocionalmente, dinámico, agresivo, dominador, racional, valiente, intelectualmente capaz, amante del riesgo, pero tampoco debe descuidar su aspecto físico. Hace unos años surgió el concepto de *metrosexual*, ese hombre tan preocupado por su aspecto como se supone lo están las féminas, y, desde luego la estrategia, premeditada o no, fue un acierto comercial y hoy ya todas las firmas se lanzan a desarrollar productos de belleza para cuidados para el hombre.



La **publicidad infantil** marca aún más, si es posible, los roles masculinos/femenino. Los niños de los anuncios son traviesos, inquietos, alborotadores, rebeldes. Representan la irresponsabilidad y la despreocupación. Pero también son emprendedores, están llenos de energía, confiados y seguros de sí mismos; es precisamente esa vitalidad la que disculpa muchas de sus travesuras.

Las niñas, por el contrario, son ordenadas, obedientes, aceptan las reglas de la madre, la ayudan en el trabajo del hogar, asumen la responsabilidad del cuidado propio e incluso de hermanos menores. Cuando aparecen niños y niñas, el niño suele ser protagonista. Y es en la publicidad de juguetes donde más se radicalizan los distintos roles sexuales.

Las siguientes imágenes lo dicen por si solas:



¿No sacan tanto Nestlé como Frigo helados para niños y helados para niñas? Increíble pero cierto.

El de Frigo para niñas se llama Girlie y parece ser que, con sabor a frambuesa cubierto de perlas de azúcar, con forma de varita mágica que contiene purpurina en el interior del palo.

¿Y por qué siempre rosa nos preguntaremos?

Pues por la sencilla razón de las ideas preconcebidas que tenemos desde hace mucho tiempo. Al parecer el mundo está cambiando y va evolucionando a pasos agigantados tales como la tecnología, pero estas ideas todavía se ven como en la realidad. Hacemos una pregunta a todos ¿parecería raro que un niño le gustara jugar con muñecas? ¿Porque tenemos que inculcarles a nuestros hijos a que pueden jugar y que no? ¿Porque no les dejamos que experimenten libremente con ambos juegos y colores tanto para ambos y decidan jugar con el que se sientan más cómodos? Yo considero que los niños están en una fase de experimentar y no se les debe prohibir jugar con otros juguetes que nuestra sociedad desde tiempos remotos les ha inculcado que muñecos son para ellos.