

V Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología
XX Jornadas de Investigación Noveno Encuentro de Investigadores en
Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos
Aires, Buenos Aires, 2013.

Hoy en día, las mujeres profesionales posponen el proyecto de “hijo” debido a la influencia de la sociedad de consumo.

Bonelli, Alicia Noemí.

Cita:

Bonelli, Alicia Noemí (2013). *Hoy en día, las mujeres profesionales posponen el proyecto de “hijo” debido a la influencia de la sociedad de consumo. V Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XX Jornadas de Investigación Noveno Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-054/615>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/edbf/B1c>

HOY EN DÍA, LAS MUJERES PROFESIONALES POSPONEN EL PROYECTO DE “HIJO” DEBIDO A LA INFLUENCIA DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO

Bonelli, Alicia Noemí

Universidad Argentina de la Empresa

Resumen

La investigación, realizada por investigadoras de UADE: Dra. Barimboim, Mg. Calero y Lic. Bonelli, está enmarcada dentro de la psicología social construcciónista. El objetivo principal de la misma es dilucidar el cambio de paradigma que se plantea en la mujer profesional, a partir de su desarrollo de carrera y la influencia de la sociedad de consumo en relación a su proyecto de maternidad. Se realizó una investigación de campo que consistió en la toma de 420 encuestas en AMBA, a personas heterosexuales con estudios terciarios entre 25 y 45 años, en pareja y sin hijos. Se realizaron 40 entrevistas semi-dirigidas para profundizar aspectos cualitativos. La evaluación cuantitativa se proceso sobre la base de datos con el paquete estadístico STATA 11.1. Special Edition. Los resultados cuantitativos refieren que el 58,4% de la muestra no proyecta tener hijos en un futuro próximo. Priorizan su desarrollo de carrera. Concluimos que la mujer privilegie el deseo de paridad respecto del hombre y también la influencia de la sociedad de consumo, hacen que la misma no identifique el “ser mujer” con la maternidad sino con independencia, libertad. El hijo (figura idealizada) representa un compromiso “para toda la vida” y una imaginaria renuncia total a la libertad lograda.

Palabras clave

Maternidad, Proyecto, Consumismo, Independencia

Abstract

TODAY, THE PROFESSIONAL WOMEN POSTPONED THE “SON” PROJECT DUE TO THE INFLUENCE OF CONSUMER SOCIETY
The research, made by UADE researchers: Dr Barimboim, Mg.Calero and Lic. Bonelli , is framed within social constructionist psychology. The main purpose of it is to elucidate the paradigm shift that arises in professional women, from their career development and the influence of consumer society in relation to its motherhood project. We conducted a field study, which consisted in making surveys in AMBA 420, heterosexual people, with tertiary education between 25 and 45 years, in couples with no children Additionally 40 semi-directed interviews were conducted to deepen qualitative aspects. The quantitative evaluation is based on process data using the statistical package STATA 11.1. Special Edition. The quantitative results report that 58.4% of the sample does not project to have children in the near future. Prioritize your career development. We conclude that favors women desire to parity with the man and also the influence of the consumer society, make it does not identify the “being a woman” with motherhood but with independence, freedom. The son (idealized figure) represents a commitment “for life” and a total renunciation imaginary freedom achieved.

Key words

Motherhood, Project, Consumer society, Independence

BIBLIOGRAFIA

- Bauman, Z. (2008) Amor líquido: acerca de la fragilidad de los vínculos humanos (1^a Ed. 10^a Reimp.) Buenos aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2008) Vida de consumo (1^a Ed. 1^a Reimp.) Buenos aires: Fondo de Cultura Económica.
- Berger, P. & Luckmann, T. (1972) La construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorrortu.
- Burr, V. (2002) Psicología discursiva. En *The Person in Social Psychology*. Gran Bretaña: Psychology Press.
- Burr, V. (1999) Qué significa tener poder. En *An Introduction to Social Constructionism*. United Kingdom: Routledge.
- Carballeda, A.J.M. (2011) Algunos cambios en la esfera de la familia. Una mirada desde la intervención en lo social. En Elías, M.F. (Comp) Nuevas Formas familiares. Modelos, prácticas, registros. Buenos Aires: Espacio Editorial.
- Farr, R. (1986) Las representaciones sociales. En Moscovici, S. (comp.) *Psicología Social*. Barcelona: Paidós.
- Formichelli, M. (2011) Paradojas de la juventud posmoderna. De las categorías teóricas a la realidad. En Villa, A. Infantino, J. y Castro, G. (comps) *Culturas juveniles. Disputas entre representaciones hegemónicas y prácticas*. Buenos Aires: Noveduc.
- Foucault, M. (1999) La verdad y las formas jurídicas, (6^o Ed) Barcelona: Ed. Gedisa S.A.
- Foucault, M. (2007) Sexualidad y poder (y otros textos).Barcelona: Ediciones Folio, S.A.
- Gergen, K. (1992) El yo saturado. Barcelona: Paidós.
- Ibáñez, T. (2001) *Psicología social construcciónista*, México:Universidad de Guadalajara.
- Ibáñez, T. (Comp.) (1989) *El conocimiento de la realidad social*. Barcelona: Sendai.
- Jodelet, D. (1986) La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En Moscovici, S. (comp.) *Psicología Social*. Barcelona: Paidós.
- Wagner, W., Elejabarrieta, F. (1994) Representaciones sociales. En Morales, J.F. (comp.) *Psicología Social*. Madrid: Mc Graw Hill.