

Opinión

Síndrome de la impostora: ¿Por qué las mujeres no creen en ellas?

El pasado se hace presente en las historias de vida de mujeres diversas y exitosas que han debido sortear un sinnúmero de dificultades como, por ejemplo, crecer en un entorno que las infravaloraba, a través de micromachismos que dejaron una huella invisible, pero importante; que restringieron la posibilidad de reconocer sus logros, incluso avergonzar-

se por ellos, atribuyéndolos a factores externos y quitando mérito a sus propias capacidades.

Si el análisis anterior se une al síndrome de la impostora, seguramente se logrará dar un sentido al origen de este trastorno que se caracteriza por una sensación de inseguridad vinculada con los logros laborales. Esta postura de impostora

se vincula con la creencia de no merecer un trabajo, reconocimiento o ascenso, entre otro tipo de percepciones.

¿Qué se debe hacer para que no continúe perpetuándose esta forma de autopercepción en las mujeres? Aunque no es una tarea sencilla, el primer paso es detectar si existen ideas irracionales de no merecer logros laborales. Luego, comenzar a re-

conocer que hay virtudes, habilidades y capacidades que han permitido, a través del esfuerzo y la perseverancia, avanzar en el mundo del trabajo, intentando asumir los elogios con humildad, gratitud y convicción de merecimiento.

Por otro lado, será importante el rol de las mujeres en la crianza de otras laboralmente activas, valorando en las niñas

el esfuerzo que existió para alcanzar esas metas, reconociendo en privado y en público cada logro, de esta forma será reforzado el sentido de autoeficacia que tanto se requiere al momento de proyectarse en nuevos desafíos.

La invitación es entonces a avanzar hacia la sensación de merecimiento, sin vergüenza, culpa o inseguridad, pequeños

Ivonne
Malónado
Directora Carrera
de Psicología
Universidad de
Las Américas
Sede Concepción



pasos en el día a día permitirán disfrutar de los logros y transmitir esa sensación a las nuevas generaciones de mujeres.