

Inmaculada Alcala García. Construcción imaginaria de las mujeres. La mujer imaginaria: entre la mística y la realidad

133



Construcción imaginaria de las mujeres. La mujer imaginaria: entre la mística y la realidad

Inmaculada Alcala García
immacbet@hotmail.com

I. Resumen

134



Betty Friedan en su libro «La mística de la feminidad» (1963), clásico del pensamiento feminista, describe un modelo educativo difundido como paradigma imperante que preconiza la vuelta de las mujeres al hogar, como madre y esposa. Con este libro surgió la llamada «segunda ola» del feminismo.

La comparación de la obra de Betty Friedan con la realidad actual española permite comprobar si «La mística de la feminidad» sigue vigente entre las mujeres jóvenes. Este trabajo recoge el marco normativo que perdura en la formación de las mujeres, y en el que perduran las acciones político-culturales sexistas y su influencia en su identidad.

En la actualidad tendríamos la misma búsqueda de la felicidad a través de la mística de la feminidad. Desde estos supuestos planteé mi trabajo e intenté encontrar las similitudes con sus estudios y conclusiones y también las diferencias ocasionadas por el paso del tiempo. Se hacen necesarias investigaciones sobre la situación de las mujeres y también de los hombres (aunque con otros planteamientos) entre las confortables paredes del hogar. Y esas investigaciones van a tener en algunas ocasiones que utilizar metodología distinta.

Se sigue pensando, a pesar de todos los avances y cambios sociales económicos y culturales, que lo mejor en la crianza de los hijos e hijas, es la madre, y para ello se hace volver o permanecer a la mujer en el hogar, promoviendo todo un complejo sistema de educación y de motivación que hace creer a las propias mujeres que esa es su función. Las soluciones sociales, económicas y culturales que se aportan no son suficientes, ni resuelven los problemas. Son necesarios nuevas miradas y enfoques desde la filosofía para los cambios de paradigmas que incluyan concepciones de la identidad de género.

Palabras clave: Betty Friedan, mística de la feminidad, espacio privado, formación, publicidad.

II. Introducción

La imagen construida de la mujer está sustentada en un complejo sistema de educación y de motivación. Todo ello, además, va acompañado de resultados científicos sobre lo mejor para hijos e hijas, pero estos resultados científicos nunca analizan lo mejor para las mujeres que deben ser la «mujer perfecta del siglo XXI». Volver la mirada a la formulación de Betty Friedan y la «mística de la feminidad» es necesario, ya que esta imagen construida de las mujeres no se corresponde con la realidad que deben vivir. Se construye una imagen mítica de la mujer, y se le exige la incorporación a un modelo que no aporta soluciones a la realidad en la que las mujeres viven.

La «mística de la feminidad» es un modelo educativo difundido como paradigma imperante después de la Segunda Guerra Mundial que preconiza la vuelta de las mujeres al hogar como el sitio donde verdadera y felizmente podrían realizarse. Esta «mística de la feminidad» es uno de los elementos reaccionarios que han aparecido como respuesta a la movilidad y visibilidad que las mujeres adquirieron en la esfera pública durante la Segunda Guerra Mundial. Se produce entonces la ocupación del espacio público por las mujeres, pero con el fin de la guerra y la vuelta de los hombres, las mujeres vuelven al espacio privado con el consiguiente retroceso.

La mística de la feminidad es un libro decisivo en el siglo XX y plantea preguntas vigentes en la actualidad. Es un clásico del pensamiento feminista, se publica en Estados Unidos en 1963, y recibe el premio Pulitzer en 1964. Su autora es la psicóloga Betty Friedan (Peoria, Illinois, 1921 - Washington, 2006). Su trabajo sigue muchas de las constantes de la investigación realizada por otras mujeres: soledad, falta de reconocimiento científico y social, necesidad de encontrar respuestas e infravaloración de sus resultados. Con este libro surgió la llamada «segunda ola» del feminismo. Su influencia ha sido comparada a la ejercida por *El segundo sexo* de Simone de Beauvoir. Está basado en un análisis exhaustivo de las teorías de Sigmund Freud, Abraham Harold Maslow, Margaret Mead y Alfred Kinsey.

Esta obra fue resultado del análisis que se realizó de la profunda insatisfacción de las mujeres estadounidenses consigo mismas y con su vida. Esta insatisfacción repercute en problemas personales y diversas patologías autodestructivas: ansiedad, depresión, alcoholismo... La «mística de la feminidad», que identifica a la mujer como madre y esposa únicamente, fue la consecuencia de la reacción patriarcal contra el sufragismo y la incorporación de las mujeres a la esfera pública durante la Segunda Guerra mundial. Las mujeres deben ser felices viviendo para y por los demás, y les impide toda posibilidad de realización personal y de tener proyectos de vida propios. Se redefinió el ámbito doméstico con nuevos atractivos para la nueva mujer de la década de los 60.

Los años 60 generaron movimientos de reivindicación de derechos civiles de las personas negras y protestas a la guerra del Vietnam; el feminismo no es ajeno a estos movimientos. En la actualidad seguimos estando ante una imagen de la mujer, construida desde los mismos supuestos teóricos presentes en el libro de Betty Friedan. Son necesarias nuevos estudios porque ese hogar ha demostrado no ser tan confortable y seguro. Se hace necesaria la investigación en el entramado de la familia, el hogar, la maternidad, la paternidad y las relaciones de convivencia entre los miembros de la familia.

La búsqueda de la felicidad esta entrelazada con una feminidad que es más producto de un imaginario místico que de las necesidades reales de las mujeres. La familia no es un concepto excluyente, sino incluyente que refleja una sociedad con distintos tipos de relaciones familiares, pero en las que no debemos perpetuar estereotipos de género.

Concretar las soluciones a las discriminaciones de las mujeres al ámbito laboral es no tener una visión de conjunto, sino de una de las partes. El trabajo asalariado ha proporcionado a la mujer derechos, pero eso no es suficiente. Las exigencias que se imponen a las mujeres en este ámbito siguen impregnadas de ideologías y constructos imaginarios.

Se sigue pensando, a pesar de todos los avances y cambios sociales económicos y culturales, que lo mejor en la crianza de los hijos e hijas, es la madre, y para ello se hace volver o permanecer a la mujer en el hogar, promoviendo todo un complejo sistema de educación y de motivación que hace creer a las propias mujeres que esa es su función. Su ocio estará condicionado por las tareas en el ámbito del hogar. A ello hay que añadir la ausencia de privacidad que dificulta la construcción de su propia individualidad. No se contempla además en ningún momento la salida de las mujeres del hogar y las soluciones sociales, económicas y culturales que se aportan no son suficientes, ni resuelven los problemas.

Todo ello, además, va acompañado de resultados científicos sobre lo mejor para hijos e hijas, pero estos resultados científicos nunca analizan lo mejor para las mujeres. Badinter (2010) la tendencia actual de los posicionamientos ideológicos respecto a la maternidad es un paso atrás para las mujeres. La búsqueda de lo mejor para los hijos e hijas, ha creado la necesidad de la «madre perfecta del siglo XXI». Con «lo mejor para tu hijo» se produce un efecto de culpabilización en las mujeres.

También desde la ecología, la psicología y el desarrollo sostenible se sigue promoviendo la idea de la necesidad de implicación de las mujeres en la mejora de la humanidad, cuando sabemos que las decisiones importantes la mayoría de las veces permanecen en manos de hombres.

Contextualización

La lucha por la emancipación de la mujer surge en Estado Unidos paralelamente a las luchas del movimiento por la abolición de la esclavitud. La declaración de los derechos de las mujeres (*Declaration of Sentiments*), en la Convención de Seneca Falls en Nueva York (1848), fue la consecuencia de la desilusión sufrida por las mujeres al ligar su suerte al movimiento abolicionista y ver que éste no proporcionaba la respuesta adecuada.

Durante el siglo XX se generan una serie de derechos sociales y económicos vinculados al trabajo asalariado, derechos sociales de los que se encuentran excluidas las mujeres ya que desde siempre ha estado produciéndose una segregación sexual del trabajo remunerado.

En el caso de las mujeres jóvenes observamos que no les sirven los modelos de relaciones personales o laborales pasados y no existen referentes a los que imitar o hacia los que dirigirse. Ello les provoca dudas e inseguridades. El acceso de las mujeres al empleo se considera muy normalizado por la sociedad, en cambio, según Celia Amorós (2010), el 90% de las mujeres con la crisis ha dejado de buscar empleo. Son las

mujeres las que en el contexto de crisis económica vuelven a ejercer las tareas domésticas por pérdida o falta de trabajo.

Las mujeres de clase media de los años 50 que evaluó Friedan vivían una imposible reconciliación entre la vida laboral y la feminidad.

El imaginario social general no ha superado los discursos y prejuicios de la «mística», por más que creamos que la educación formal y reglada otorgara a las mujeres la igualdad. La «mística» es el resultado de un sistema económico extendido a todas las capas de la sociedad y que denomina *sexual sell*¹ (Friedan, 1949), pues se trata de vender a las mujeres una identidad artificiosa construida a base de objetos (nuevos electrodomésticos, muebles, jabones...) que le permitan reconciliarse con una imagen de sí mismas como esposas y madres. Toda la publicidad, los programas televisivos, las películas giran en torno a vender a las mujeres esos productos que van a otorgarle la felicidad, convirtiendo a las mujeres en una imagen estereotipada, una mujer con estilo.

Para Naomi Wolf,² una nueva «mística» ha operado de forma reaccionaria intentando minar los logros que esa segunda ola de feminismo contribuyó a levantar (Betty Friedan). Esta nueva «mística» está basada en el mito de la belleza. La presión que se ejerce sobre las mujeres es mucho mayor que sobre los hombres y es, al mismo tiempo, la imagen del éxito profesional y vital. Las mujeres deben triunfar profesionalmente y, además, ser buenas gestoras en el hogar. No es que la mística de la belleza haya sustituido a la de la feminidad, sino que coexisten las dos al mismo tiempo. Sigue existiendo una forma de *sexual sell* (Friedan, 1949), pero no son ya los jabones, electrodomésticos y las cacerolas los objetos predilectos de ese *sexual sell*, sino las cremas antiarrugas, tratamientos de rejuvenecimiento, de adelgazamiento, de belleza. Naomi Wolf define como *un tercer turno* (Naomi, 1991) añadido a su tiempo de ocio, las mujeres deben estar al día en moda y belleza.

A través de su formación y de sus propias experiencias Betty Friedan se plantea la situación de las mujeres en los hogares americanos. La combinación entre la realidad y los conceptos teóricos es en el caso de Friedan algo interrelacionado, su pensamiento y sus ideas son fruto de la observación de la realidad. Las mujeres son estudiadas como sujetos que consumen, pero no para abordar sus problemas o encontrar soluciones.

Con Friedan se cuestiona la «naturaleza» femenina para asumir responsabilidades familiares en el cuidado y su exclusión del espacio público. Para Betty Friedan la autorrealización de la mujer era algo más que dar a luz de forma natural, amamantar y ser la perfecta esposa.

Los profesionales de centros de enseñanza de Estados Unidos, no educaron a las mujeres para participar en la sociedad moderna sino que empezaron a educarlas para que «desempeñaran su rol de mujer». El libro *La mística de la feminidad* se basó, fundamentalmente, en fuentes orales, en entrevistas que realizó Betty Friedan a profesionales del campo

¹ Título del capítulo 9 de *La mística de la feminidad* de Betty Friedan.

² Autora americana que con su libro «El mito de la belleza» se ha convertido en la portavoz de la llamada tercera ola del feminismo.

de la psicología, psiquiatría, medicina y a mujeres que correspondían al perfil de ama de casa. Su metodología señaló un camino innovador en los estudios de género y en la historiografía. Con ella se inicia un cambio en la utilización de las experiencias directas de las mujeres como fuente principal para el conocimiento de la subjetividad femenina y para el análisis general de los problemas de género en su contexto social.

Una de las críticas que le realizan fue la de centrarse sólo en mujeres de clase media americana. Pero su estudio fue el principio de una trayectoria más larga en su vida y en la que terminó incorporando a su movimiento a otras mujeres y otras formas de sexualidad.

En la realización de la presente investigación se encontró el mismo problema que había tenido Friedan para la realización de su trabajo, encontrar amas de casa, la mayoría no se quiere identificar con el término, consecuencia de la infravaloración que provoca.

Las mismas mujeres son conscientes de la necesidad de trabajar aunque sólo puedan aportar un salario complementario, o sea a tiempo parcial. Es poco el periodo de tiempo en el que pueden considerar que su maternidad va a llenar todas sus aspiraciones personales, pronto comprenden que la criatura pasa más tiempo en la escuela que en casa y ello les permite buscar trabajo, estudiar, tener tiempo de ocio... Pero la mayor dificultad que tal vez encuentran es la entrada en el mundo laboral que no favorece a mujeres en edad biológica de ser madres o que ya han tenido hijos e hijas y no pueden incorporarse fácilmente al trabajo. Además los recursos que a menudo se ponen a su alcance son cursos que les aportan poca cualificación, trabajo voluntario o actividades comunitarias con las que no van a conseguir un trabajo. Por otro lado, las mujeres con estudios universitarios están solas muchas veces, continuando su formación, buscando empleo o compaginando la vida familiar y profesional. No cuentan con recursos para su incorporación al trabajo.

III. Marco teórico y objetivos

El principal objetivo del trabajo de investigación es comparar el trabajo de Betty Friedan con la actualidad y comprobar si existe la «mística de la feminidad». Averiguar si «el problema que no tiene nombre» aún perdura o se ha transformado con el nuevo siglo.

«El problema que no tiene nombre» hacía referencia al malestar que experimentaban las amas de casa estadounidenses de clase media que vivían en barrios residenciales. Eran mujeres que no ejercían ninguna profesión ni trabajo fuera del ámbito doméstico, pero que contaban con estudios. Mujeres que en apariencia tenían todo lo deseable para ser felices, pero no lo eran.

Betty Friedan a través de un trabajo de investigación que además incorporó novedades metodológicas, como entrevistas a las propias mujeres, volcó sus conclusiones en un libro *La mística de la feminidad*.

Objetivos específicos:

1. Verificar si sigue vigente la elección de las mujeres entre familia y trabajo,
2. Comprobar cómo a través de la publicidad se siguen reproduciendo estereotipos,
3. Exponer la necesidad de generar modelos alternativos para el completo desarrollo personal y profesional de las mujeres.

IV. Material y método

La metodología de investigación seguida para abordar el objeto de investigación ha sido la estrategia cualitativa de investigación y cuantitativa. Se realizó en el transcurso de unos 5 meses, en el año 2011 en España. Se ha utilizado la misma encuesta que utilizó Betty Friedan para la realización del libro *La mística de la feminidad* con la incorporación de algunas preguntas al principio y al final. Las mujeres respondieron la encuesta, en formato word, a través del correo electrónico. Para su realización se ha contado con la colaboración de mujeres contactadas a través de relaciones personales en la red, conocimiento social y personas voluntarias a las que se ha accedido de manera anónima. Las participaciones han sido todas voluntarias.

Se ha recurrido a los fondos de la biblioteca de la Universitat Jaume I de Castelló, la Universidad Pompeu Fabra, páginas web de internet, los datos del Instituto Nacional de Estadística y del Institut Valencià d'Estadística.

También, se han utilizado revistas, con sus respectivas páginas web y cadenas de televisión como *Cosmopolitan*. El análisis se ha centrado en publicaciones periódicas destinadas a la mujer, sean o no escritas por mujeres y que se proclaman a sí mismas destinadas al público femenino y concebidas en función de dicho público.

V. Resultados

Las revistas femeninas se configuran como un importante instrumento de configuración e influencia social. Tienen dos causas fundamentales: la publicidad, la mujer realiza la práctica totalidad de las compras del hogar y la regularidad en las ventas. La estética y temáticas de las revistas femeninas se traslada a revistas enfocadas hacia los hombres.

El eterno femenino, es decir belleza, amor, sexo y hogar son la base de estas publicaciones que además nos ofrecen un carácter globalizador de la mujer. Hay una gran homogeneidad en publicaciones de diversas partes del mundo. A través de la publicidad este tipo de prensa reproduce el modelo tradicional de feminidad. La privacidad consiste en centrarse en el hombre, la maternidad y del hogar.

No se plantea su profesionalidad o su carrera como importantes y a menudo los consejos sobre cómo ascender en el trabajo no están enfocados a su trabajo sino a sus armas de mujer que utilizará en todos los espacios a los que tenga acceso. Se siguen reproduciendo los estereotipos clásicos y no se contempla su cambio. Los cambios en estas publicaciones se resumen a breves descripciones de las nuevas tecnologías, pero más como objetos que proporcionan prestigio. Si aparecen noticias o artículos sobre la situación de las mujeres en otros países, la pobreza, la violencia...es más a nivel testimonial, que desde una implicación feminista.

En las publicaciones aparecen dos grandes temas, la belleza y el amor. El sexo va unido al amor, pero reproduce muchos de los modelos de sumisión de la mujer que cuando dejan de ser asumidos, la convierten en transgresora de modelos sexuales basados en la sumisión.

En las publicaciones los valores más importantes son la belleza y juventud (delgadas, guapas, blancas, occidentales, heterosexuales y sobre todo modernas). El trabajo de la mujer se valora pero es un trabajo secundario a su vida, lo verdaderamente importante es el consumismo que las llevará al éxito profesional, familiar y personal.

Betty Friedan realiza en el libro un minucioso análisis e investigación que vuelca en un trabajo descriptivo. Las mujeres necesitan para Friedan nuevos caminos y nuevas propuestas de futuro que les permitan salir de la crisis de identidad. A las mujeres se las sigue formando para el hogar, cuando la vida en la actualidad se desarrolla fuera de él. Las mujeres necesitaban dejar de ser pasivas y asumir decisiones vitales que otras personas habían elaborado para ellas.

En la actualidad en España el 24% de las mujeres consume antidepresivos y más del 30% toma ansiolíticos, según una investigación publicada en marzo del 2009 en la revista Atención Primaria. El antidepresivo es el segundo medicamento más recetado en España y el 70% de las personas que los toman son mujeres. Es desde el sistema sanitario desde el que se «patologiza sus problemas vitales.»

Existen excesos de diagnóstico de depresión en mujeres ya que muchas veces este diagnóstico está condicionado por el malestar. No es tanto una patología que necesite un medicamento, sino una patología que necesita un cambio vital. (Jiménez Lucena, I.)³.

Pfizer publicó en abril del 2011 un estudio según el cual el consumo de antidepresivos en España ha aumentado un 10% los últimos dos años.

³ Profesora de Historia de la Ciencia de la Universidad de Málaga.
<http://www.diagonalperiodico.net/Mujeres-y-psiQUIATRIA-de-la.html>

Resultados de la encuesta de Betty Friedan adaptada a la sociedad española actual (2011)



La investigación se desarrolló en 2011 en la situación de crisis económica que se traduce en mayor precariedad y una tasa de desempleo más alta en el caso de las mujeres. La crisis económica junto con la no adaptación de la sociedad a la maternidad está relegando a las mujeres al rol de amas de casa y a los varones al de sustentador principal de la familia.

Para el sistema económico «la maternidad» justifica la familia tradicional con la separación de roles. Y es la etapa de cuidados la que asume la mujer en su totalidad. Se fortalece la necesidad de empleo del varón, es decir se legitima y se pasa a considerar el empleo de la mujer secundario.

Al mismo tiempo se pierden o ven reducidos recursos comunitarios o precarizados (comedores escolares, guarderías, colegios, asistencia sanitaria). Recursos que utiliza la mujer para los hijos e hijas y que a menudo se traducen en una pérdida de tiempo propio.

La investigación, centrada en la encuesta de Friedan y en los resultados cualitativos, fue realizada con la participación de tres mujeres (con nombres ficticios) que han respondido a la encuesta de Betty Friedan. Sylvia tiene 26 años, está casada, trabaja y no tiene descendencia; Rose, 32 años, está casada, no tiene trabajo y tiene un niño de 3 años; y la última Anne con 39 años vive en pareja, tiene dos niñas y un niño, y en este momento no tiene un trabajo remunerado. Las tres poseen estudios universitarios. Para contactar con ellas se ha recurrido a redes sociales. Se ha mantenido contacto a través del correo electrónico, telefónico y presencial.

Sylvia tiene 26 años, es licenciada en ciencias políticas y de la administración y tiene un Máster en gestión y promoción del desarrollo local, vive en una localidad de 900 habitantes y no tiene descendencia, se declara católica, no le gustan las labores domésticas y odia planchar.

Considera que ha estudiado todo lo que ha querido y que continúa haciéndolo. Los mejores días de su vida han sido el de su boda y el de la graduación. La incorporación de los estudios como algo importante para las mujeres muestra un cambio en la idea de que la felicidad se reduce al ámbito familiar.

Sylvia está planteándose el ser madre y ve la imposibilidad de compaginar trabajo y maternidad. El día de la boda sigue considerándose como el mejor de la vida de una mujer.

Tiene miedo al futuro y sobre todo a un futuro relacionado con la economía por la pérdida de trabajo. Ella nombra ese problema como «incertidumbre».

Rose tiene 32 años, está casada con un hijo de tres años, se declara católica, tiene una licenciatura y considera que ya ha estudiado bastante. Vive en una capital de provincia de 180.000 habitantes. Considera su

matrimonio con respecto a lo que esperaba de él en sus propias palabras «Prácticamente perfecto».

El parto es un momento místico, mágico pero que conlleva a menudo problemas anteriores o posteriores. No es el soporte de toda la vida de la mujer si bien se considera lo más importante, pero después del parto lo que las mujeres quieren es realizar proyectos, trabajar, tener tiempo libre, hacer lo que quieran... No está en función el futuro y el resto de su vida de haber sido madre. El posparto se supera con mucho esfuerzo. Existe gran cantidad de revistas sobre la maternidad y el cuidado de los bebés que no abordaremos en este trabajo, pero a pesar de ello las mujeres siguen teniendo problemas, depresiones posparto, y situaciones que se viven con angustia y a los que la información o los métodos que se aplican no pueden dar solución. La obra "El empapelado amarillo" (1890) de Charlotte Perkins Gilman⁹ relata de forma autobiográfica la depresión sufrida por Gilman tras el nacimiento de su hija y la ineficacia del tratamiento médico.

La colaboración en la casa es consecuencia de sobrecargas de trabajos y más como ayuda que como realmente una corresponsabilidad de las tareas domésticas.

La maternidad necesita apoyo externo y profesionalizado, no valen aquí las buenas intenciones, ni los consejos bienintencionados. Se consideran agotadas como madres.

La mujer se encuentra recluida en el hogar y toda su vida exterior se proyecta en el marido, reduce su contacto social y con ello ve mermadas sus capacidades de relaciones personales y todo lo que de positivo le pueden aportar, otros temas, otros intereses, encontrar motivaciones...La familia y la vida en el hogar tiene que suponer para ella toda su satisfacción y toda su energía debe girar alrededor de la vida familiar, que por otra

Entre las frustraciones de Rose figura la imposibilidad de ejercer su profesión. «No haber tenido el tiempo suficiente y un padrino para desarrollarme como escritora, que siempre fue mi pasión».

La última de las encuestadas Anne tiene 39 años y es Doctora en Ciencias Físicas por la Universidad Complutense de Madrid. Vive en Madrid (4.000.000 habitantes). Vive en pareja 9 años, tiene un niño y dos niñas y se declara atea.

Las relaciones personales de estas mujeres que permanecen en el hogar se ven mermadas ya que pasan a tener relaciones con su pareja y con las criaturas o la familia más próxima. El contacto con amistades o personas con sus mismos intereses se ve reducido a encuentros esporádicos y aislados en el tiempo que proporcionan una sensación de falsa libertad, es como si pensarán que el mundo existe ahí fuera y yo estoy en contacto con él cuando yo quiero.

El querer trabajar figura entre los objetivos de algunas de estas mujeres que abandonan o se han visto forzadas a ejercer de amas de casa.

Anne reconoce que su vida sexual ha perdido importancia, pero tiene más calidad, aunque no considera que la sexualidad haya terminado para ella con la maternidad, pero tampoco considera que la satisfacción de ser mujer llene su vida.

A pesar de ser mujeres de un nivel cultural alto y de tener información sobre la maternidad, se encuentran muchas veces sin suficiente información relevante para los problemas reales que les ocasiona la maternidad, cuando se la despoja de todo el halo místico.

Anne es consciente de que dedica demasiadas horas a las tareas domésticas (4 horas, ni siquiera puede contabilizarlas) estamos hablando en este caso de 27 horas semanales lo que ya de por sí supone un trabajo de media jornada, Friedan dice: «las tareas domésticas se expanden para llenar el tiempo disponible».¹⁰ Reconoce que su marido se queja de cómo tiene la casa cuando además él no realiza ninguna tarea.

Estas mujeres tienen ambiciones personales que han tenido que dejar para ser madres, pensando en que era una elección libre. Todas coinciden en que su mayor satisfacción ha sido la familia en primer lugar seguido de su profesión, pero solo Sylvia reconoce que busca a veces demasiado la perfección.. Trabajar y disfrutar de un ocio en el lugar que se ejerce el trabajo que en este caso es el hogar parece incompatible. Todas poseen electrodomésticos que les hacen creer que las tareas del hogar van a ser más cómodas, rápidas y eficaces, pero no es así.

VI. Discusión y conclusiones

Una de las cosas que Betty encontró fue que estas mujeres no eran tan felices y que las mujeres autorealizadas no lo eran por ser amas de casa, sino por tener otros proyectos en su vida. Aquellas, que los profesionales consideraban amas de casa a tiempo completo, no eran tal cosa ya que se trataba de mujeres que estudiaban, realizaban trabajos a tiempo parcial mientras educaban a su prole, es decir mujeres para las que mantener su hogar limpio no lo era todo en la vida. En cambio estas actividades las ejercían en el más absoluto anonimato, y solo eran conocidas por ser mamás, esposas de, nunca por estudiar idiomas, pintar o escribir. Estamos condenando a una parte muy importante de las mujeres a la invisibilidad y la ausencia de derechos y desperdiciando sus capacidades para hacer incorporaciones importantes al desarrollo de la humanidad.

La mujer actual del imaginario social, gracias a los aparatos electrodomésticos, ya no ejerce un trabajo pesado y sacrificado. La idea transmitida es que la mujer tiene tiempo libre.

La moda universaliza a todas las mujeres, ya no existe la problemática social o las clases sociales, sino mujeres modernas y anticuadas. No tener estilo es lo peor que le puede pasar a una mujer, no será admirada por las otras mujeres ni pertenecerá a ningún grupo de prestigio. Se debe consumir a fin de dar una imagen exitosa.

Las imágenes de estas revistas se presentan como modelos a seguir y se impone el canon y la dictadura de la delgadez y del estilo.

La modernización del mito de la feminidad ha convertido a la sexualidad en un simulacro de liberación femenina. Las mujeres deben ser y son educadas en estas revistas para ser sexys, pero una sexualidad no propia sino orientada al deseo de los hombres. La liberación sexual que se pregona desde estas revistas no es realmente una liberación entendida como conocimiento y elección propia, sino una manera de mantener un sistema patriarcal.

Las publicaciones analizadas en esta investigación generan en las mujeres una constante preocupación por su belleza, objetivo basado en los ideales impuestos por mujeres ajenas a la realidad de la población femenina. Las publicaciones inundan la vida cotidiana, reforzando los mismos estereotipos que han circulado siempre en torno al sujeto femenino, y que se reflejan en los medios de comunicación.

El problema surge no de que las mujeres elijan permanecer en el hogar, sino de que no se produce un reconocimiento social y que este trabajo no les va a dar acceso a un currículum con el que presentarse para conseguir un empleo. Betty Friedan pone en valor las actividades domésticas, pero ella misma reconoce la necesidad de un salario, de un trabajo «de verdad» que permite a la mujer tener derechos. Hay una superposición de roles viejos y nuevos en la mujer que trabaja y es madre. Los cambios en la posición económica no se acompañan de cambios en la organización social y familiar.

En conclusión, las mujeres siguen bajo la influencia de lo que Betty Friedan llamó la «mística de la feminidad» que las llevaba al hogar prometiéndoles la felicidad de ser mujer y madre; y todo ello se realiza a través de los medios de comunicación, de la educación de una manera sutil pero efectiva a través de una homogenización cultural. El «problema que no tiene nombre» sigue existiendo aunque estemos en el Siglo XXI y hayan pasado 50 años desde la publicación de «La mística de la feminidad» es un problema de las mujeres, tanto en el ámbito privado como en el público, no se han buscado soluciones y se siguen reproduciendo idearios del pasado.

Los medios de comunicación han contribuido a expectativas sociales inalcanzables en lo relativo a la belleza y las habilidades femeninas. Son medios globalizados que a través de las revistas para mujeres diseminan imágenes homogéneas que no son más que un espejo engañoso de la mujer actual. A menudo presentan imágenes femeninas diferentes, a las hegemónicas de occidente, pero desde una perspectiva exótica, no para visualizar las diferencias.

Se necesita de una mayor profundización en las dinámicas familiares, no desde los horarios, sino desde la necesidad de cambios en los constructos que sustentan la sociedad y las relaciones personales.

En resumen se puede concluir:

- El uso de las nuevas tecnologías puede ser un medio de desarrollo para las mujeres, pero no les otorga la igualdad. Internet se utiliza a menudo por las mujeres para perpetuar la «mística de la feminidad».
- A las mujeres con formación no les gusta ser llamadas «amas de casa» y aunque en este momento estén ejerciendo este trabajo, lo consideran una realización personal como madres, no perciben las dificultades de su posterior incorporación al trabajo.
- Se encontraban buscando empleo a tiempo parcial, o realizaban trabajos voluntarios.
- Niegan el interés por la televisión o las revistas de moda, como mecanismo de defensa frente a que se las clasifique como «marujas» o «amas de casa». Pero su aspecto físico no indica que no sigan los dictámenes de la moda.
- Se sigue relegando el ejercicio de la profesión en función de la crianza de los hijos e hijas, si bien las mujeres no quieren abandonar su trabajo o estudios, pero siguen teniendo más dificultades para la continuidad o incorporación al mundo laboral.
- Como Betty Friedan enfatiza en sus conclusiones, muchas de estas mujeres no son «amas de casa» a tiempo total, sino que realizan otras actividades o estudian y se siguen formando. Ello conlleva una gran cantidad de profesionales desaprovechadas por la sociedad.
- Las tareas del hogar ejercen un «efecto de alargamiento».
- Desde algunos sectores de opinión se responsabiliza a las mujeres de la situación de trabajo a tiempo parcial, falta de formación, ausencia de motivación personal para acceder a puestos de responsabilidad y dirección.
- En este momento existe una generación de mujeres que está dando soluciones de urgencia y provisionales ante el dilema trabajo o familia.
- No existe una auténtica corresponsabilidad. Los hombres deben implicarse en la educación.
- Se hace necesario el estudio de lo que ocurre dentro de los muros del hogar
- Es necesaria una investigación a fondo sobre las necesidades de las mujeres en el hogar.
- Es necesario superar o aminorar los efectos de contradicción empleo-familia. Que se puede plantear desde el ámbito de lo

público (trabajo, políticas públicas) o de lo privado (familia y redes sociales).

146



En mi opinión es necesario establecer nuevas líneas de investigación que abarquen lo que ocurre en el ámbito familiar, qué necesidades tienen las mujeres que son madres o se encuentran al cuidado de alguna persona dependiente, y ello no aplicando teorías preestablecidas sino con herramientas que nos permitan objetivar la realidad, eso sí oyendo sus voces, como sujetos activos en la investigación. Las mujeres siguen siendo las grandes olvidadas de la historia y de la investigación académica.

Con el siglo XXI se generaron muchas ideas de cambio en la humanidad. Seguir perpetuando los viejos modelos no creará una sociedad nueva en la que las mujeres sean la mitad de la humanidad. Los deseos de la mujeres han cambiado pero los razonamientos teóricos desde los que se las discrimina, son más sutiles y distintos. Desde el feminismo hay que abrir nuevas vías de desarrollo y de acción para la búsqueda de nuestra propia identidad y nuestro propio ser mujer. Betty Friedan caminó por un sendero ya transitado por otras mujeres con anterioridad; elaboró sus hipótesis, creó movimientos de mujeres y estableció líneas de trabajo para el futuro que incluían a los hombres. Transformó sus ideas a medida que vivía y nos dejó un legado que en el siglo XXI tiene plena actualidad. Retomar su camino o transitar por otros nuevos debe ser el futuro para no dejar en el olvido o en la falacia de una batalla ganada lo que no es más que una ilusión visual de igualdad. Nos debemos ésto y mucho más a nosotras mismas.

VII. Bibliografía

AMORÓS, CELIA (2010): «Dar nombre al problema que no tiene nombre», El País, 3/04/2010.

AMORÓS, CELIA: «Maternidad maximalista y huelgas demográficas», El País, Actualización 9 octubre 2010, (consulta del 27 mayo 2011 a las 9:13), disponible en http://www.elpais.com/articulo/portada/maternidad/maximalista/huelgas/demograficas/elpepuculbab/20101009elpbabpor_42/tes

BEAUVOIR, SIMONE (1999): *El segundo sexo*, Volumen I y II, Universitat de València. Instituto de la mujer ediciones Gallimard 1949, Cátedra, Madrid.

BOTÍA MORILLAS, CARMEN (2009): «Análisis sociológico y de género sobre el uso de los tiempos, en momentos de crisis económica, en parejas no tradicionales que acaban de tener su primer descendiente», ponencia presentada en el III Congreso de Economía Feminista. Universidad Pablo de Olavide. Instituto Andaluz de la Mujer y Economía Crítica.

BRANCIFORTE, LAURA Y ORSI, ROCÍO (2007): «De la mística de la feminidad al mito de la belleza» e-archivo Universidad Carlos III (Madrid), acceso 15

junio 2011 16:06, disponible en <http://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/1096/browse?type=author&order=ASC&pp=20&value=Branciforte%2C+Laura>

147

CARBONELL, NEUS (2003): *La dona que no existeix*, Eumo Editorial, Universitat de Vic, Vic.

COLOMINA DE RIVERA, MARTA: acceso el 21 junio 2011 a las 15:38, disponible en <http://www.caracasnine.com/cgi-local/content.cgi?!=eng&n=4>

DE GARAY SENTÍES, PAOLA Y VALERIA HERRERA GARZA (2004): *Análisis de la publicidad de la revista Cosmopolitan: La representación de la mujer*. Tesis Licenciatura. Ciencias de la Comunicación. Departamento de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla (Consultado 25 mayo 2011 a las 10:30), Disponible en http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/de_g_p/capitulo_5.html

DURÁN, M^a ÁNGELES (1978): *El ama de casa. Crítica política de la economía doméstica*, Zro Zyx, Colección Lee y Discute, 87, Bilbao.

DIAZ VICEDO, NOÈLIA: «El feminismo y las mujeres jóvenes», (consulta 22 marzo 2011 a las 17:07), disponible en <http://www.nodo50.org/mujeresred/spip.php?article714>

FRIEDAN, BETTY (2009): *La mística de la feminidad*, Cátedra, Universitat de València, Instituto de la Mujer, Madrid

— (2003): *Mi vida hasta ahora*, Universitat de València, Instituto de la mujer, Cátedra, Madrid.

FUSTER GARCÍA, FRANCISCO (2006): «Betty Friedan, la mística de la feminidad» Claves de razón práctica nº 177, acceso 15 junio a las 15:51, disponible en http://www.elboomeran.com/upload/ficheros/noticias/claves_articulo177_fuster.pdf

GONZÁLEZ GUERRERO, SORAYA (2010): «Hay estereotipos sexistas: se diagnostica como psicológico lo que es biológico o social», (consulta 11 junio 2011 a las 23:26), Diagonalweb, 22 noviembre 2010 nº 137, nº 138, Disponible en <http://www.diagonalperiodico.net/Hay-estereotipos-sexistas-se.html>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (Consulta 27 mayo 2011) Disponible en <http://www.ine.es/daco/daco42/daco4211/epa0111.pdf>

GONZÁLEZ, LUCÍA (2011): «Cuatro miradas y una visión polémica de la maternidad», Madrid. Actualizado 25 abril 2011 a las 06:31 horas, (consulta 27 abril 2011 a las 9:30), disponible en <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/04/20/cultura/1303266566.html>





http://www.canalsocial.net/ger/ficha_GER.asp?id=9960&cat=medioinformacion

HUETE MACHADO, LOLA (2011): «Subordinadas» acceso 15 junio 2011, disponible en <http://blogs.elpais.com/mujeres/2011/06/mujeres-culpables.html>

LOCKWOOD, NANCY (2011): ¿Sabes lo qué es un techo de cristal) Acceso el 22 junio 2011 a las 14.30 Disponible en <http://radiocontempo.wordpress.com/2008/04/28/%C2%BFsabes-que-es-un-techo-de-cristal-podrias-estar-atrapada-sin-saberlo/>

MEAD, MARGARET: (1901-1978), (2001): accesible 20 junio 2011, disponible en <http://www.liceus.com/cgi-bin/aco/ant/mead.asp>

MENDOZA ALEXANDRY, NORMA: «Ser yo misma». Actualizado 6 marzo 2007, (consulta 16 abril 2011 a las 5:45), disponible en http://www.yoinfluyo.com/index.php?option=com_content&view=article&id=5881:ser-yo-misma&catid=142

MERNISSI, FATIMA: (modificada por última vez el 22 may 2011, a las 17:57), acceso el 20 junio 2011 a las 17:33 disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/Fatima_Mernissi

MURILLO, SOLEDAD (1996): *El mito de la vida privada. De la entrega al tiempo propio*, Siglo XXI de España editores, S.A., Madrid.

MCLEROY, WENDY: «Politizando al ama de casa», (consulta 1 de noviembre 2011 a las 15:30), disponible en <http://www.elindependent.org/articulos/article.asp?id=19>

NAVARRO MARTINEZ, DAVID : «Feminidad, clave para una imagen exitosa» acceso 15 junio 2011, disponible en <http://www.imagenexcellence.com/articulosimagenfemenina/errores-de-imagen-fiestas.html>

SOLETU, MARISA (2011): «Hartas de renunciar», actualizado 2 junio 2011 a las 8:42, acceso 15 junio 2011, disponible en <http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/ellas/2011/06/02/hartas-de-renunciar.html>

RAE Real Academia *Española* diccionario de la lengua española. Disponible en <http://www.wordreference.com/es/en/frames.asp?es=mística>

TOBÍO, CONSTANZA (1998): «Roles de género y la relación familia-empleo». Seminari d'Investigació Feminista. Universitat Jaume I de Castellón, pp. 21- 44. ASPARKÍA Nº9, Castellón de la Plana.

VALCÁRCCEL, AMELIA: «Betty Friedan, filósofa, ideóloga y periodista» actualizado 06 febrero 2006, (consulta 6 marzo 2011 a las 6:30),

disponible

en http://www.elpais.com/articulo/agenda/Betty/Friedan/filosofa/ideologia/periodista/elpepigen/20060206elpepiage_5/Tes

– (2009): *Feminismo en el mundo*, Cátedra, Madrid.

VAQUERO OROQUIETA, FERNANDO JOSÉ (2006): «Análisis crítico de 15 cabeceras: tendencias sociales, publicidad, valores». Asociación Plaza del Castillo de Usuarios de Medios de Comunicación. (consulta el 4 mayo 2011 a las 10) disponible en http://www.asociacionplazadelcastillo.org/Textosweb/An_lisis_cr_tico_d_e_15_revistas_dirigidas_a_ni.PDF

