

Torre, Lidia de la

El hogar y el ágora en las revistas femeninas

Este documento está disponible en la Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina, repositorio institucional desarrollado por la Biblioteca Central "San Benito Abad". Su objetivo es difundir y preservar la producción intelectual de la Institución.

La Biblioteca posee la autorización del autor y de la editorial para su divulgación en línea.

Cómo citar el documento:

Torre, L. de la. (2011). El hogar y el ágora en las revistas femeninas [en línea]. Buenos Aires : Educa. Disponible en: <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/libros/hogar-agora-revistas-femeninas-torre.pdf> [Fecha de consulta:.....]

(Se recomienda indicar al finalizar la cita la fecha de consulta. Ej: [Fecha de consulta: 19 de agosto de 2010]).

EL HOGAR Y EL ÁGORA EN LAS REVISTAS FEMENINAS

COLECCIÓN INVESTIGACIÓN ICOS

10



Lidia de la Torre



COLECCIÓN INVESTIGACIÓN ICOS

INSTITUTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PERIODISMO Y PUBLICIDAD

Directora

Dra. María Teresa Baquerin de Riccitelli

Coordinadora Académica

Lic. Paula Marzulli

EL HOGAR Y EL ÁGORA
EN LAS REVISTAS
FEMENINAS

Lidia de la Torre

De La Torre, Lidia

El hogar y el ágora en las revistas femeninas. - 1a ed. - Buenos Aires:
Educa, 2011.

170 p. ; 15x21 cm.

ISBN 978-987-620-183-4

1. Revistas. Investigación. I. Título
CDD 070.17



**EDITORIAL
DE LA UNIVERSIDAD
CATÓLICA ARGENTINA**

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD CATÓLICA ARGENTINA

A. M. de Justo 1400 • P.B., Contrafrente • (C1107AAZ)

Tel./Fax 4349-0200 int. 1177 • educa@uca.edu.ar

Buenos Aires, diciembre de 2011

ISBN: 978-987-620-183-4

Queda hecho el depósito que previene la ley 11.723
Printed in Argentina - Impreso en la Argentina

ÍNDICE

Agradecimiento.....	7
Prólogo.....	9
Introducción.....	11

PRIMERA PARTE: TEXTOS DE CONTEXTO

Capítulo 1

La ideología: feminismo y posfeminismo.....	19
El feminismo moderno.....	21
El posfeminismo y la reacción mediática.....	30

Capítulo 2

Revistas femeninas: la construcción de la identidad y el proceso de identificación.....

Revistas femeninas: la construcción de la identidad y el proceso de identificación.....	37
Cuerpo, moda y belleza.....	52
Sexo y sexualidad.....	60
El mundo doméstico y el mundo del trabajo.....	62

Capítulo 3

La publicidad y el consumo.....	71
--	-----------

SEGUNDA PARTE: LA MUJER

EN LAS REVISTAS FEMENINAS DE LA DÉCADA DE 1990

Capítulo 1

Ideología, negocio o entretenimiento.....	83
Supuestos y metodología.....	83
Una comparación entre <i>Mujeres & Compañía</i> y <i>Para Ti</i>	86

Capítulo 2

<i>Mujeres & Compañía, una revista para la “mujer entera”..</i>	89
El feminismo y las primeras revistas feministas en la Argentina	89
El feminismo de <i>Mujeres & Compañía</i> : trabajo, amor y familia	96
El mundo del trabajo	102
Mujer y dinero: la independencia femenina.....	109
El mundo del hogar: el trabajo doméstico	112
La familia: los hijos, la pareja, el amor y el sexo	114
¿Cómo nos ven... ellos? Un espacio para la mirada masculina	120
Publicidad y diseño	125

Capítulo 3

<i>Para Ti, una revista de servicio</i>	129
El ama de casa: trabajo doméstico o tareas del hogar.....	131
La familia: los hijos, la pareja y el amor y el sexo	137
Moda, belleza y publicidad	144
Cosas de hombres. Un espacio para la mirada masculina	148

Capítulo 4

Comentarios finales	153
----------------------------------	-----

Bibliografía	161
--------------------	-----

AGRADECIMIENTOS

Este nuevo volumen de la Colección Investigación se concretó gracias al esfuerzo del Instituto de Comunicación Social, Periodismo y Publicidad (ICOS), que desde el año 2006 promueve la publicación de investigaciones en el área de la comunicación. Agradezco al Mg. Alfredo Dillon, becario del ICOS, por su colaboración y compromiso con este proyecto, en el desarrollo de tareas de recopilación y revisión del *corpus* de esta investigación. Al entrañable Alfredo Serra, que generosamente me abrió las puertas del archivo de Atlántida y me permitió acceder a la colección de la revista *Para Ti*. Fue un privilegio que la última lectura fuera realizada por la Dra. Liliana Pantano, cuyos comentarios y sugerencias mejoraron la edición del trabajo final. Agradezco especialmente la generosidad de Clara Mariño por el prólogo de este trabajo, cuyas reflexiones lo han enriquecido desde la compleja mirada de periodista y mujer.

Lidia de la Torre

PRÓLOGO

¿Cómo definir una revista femenina? ¿Es más fácil una agenda de una revista deportiva o económica que una dirigida a las mujeres? Y, además, ¿cómo precisar el *target* de ventas en un segmento tan cambiante y tan expuesto a la competencia de otros medios?

La investigación de Lidia de la Torre enfoca su análisis sobre dos publicaciones. Una, *Para Ti*, creada en 1922 por la Editorial Atlántida, y la otra, *Mujeres & Compañía*, cuyo primer número se lanzó en 1995 y estaba dirigida por dos brillantes mujeres –María Eugenia Estenssoro y Norma Morandini–, hoy senadoras nacionales.

Para Ti se convirtió en la revista femenina emblemática de la Argentina y *Mujeres & Compañía* no logró sobrevivir.

Las causas son observadas por Lidia de la Torre a través de un riguroso estudio de contenidos, publicidad, columnistas y entrevistas. El esfuerzo de Estenssoro y Morandini se dirigía –como subraya la autora– “a luchar para que las futuras mujeres políticas desarrollasen la capacidad antes que la elegancia, y la inteligencia antes que la belleza”.

Es curioso: pocos años después la elección presidencial la ganaba una mujer –Cristina Fernández de Kirchner– y el segundo lugar le correspondía a Elisa Carrió.

Otros temas centrales fueron la relación entre la mujer y el dinero, la mujer en los negocios y esa tensión inevitable y desgastante entre la profesión y la familia.

Creo que *Mujeres & Compañía* fue una revista inteligente e ideológicamente equilibrada, pero con un mercado tan difuso como escaso. Algunos de los temas abordados también aparecían en los debates de televisión, en los diarios y hasta en las publicaciones de interés general. Ese fue uno de sus problemas insalvables.

Para Ti tuvo una línea definida desde sus comienzos y el apoyo de una editorial poderosa. A través de décadas, reforzó su perfil de

servicios y entretenimiento, sin eludir tendencias sociales y familiares tratadas de manera directa y amigable.

Lidia de la Torre hace, además, un interesante recorrido por la historia de las revistas femeninas en la Argentina como *El Hogar*, *Vosotras*, *Atlántida* y *Claudia*. Entre las décadas del 50 y el 70, algunas de esas revistas publicaban literatura de Pavese o Moravia. Eran tiempos donde la política había producido a Eva Perón y Alicia Moreau de Justo, la cultura a Victoria Ocampo, y la televisión y la radio a la legendaria Blackie. Todas ellas, a su manera, trabajaron por la liberación de la mujer. María Elena Walsh fue heredera de esos cambios.

El recorrido de estas publicaciones, entre éxitos y fracasos, es analizado por Lidia en su contexto histórico y social. Uno de sus méritos es plantear conflictos y dilemas aún no resueltos sobre la condición y el papel de las mujeres.

¿Cómo evolucionó la corriente femenina? ¿Las revistas femeninas han contribuido a definir el lugar de la mujer o la han abrumado con mensajes extenuantes, contradictorios y artificiales? ¿Esos mensajes han respetado la individualidad de la elección femenina o la han sobrecargado de metas imposibles?

El futuro de las revistas femeninas es una incógnita. Lo es también para el resto del espectro editorial sometido a la revolución de los medios digitales. Si se observan las publicaciones norteamericanas más exitosas –*Cosmopolitan* (fundada en 1886), *Allure*, *Better Homes and Gardens*, *Cooking Light*, *Elle*, *Vogue* y *W*–, veremos una agenda donde conviven la belleza, la salud el *fitness*, el hogar, la moda, las celebridades y las grandes producciones fotográficas. Tienen tapas espectaculares y presentaciones lujosas. Hay lugar, también, para temas cultural y socialmente comprometidos, pero reinan el entretenimiento y el imperio del consumo.

Nada que reprochar. En los Estados Unidos, los medios para hombres siguen reglas similares.

Los cambios siempre “alteran”. Almodóvar diría que nos ponen “al borde de un ataque de nervios”. Hace algunos años, una publicidad de cigarrillos dirigida a la mujer decía: “Muchacha..., has recorrido un largo camino”. Y lo seguimos andando. El libro de Lidia de la Torre nos ayuda a comprenderlo mejor.

Clara Mariño
Periodista, docente de la UCA

INTRODUCCIÓN

*Respecto de esta grande e inmensa “tradición” femenina,
la humanidad tiene una deuda incalculable.
¡Cuántas mujeres han sido y son todavía más
tenidas en cuenta por su aspecto físico que por su competencia,
profundidad, profesionalidad, capacidad intelectual, riqueza de su
sensibilidad y en definitiva por la dignidad misma de su ser.¹*

El discurso de las revistas femeninas se inscribe en prácticas sociales y culturales más amplias. Es por eso que las categorías de observación surgen no solo en el análisis literario, sino también en teorías de la estructura social y de la subjetividad. Desde la perspectiva de los estudios culturales, la realidad adquiere sentido a partir de las significaciones que se le otorga, y son los medios de comunicación los que producen y reproducen los códigos culturales. Si bien la corriente británica de los estudios culturales nació alrededor de 1950 con la intención de comprender y defender la cultura de las clases populares, en las décadas de 1960 y 1970 se impulsaron investigaciones decisivas acerca de la situación de subordinación social de la mujer, y su relación con los medios de comunicación. A partir de ese momento, en el mundo anglosajón se desarrollaron numerosos estudios de género vinculados al análisis de contenido de las revistas femeninas. La lectura de esos estudios permite afirmar que las revistas femeninas han tenido un discurso que construye, reconstruye y comunica la cultura femenina, aún cuando los contextos históricos sociales fueron diferentes.

¹ Carta del Papa Juan Pablo II a las Mujeres, Vaticano, 29 de junio, solemnidad de los santos Pedro y Pablo, del año 1995.

Los estudios culturales son un campo interdisciplinar, transdisciplinar y a veces contradisciplinar, que actúa en medio de la tensión de sus mismas tendencias para acoger un concepto de cultura que sea amplio y antropológico y, a la vez, restringido y humanista [...] están constituidos por metodologías declaradamente interpretativas y valorativas [...] rechazan la coincidencia de la cultura con la alta cultura sosteniendo que toda las formas de producción cultural necesitan un estudio que avance en relación con otras actividades culturales y con otras estructuras históricas y sociales.²

En una definición más sintética podemos decir que, desde esa perspectiva, la “cultura no es una práctica, ni es simplemente una descripción de la suma de los hábitos y costumbres de una sociedad. Pasa a través de las prácticas sociales y es la suma de sus interrelaciones”.³ Bajo esta definición, en el concepto de cultura caben tanto los significados como los valores que surgen y se difunden entre las mujeres, así como las prácticas a través de las cuales se expresan esos valores y esos significados. La cultura femenina es, entonces, una elaboración colectiva en la que las revistas femeninas cumplen un rol activo.

Las revistas femeninas forman parte del estilo de vida de la mujer y de sus prácticas culturales, contribuyen a estructurar el espacio social en el que la mujer desarrolla un conjunto de predisposiciones adquiridas en la primera infancia, que se concretan en conductas y en formas sociales permanentes en el tiempo, las que podemos definir como el *habitus* femenino. El *habitus* supone maneras de actuar y de pensar relativamente estables en el tiempo, pero también un *hexis* corporal, posturas o disposiciones del cuerpo que responden a formas sociales no personales como la moda, las formas de pararse, de caminar, de hablar.⁴

La creación y difusión de las revistas femeninas implica la coexistencia de un *habitus* femenino y un *habitus* masculino, lo que constituye un mundo social dividido, estructurado en campos de

² GROSSBERG, L.; NELSON C.; TREICHLER, P. (comps.), *Cultural Studies*, Nueva York, Routledge, 1992, p. 98.

³ WOLF, Mauro, *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Barcelona, Paidós, 2000, p. 121.

⁴ Cf. BOURDIEU, Pierre, *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1988.

interés diferenciados. Las fronteras de estos campos de interés son construidas por los actores y, en nuestro caso, también por los periodistas. De esta forma, el orden social se funda a partir de la división sexual del trabajo, de manera tal que a las mujeres les corresponde el lado de lo interior, lo privado, el hogar, las tareas domésticas, y a los hombres, lo exterior, lo público, la ley.

La somatización progresiva de las relaciones fundamentales que forman parte del orden social desemboca en la institución de dos ‘naturalezas’ diferentes, es decir, dos sistemas de diferencias sociales naturalizadas que se inscriben a la vez en los *hexis* corporales, bajo la forma de dos clases opuestas y complementarias de posturas, porte, presencia y gestos.⁵

Las revistas femeninas han tenido y tienen un rol importante en el proceso de socialización colectiva en el que se definen las identidades masculina y femenina, identidades socialmente diferenciadas y aceptadas como naturales por su fundamento biológico. En esa relación entre naturaleza y cultura, entre “sexualidad” de la naturaleza y “sexualidad” de la cultura, las revistas femeninas, en mayor o menor medida, contribuyen a la construcción de la exclusión de la mujer de la plaza pública, y, de esta manera, convalidan una suerte de agorafobia socialmente establecida. Reproducen la división entre lo masculino y lo femenino en torno a lo interior y lo exterior, entre el hogar, la educación de los hijos y el trabajo. Es que la entrada de la mujer al mercado del trabajo y al mundo político mediante el voto no ha desplazado la frontera entre el hogar y el ágora; por el contrario, la identidad proyectada desde las revistas femeninas continúa reproduciendo la división tradicional.

La identidad femenina y la oposición entre el mundo del afuera y el mundo del hogar pueden ejemplificarse con el resultado de un estudio realizado en el año 1954 por Anne-Marie Rocheblave-Spenlé⁶ en Francia. La autora creó un listado de conceptos que reflejaban diferentes rasgos del carácter de las personas, y le pidió a un grupo de individuos elegidos de manera aleatoria, y por lo tanto

⁵ Cf. BOURDIEU, Pierre, *La dominación masculina*, Barcelona, Anagrama, 2007.

⁶ PÉCHARDRE, Lydie y ROUDY, Yvette, *El éxito de la mujer*, Bilbao, Mensajero, 1983, pp. 27-28.

representativa de la población total, que señalaran los conceptos que describían rasgos masculinos y los que describían rasgos femeninos. Los resultados permiten afirmar que la sociedad francesa de esa época tenía incorporados dos claros estereotipos: uno femenino y uno masculino. Los rasgos que se mencionaban cuando se trataba de describir el carácter de las mujeres y que pueden encontrarse con seguridad en las revistas femeninas de la época, y muchos de ellos, en las actuales, eran: caprichosa, coqueta, intuitiva, frívola, púdica, compasiva, charlatana, histérica, emotiva, sumisa, astuta, miedosa, sensible, dulce, incoherente, con necesidad de tener hijos, etc. Los varones fueron caracterizados como creadores, seguros de sí, metódicos, ambiciosos, firmes, tranquilos, patriotas, organizados, egoístas, independientes, discretos, con aptitud para la ciencia, gusto por las ideas teóricas, etc. Rocheblave-Spenlé señala que lo más paradójico de este estudio consistió en que las mujeres destacaron como valiosos los rasgos masculinos y juzgaron negativamente los de su propio grupo.

Los conceptos mencionados son expresiones manifiestas de la manera en que eran percibidos y reconocidos por la sociedad francesa de los años 50 los atributos del carácter de la mujer y del varón. En términos de Bourdieu,⁷ los contenidos que subyacen en la valoración de lo femenino y de lo masculino reflejan la tensión en el campo del poder del capital cultural y del capital simbólico. Es importante señalar que, si bien los diferentes tipos de capital se encuentran interrelacionados de manera tal que quien posee el capital económico tendrá también el capital social, no sucede lo mismo con el capital simbólico o el cultural, que no son hereditarios. Ambos se aprenden en un proceso formal, informal o académico en el que los medios de comunicación tienen un rol importante. Las revistas femeninas que entran al mercado convirtiéndose en capital económico para los editores están fuertemente relacionadas con el capital social por el rol de los periodistas que difunden y transmiten valores y conocimientos que adquieren las mujeres, en un proceso informal de adquisición de capital cultural.⁸

⁷ Cf. BOURDIEU, Pierre, *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*, Barcelona, Anagrama, 1997.

⁸ Cf. BOURDIEU, Pierre, *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*, Barcelona, Anagrama, 1995.

Según Schulz,⁹ los medios crean la cultura y el ambiente simbólico y cognoscitivo en el que cada persona vive, y constituyen un recurso que las personas usan en las interacciones sociales para situarse, o para convertir en significativa su propia actuación. Si los medios dan resonancia a una determinada representación de lo femenino, es posible que no solo consigan atención sino que promuevan valores y estilos de vida. En este sentido, podemos decir que las representaciones sociales son maneras específicas de entender y comunicar la realidad, e influyen, a la vez que son condicionadas por las personas, a través de sus interacciones; son un “conjunto de conceptos, declaraciones y explicaciones originadas en la vida cotidiana, en el curso de las comunicaciones interindividuales. Equivalen, en nuestra sociedad, a los mitos y sistemas de creencias de las sociedades tradicionales”.¹⁰ Sin embargo, según Albert Chillón,

decir que los medios de comunicación construyen la realidad no es decirlo todo: conviene recordar que, al hacerlo, se nutren de enunciados previamente contruidos, de modo tal que los medios [...] son también contruidos por las realidades vigentes y la tradición o tradiciones heredadas, en una dialéctica incesante. Los enunciados que los medios tejen no hablan directamente de la realidad [...] sino de los enunciados previos que forman ese conjunto de representaciones que solemos llamar realidad [...]. Es incesante la dialéctica que se entabla entre el ‘hecho’ nuevo que los medios de comunicación configuran y la cultura preexistente integrada por configuraciones de contenido previamente acuñadas.¹¹

Las primeras investigaciones acerca de la influencia de los medios y, específicamente, de las revistas femeninas, fueron realizadas en las décadas de 1960 y 1970, y llegaron a la conclusión de que los contenidos que se publicaban en ellas reforzaban las actitudes y

⁹ Cf. SCHULZ, Alfred, *El problema de la realidad social*, Buenos Aires, Amorrortu, 1995.

¹⁰ MOSCOVICI, Serge, “The phenomenon of social representations”, en FARR, R. M. y MOSCOVICI, Serge (comps.), *Social Representations*, Cambridge, Cambridge University Press, 1984, p. 181.

¹¹ CHILLÓN, Albert, “El ‘giro lingüístico’ y su incidencia en el estudio de la comunicación periodística”, en *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 1998, 22, p.96, Biblioteca de Publicacions Digitals de la Universitat Autònoma de Barcelona. www.bib.uab.es/pub/analisi/index.html

conductas sexistas, e inhibían la participación de la mujer en la vida pública. En las dos décadas siguientes, el foco se puso en observar y verificar la manera en que las representaciones de la mujer en los medios reproducían la dominación masculina. En la actualidad, un sector importante de investigadores pone el acento, no solo en el análisis de los contenidos de los medios y en sus resultados, sino también en los contextos y en los múltiples discursos sobre el género que circulan en la sociedad.

En la primera parte de nuestro estudio, se explorarán diferentes conceptos asociados a las perspectivas desde las que se analizaron los contenidos de las revistas femeninas, como el encuadre ideológico, que incluye el feminismo moderno en sus diferentes concepciones, las representaciones de lo femenino y de la feminidad con su atribución de roles, la función de la publicidad como sostén económico de las publicaciones y como modeladora de un nuevo tipo de consumidor y de consumo. En la segunda, se analizarán esos conceptos en dos revistas femeninas: *Mujeres & Compañía* y *Para Ti*, en sus ediciones de la última década del siglo XX. Estas publicaciones, al igual que otras, asumen algunas ideologías y descartan otras. Explícita o implícitamente, cada una de ellas tiene su patrón ideológico que se refleja en los temas de que se ocupa y en el tratamiento de esos temas. La comparación de sus contenidos permite observar los códigos culturales que les dieron forma, así como también comprender las limitaciones y dificultades en la difusión y aceptación de una revista con un encuadre próximo al feminismo moderno de los años 1990, en oposición a la aceptación y permanencia de otra, con contenidos clásicamente “femeninos”.

PRIMERA PARTE
TEXTOS DE CONTEXTO

CAPÍTULO 1

LA IDEOLOGÍA: FEMINISMO Y POSFEMINISMO

Subyace, bajo los temas que nos proponemos indagar y las preguntas que nos formulamos, la idea de que los contenidos de las revistas femeninas cumplen, en mayor o menor grado, la función de transmitir y consolidar alguna ideología acerca de lo que se entiende por femenino o por feminidad. Aun cuando el espectro de concepciones ideológicas acerca de lo femenino y la feminidad es limitado, el concepto ideología ha sido definido de manera diversa por los investigadores que se ocuparon de analizar los contenidos de las revistas femeninas y su relación con la cosmovisión femenina. Janice Winship lo utiliza para referirse “a los conocimientos comunes que se encuentran en los diarios y las revistas, en el cine y la TV y en los libros escolares y que dan forma a la manera de pensar y sentir y actuar en la vida diaria de la gente”. Y, en ese sentido, afirma que “las revistas femeninas asumen una ideología en detrimento de otras. Cada revista tiene su propio patrón ideológico que se refleja en los conocimientos que transmite, en los problemas que plantea y las soluciones que ofrece para capturar el corazón y la mente de sus lectoras”.¹²

Las autoras de *Women's Worlds. Ideology, Femininity and the Woman's Magazine* dicen que, si bien tratan de comprender el rol y la función del discurso y de la ideología en la construcción de la identidad social, emplean el término pero con reservas cuando afirman “rechazamos la idea de la ideología como fuerza dominante que lo abarca y determina todo, que modela las creencias de la gente, los valores y las acciones en función de los intereses de la clase

¹² WINSHIP, Janice, *Inside Women's Magazines*, Londres, Pandora Press, 1987, p. 23.

dominante”.¹³ Desde una postura opuesta, el término es usado para referirse a la conexión entre las representaciones culturales –significados– y las relaciones de poder, afirmando la importancia de las imágenes, los valores y los discursos en la construcción y reproducción del orden social. En este sentido, John Thompson recurre al término para referirse a “las maneras en que los significados son modificados para mantener las relaciones de dominación”.¹⁴



Para Ti, Nº 3905, 5 de mayo de 1997

¹³ BALLESTER, ROS; BEETHAM, Margaret; FRAZER, Elizabeth; HEBRON, Sandra, *Women's Worlds. Ideology, Femininity and the Woman's Magazine*, Londres, MacMillan, 1991, 1991, p. 4.

¹⁴ Citado por GILL, Rosalind en *Gender and the Media*, Rosalind, Cambridge, Polity Press, 2007, p. 55.

El feminismo moderno

En el marco del feminismo, las investigaciones sobre las revistas femeninas definen el concepto de ideología como las ideas, normas, valores y representaciones que marcan las diferencias de género y que ejercen una considerable influencia para mantener la subordinación de la mujer. Sin embargo, lo que dio forma a la erudición de las investigaciones de la década de 1970 fue la distinción hecha entre sexo y género. El uso del término *sexo* quedó entonces, restringido a las diferencias biológicas expresadas conceptualmente como “el varón y la mujer”. El género –masculino y femenino– se definió como una construcción social y no como un hecho natural, en términos de Bourdieu, como hábitos sexuales.¹⁵ Esta distinción entre sexo y género implica, también, que el género no puede definirse de manera única y universal. En diferentes culturas y en diferentes épocas los géneros femenino y masculino han sido caracterizados mediante diferentes atributos. Lo cierto es que esa distinción entre género y sexo “lleva a una explosión de la investigación feminista a través de diferentes disciplinas académicas y ha tenido como rasgo central los estudios sobre los medios durante más de treinta años hasta ahora”.¹⁶

Nos interesa, entonces, precisar qué entendemos por ideología en el contexto de nuestro trabajo y tomamos como punto de partida la definición habitual del feminismo: la ideología es un conjunto de ideas, normas y valores que ejercen una considerable influencia para mantener la subordinación de la mujer. Esta definición une dos ideas, una que afirma que “las maneras de actuar, de pensar y de sentir [son] exteriores [a la mujer] y [están] dotadas de un poder coercitivo en virtud del cual se le imponen”,¹⁷ de la que se desprende que las maneras de representar el rol femenino son culturalmente definidas y se corresponden con representaciones socialmente aprendidas. En consonancia con esta manera de observar la realidad social, dice

¹⁵ BOURDIEU, Pierre, *La dominación masculina*, p. 14.

¹⁶ CARTER, Cynthia y STEINER, Linda, “Introduction to critical readings: media and gender”, en CARTER, Cynthia y STEINER, Linda (comps.), *Critical Readings: Media and Gender*, Londres, McGraw Hill, 2004, p. 3.

¹⁷ DURKHEIM, Émile, *Las reglas del método sociológico*, Buenos Aires, Shapire, 1969, p. 24.

Margaret Mead: “Un rol diferente es asignado a cada sexo desde el momento del nacimiento”.¹⁸ La otra idea, implícita en la definición mencionada, es la concepción de que existe una intencionalidad por la que esas maneras de actuar, pensar y sentir se le imponen a la mujer para sostener y legitimar la dominación masculina. En 1869 John Stuart Mill decía “que el principio que regula las relaciones sociales vigentes entre los dos sexos –la subordinación legal de un sexo sobre otro– es incorrecto por sí mismo...”.¹⁹ La idea de la subordinación femenina ha persistido, y ciento treinta años más tarde Pierre Bourdieu afirma que “siempre he visto en la dominación masculina [...] el mejor ejemplo [...] de lo que llamo la violencia simbólica, violencia amortiguada, insensible e invisible para sus propias víctimas, que se ejerce esencialmente a través de los caminos puramente simbólicos de la comunicación y del conocimiento”.²⁰

El concepto de dominación y su contrapartida, el de liberación, ha formado parte del discurso feminista durante más de un siglo; sin embargo, el feminismo es un movimiento complejo cuyas definiciones y luchas han variado en el tiempo. Francine Descarries²¹ propone, a partir del análisis de la división de los sexos y desde la perspectiva de la acción política, una tipología del feminismo contemporáneo. Identifica tres corrientes de pensamiento, la del feminismo igualitario –que ha estado y está siempre presente–, la del feminismo radical –que ocupará el espacio de la producción intelectual de la década de 1970– y la corriente de la feminidad –entendida como una bisagra entre lo biológico y lo psicológico ligado a la experiencia del cuerpo, que ocupó la mayor parte de la reflexión teórica de las décadas de 1980 y 1990–. Este último feminismo es

¹⁸ MEAD, Margaret, *Moeurs et sexualité en Océanie*, París, Plon, 1969. Disponible en Internet en http://clssiques.uqac.ca/classiques/mead_margaret/moeurs_sexuelles/livre_1/livre1_intro.html

¹⁹ MILL, John Stuart, *On the Subjection of Women*, Greenwich, Conn., Sawcett Publication Inc., 1971, p. 5.

²⁰ BOURDIEU, Pierre, *La dominación masculina*, Barcelona, Anagrama, 2007., p. 11.

²¹ DESCARRIES, Francine, “Théories féministes: éssai de typologie”, en DESCARRIES, Francine; TELMOSE, Diane; TREMBLAY, Nicole, *Questionnements et pratiques de recherches féministes*, Montreal, Les Presses de l’Université du Québec, 1990. Versión de la colección “Les classiques des sciences sociales”. Sitio web: <http://clsiques.uqac.ca>

el que aparece en la mayoría de las investigaciones como “posfeminismo” y, en gran medida, ha estado presente en los primeros años del siglo XXI.

El feminismo igualitario, que aboga por la igualdad de los sexos, sostiene que esa igualdad debe darse en el marco de la complementariedad.

Si bien el [feminismo] igualitario denuncia prioritariamente, las condiciones de desigualdad que viven las mujeres en la educación y en el trabajo, se articula al mismo tiempo en torno de la noción de complementariedad y sostiene una cierta confianza en el sistema patriarcal y en su capacidad de cambio.²²

La noción de complementariedad ha sido, históricamente, tanto valorada como cuestionada. En el siglo XIX John Stuart Mill²³ pone de manifiesto que el sometimiento de la mujer no solo proviene de la concepción de su inferioridad biológica, sino que resulta mucho más grave cuando se apoya en la definición de la mujer como biológicamente superior. Esta corriente, aparentemente más justa que la que legitimaba el sometimiento por la debilidad física, intelectual y moral de las mujeres, da por sentado que cualidades como el sacrificio, la intuición, la comprensión, la sensibilidad, son tan valiosas que deben ser preservadas y desarrolladas en el ámbito privado del hogar y la familia, dejando el mundo público en manos del varón. Por eso afirma:

Al no quedar determinados los derechos de la mujer por ley, que en teoría no le consiente ninguno en absoluto, en la práctica se establece que sus derechos llegarán hasta donde pueda arreglárselas ella para llegar. La igualdad de los esposos ante la ley no solo es el único medio en que puede funcionar esta relación concreta con justicia para ambas partes, conduciendo a la felicidad de ambos, sino que es el único modo de convertir la vida diaria de la humanidad en una escuela de cultivo moral, en un sentido elevado.²⁴

La demanda de una legislación que iguale los derechos de ambos sexos estuvo también presente en Stuart Mill cuando hablaba

²² *Ibidem*, p. 8.

²³ MILL, John Stuart, *op. cit.*, p. 58-62.

²⁴ MILL, John Stuart, *op. cit.*, p. 61.

de la necesidad del establecimiento de los derechos de la mujer por ley. Una tesis similar, pero desde la perspectiva marxista, es la de Engels cuando dice:

En la familia el hombre es el burgués y la mujer juega el rol del proletariado [...]. La necesidad y la manera de establecer una verdadera igualdad social de los dos sexos no será posible hasta que el hombre y la mujer tengan, jurídicamente, derechos absolutamente iguales.²⁵

En respuesta a la idea de que una legislación bastaría para igualar los derechos de ambos sexos, y comentando la obra póstuma de M. Letourneau *La condition de la femme dans les diverses races et civilisations*, en la que el autor afirma que la inferioridad mental de la mujer es el resultado de la situación de servidumbre respecto del varón y pide la igualdad de los dos sexos en la educación, el matrimonio, la familia y la sociedad, Durkheim decía que “la igualdad jurídica es posterior a la igualdad mental, por lo tanto no puede precederla”.²⁶ Estaba planteando la necesidad de un cambio de mentalidad, una nueva representación social del rol de la mujer como paso previo a la igualdad ante la ley, aun cuando la concepción de Durkheim acerca del rol de la mujer se encuadraba en el marco de la complementariedad funcional de los sexos. Afirmaba que los lazos que unen al hombre y la mujer en el matrimonio suponen una mutua dependencia, fuera de la cual ambos son incompletos. “La división del trabajo sexual es la fuente de la solidaridad conyugal [...]. El estado del matrimonio en las sociedades en que los dos sexos no se hallan sino débilmente diferenciados es testimonio, pues, de que la solidaridad conyugal es muy débil”.²⁷

Este punto es objetado por Pierre Bourdieu cuando advierte que la división social del trabajo “legitima una relación de dominación

²⁵ ENGELS, Friedrich, *L'origine de la famille, de la propriété privée et de l'État*, p. 56. Sitio web: http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html.

²⁶ DURKHEIM, Émile, “La condition de la femme”, en *L'Année sociologique*, N° 7, 1904, pp. 433 a 434. Versión de la colección “Les classiques des sciences sociales”. Sitio web: http://classiques.uqac.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html

²⁷ DURKHEIM, Émile, *La división del trabajo social*, México, Colofón, s/d, pp. 65 y 67.

inscribiéndola en una naturaleza biológica que es en sí misma una construcción social naturalizada”,²⁸ es decir que la naturaleza biológica, y más precisamente la maternidad, es utilizada arbitrariamente, para sustentar la dominación masculina. Tesis semejante a la que Stuart Mill hiciera en 1869 cuando decía: “Lo que ahora se llama naturaleza de las mujeres es algo eminentemente artificial, consecuencia de una represión forzada en algunos sentidos, de un estímulo antinatural en otros”.²⁹

La idea de la igualdad de derechos para la mujer ha sido el modelo de acción para el cambio propuesto por el feminismo igualitario. En esta ideología, que ha estado presente desde las primeras luchas de las mujeres, no se ha incluido la idea de modificar el orden establecido que divide el mundo en un ámbito público bajo control masculino, y un ámbito privado controlado por la mujer. El discurso del feminismo radical de la década de 1970, en sus vertientes materialista, socialista y lesbiana, con sus propuestas colectivistas chocó con esa tradición feminista de la complementariedad y, consecuentemente, con las prácticas cotidianas culturalmente aceptadas acerca del rol de la mujer frente a la maternidad, el matrimonio, el amor y la sexualidad. Se trataba de destruir el discurso que diferenciaba femineidad de virilidad, de eliminar ambos conceptos ya que ellos encubrían y justificaban la opresión del trabajo doméstico no remunerado, la venta de cosméticos y la prostitución.³⁰ La reacción a la radicalidad feminista fue el discurso neofeminista, que a partir de la década de 1980 centró su argumento en la idea de que, “al alejarse demasiado del territorio de la maternidad y de la femineidad, las mujeres corrían el riesgo de perder su identidad específica y su espacio de poder”.³¹

Seguramente lo que mejor delimita las diferentes corrientes del pensamiento feminista es el lugar en el que se ubica la maternidad y la manera en que esta es definida y valorada. El acento puesto en la diferencia entre sexo y género se vincula al hecho de que las repre-

²⁸ BOURDIEU, Pierre, *La dominación masculina*, p. 37.

²⁹ MILL, John Stuart, *op. cit.*, p. 38.

³⁰ Cf. LAURIN-FRENETTE, “La liberation des femmes”, *Socialisme québécois*, N.º 24, 1er. trimestre, Albert Saint-Martin, Montréal, 1974, Sitio web: <http://www.pages.infinit.net/sociojmt>

³¹ DESCARRIES, Francine, “Théories féministes: éssai de typologie”, p. 9.

sentaciones de lo femenino han variado en el tiempo y en el espacio, aun cuando las funciones biológicas de la mujer no se han modificado. El conflicto se establece entre la maternidad biológicamente determinada y la manera de ser madre y ser mujer. Es entonces cuando la maternidad se vuelve un punto clave, ya que, a partir de ella, se le adjudican a la mujer atributos propios de esa condición, como la capacidad de proteger, alimentar y comprender. Según Bourdieu,

las mujeres han permanecido durante mucho tiempo encerradas en el universo de las actividades asociadas a la reproducción biológica y social del linaje; actividades (maternales ante todo) que, aunque sean aparentemente reconocidas y a veces ritualmente celebradas, solo lo son en la medida en que permanecen subordinadas a las actividades de producción, las únicas en recibir una auténtica sanción económica y social, y ordenadas de acuerdo con los intereses maternos y simbólicos del linaje, es decir, de los hombres.³²

El feminismo, en sus diferentes vertientes, ha definido la maternidad como fuente de opresión y de alienación para la mujer, o como fuente de placer y de disfrute. Para el feminismo igualitario de la década de 1960, se trataba de que madre y padre compartieran el cuidado de los hijos y ambos tuvieran iguales oportunidades en el espacio público del trabajo y la política. Según Descarries y Corbeil, son las representantes de este primer feminismo contemporáneo las responsables del surgimiento de un modelo de mujeres más seguras de sí mismas, deseosas de afirmarse y beneficiarse en su condición de ciudadanas y las que “dan nacimiento al modelo de la supermujer capaz de conciliar todo: familia, estudios, marido, carrera, placer y... aspecto físico”.³³ Según la concepción del feminismo marxista, la mujer se encuentra en una situación de doble opresión, una por su condición de clase, y, especialmente, de clase trabajadora en el sistema capitalista, y otra por su condición sexual que implica tener que hacerse cargo de las tareas domésticas y la crianza de los hijos. En palabras de Lenin:

³² BOURDIEU, Pierre, *La dominación masculina*, p. 121.

³³ DESCARRIES, Francine y CORBEIL, Christine, “La maternité au coeur des débats féministes”, en DESCARRIÉS, Francine y CORBEIL, Christine, *Espaces et temps de la maternité*, Montreal, Les Éditions Remue-Ménage, 2002. Versión de la colección “Les classiques des sciences sociales”. P. 12 Sitio web: <http://classiques.uqac.ca>

La mujer es la *esclava doméstica* a pesar de todas las leyes emancipadoras, ya que las *pequeñas necesidades domésticas*, el agobio, la sofocación, el embrutecimiento, la humillación, el encadenamiento a la cocina y al cuarto de los niños, en las que desperdicia sus esfuerzos son labores improductivas, mezquinas, enervantes, embrutecedoras y aplastantes.³⁴

La difusión mediática del modelo de la mujer orquesta y la decepción por las promesas de igualdad incumplidas generaron la reacción de algunas feministas que endurecieron su posición al negar la maternidad como el camino principal para la realización de la mujer y, consecuentemente, al postular el derecho de la mujer a tener o no tener hijos. Durante la década de 1970, sectores del feminismo radical consideraban la maternidad como el eje de la opresión y la alienación de la mujer. En este sentido, dicen Descarries y Corbeil: “El matrimonio, la maternidad y la familia, en tanto instituciones del sistema patriarcal, fueron identificados como el sitio específico de la triple opresión, sexual, socioeconómica y política de las mujeres”.³⁵ El feminismo de esta década puso en tela de juicio el rol de la reproducción biológica, entendida tradicionalmente como el fundamento determinante de la división sexual del trabajo. La maternidad fue redefinida, por este grupo, como una construcción social basada en otra construcción social, la de los cuerpos masculino y femenino, y de esta forma se consolidó el pensamiento androcéntrico.³⁶ El radicalismo de los movimientos feministas modernos cuestionaba el hecho de dar por sentada la postura patriarcal de la feminidad, de la maternidad, de la imagen sexual femenina y de la división de tareas en el hogar y en el trabajo.

En 1974, en plena efervescencia de esta segunda ola del feminismo, Marcuse pronunció una conferencia en la que fijaba la posición del marxismo frente al feminismo, y ponía el acento en la importan-

³⁴ LENIN, V. I., *Sur l’émancipation de la femme*, Ed. Du Progrès, Moscú, 1973, p. 63. Citado por Denis, Roch en *Les marxistas et l’émancipation de la femme*, Montreal, Les Presses Socialistes Internationales, 1976. Versión de la colección “Les classiques des sciences sociales” Sitio web: http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html

³⁵ DESCARRIES, Francine y CORBEIL, Christine, “La maternité au coeur des débats féministes”, p. 15.

³⁶ Cf. BOURDIEU, Pierre, *La dominación masculina*, pp. 36-40.

cia que tiene la mujer como parte del nuevo sujeto revolucionario y la necesidad evitar la ideología del dominador. En este sentido decía:

[Deben evitarse] las influencias nefastas del abandono de las cualidades femeninas y la adopción acrítica de la razón instrumental propia del patriarcado. La Mujer, vinculada históricamente a la Naturaleza, es la única capaz de reconciliar al Hombre con esta, en un mundo vaciado de sentido. Por ello, el colectivo femenino debe mantenerse deliberadamente alejado del poder [...]. El patriarcado y la represión de la sexualidad son el necesario momento de la negación, previo a un futuro de sublimación no represiva y abolición del sometimiento de las mujeres.³⁷

Las prevenciones de Marcuse no impidieron el avance de las ideas del feminismo, que un año más tarde logró, en la reunión de las Naciones Unidas realizada en la ciudad de México, la declaración de la Década de la Mujer y la adopción de un Plan de Acción Mundial que convocaba, a los medios noticiosos del mundo, a eliminar los prejuicios y los estereotipos y a promover la completa integración de la mujer en la sociedad. Las revistas femeninas de la década de 1970 son el reflejo de ese plan de acción en el que las feministas hicieron grandes y precisas demandas al mundo, sostuvieron la absoluta igualdad de derechos y oportunidades para las mujeres, apoyaron modificaciones respecto de la participación de la mujer en la política y lucharon por sueldos similares al de los varones y por las tareas domésticas compartidas. Reivindicaron, también, el derecho a la maternidad voluntaria y pusieron en tela de juicio la idea del instinto maternal de la mujer. Pero, además, cuestionaron la automática asociación de la mujer con el mundo doméstico y su supuesta falta de interés en participar en la esfera de lo público.

El movimiento de liberación de fines de los años de 1960 y, especialmente de los de 1970, estimuló un próspero feminismo en los medios durante el cual surgieron numerosas editoras feministas, boletines

³⁷ PULEO, Alicia H., “Mujer, sexualidad y mal en la filosofía contemporánea”, Universidad de Valladolid, Cátedra de Estudios de Género, España. Sitio web: <http://www.fyl.uva.es/~wceg/articulos/mujersexualidadymal.PDF>

sobre la liberación de la mujer [...] y revistas y diarios que emergieron como parte de la prensa alternativa para la mujer.³⁸

Pero, si el feminismo de esa década estuvo signado por la obsesión del cambio social, el feminismo de fines de los años 80 y, más precisamente el de la última década del siglo XX, mostraba una vuelta hacia el pasado, hacia los tiempos anteriores a la difusión de las ideas de la revolución femenina y proclamaba “la moda femenina vuelve al pasado, los pechos vuelven, la maternidad regresó, se pueden lograr los objetivos sin sacrificar la naturaleza”.³⁹

Esa secuencia temporal de la evolución del feminismo formó parte de todo el espectro de productos destinados a la mujer, incluido el perfume. Dijo Bernardo Conti, perfumista argentino de *Firmenich* –compañía responsable de fragancias como *Romance* de Ralph Lauren y *Arman Code* de Armani, entre otras–: “En los 80 las mujeres optaron por los perfumes fuertes, como una manifestación de su propia valía; en los ’90 hubo una cierta tendencia hacia fragancias más suaves, relajadas e, incluso, unisex”.⁴⁰

Es probable, como afirma Winship, que “con el ‘éxito’ del feminismo algunas ideas feministas dejaron de tener carga negativa y pasaron a formar parte del sentido común de mucha gente, no ya de una minoría. Al mismo tiempo, el posfeminismo no implica el fin del feminismo sino que muchas de sus demandas han sido alcanzadas (aunque esta es una interpretación)”.⁴¹ Lo que debe señalarse es que, no obstante las diferencias que el feminismo mostró en la segunda mitad del siglo XX, su esencia “no había cambiado desde que el término feminista apareció por primera vez en la crítica del libro *Athenaeum* el 27 de abril de 1895, al describir a una mujer como una persona que ‘tiene en sí la capacidad de luchar para reconquistar su independencia’”.⁴²

³⁸ CHAMBERS, Deborah; STEINER, Linda; FLEMING, Carole, *Women and Journalism*, Londres y Nueva York, Routledge, 2004, p. 160

³⁹ KITCH, Carolyn, *The girl on the magazine cover*, The University of North Carolina Press, Chapel Hill & London, 2001, p. {1}.

⁴⁰ *Para Ti*, “El secreto de los perfumes”, 16/10/2009

⁴¹ WINSHIP, *op. cit.*, p.149.

⁴² FALUDI, Susan, *Reacción. La guerra no declarada contra la mujer moderna*, Buenos Aires, Planeta, 1992, p. 22.

El posfeminismo y la reacción mediática

Los logros del movimiento feminista de las décadas de 1960 y 1970 estaban consolidados en la década siguiente y se manifestaban no solo en los niveles de igualdad y libertad que había conseguido la mujer, sino también en el desarrollo de la investigación académica, con la incorporación de temas vinculados a los derechos de la mujer, la igualdad de oportunidades y, sobre todo, la difusión de la diferencia entre los conceptos de sexo y género, y su relación con la subordinación a la que históricamente estuvo sujeta la mujer. En este contexto se desarrolló un floreciente feminismo en los medios, con editoras y contenidos que reivindicaban la condición femenina y proclamaban una nueva identidad para la mujer.

Sin embargo, hacia mediados de la década de 1980 el movimiento feminista y las leyes inspiradas en el feminismo fueron cuestionados, y la vigencia de sus ideas se debilitó “cuando la resistencia a los derechos femeninos adquirió aceptabilidad política y social, [e] ingresó en la cultura popular”⁴³ a través de los medios de comunicación. Este fue el resultado de una política desarrollada, por lo que Susan Faludi denominó la Nueva Derecha, que se instala durante el gobierno de Ronald Regan en Estados Unidos y que veía las leyes inspiradas en el feminismo como ardid para socavar los valores de la familia tradicional. Del otro lado del Atlántico, en la época de Margaret Thatcher, sucedía algo similar y, junto con “la celebración del individualismo y del consumismo, la corriente principal de los nuevos medios comenzó a hablar acerca de algo denominado posfeminismo”⁴⁴.

El discurso del posfeminismo mostraba de manera confusa los logros obtenidos por las mujeres en las décadas anteriores. Se trataba de un feminismo ampliado y con múltiples componentes, por lo que resultaban difíciles de identificar las características específicas que lo diferenciaran de los discursos no feministas. Durante las dos últimas décadas del siglo XX, los medios destacaban, por un lado, las conquistas que había obtenido la mujer en el plano de la igualdad de género pero, por otro, señalaban las consecuencias negativas que implicaba el sostenimiento de esas conquistas en el ámbito de

⁴³ FALUDI, Susan, *Reacción*, Buenos Aires, Planeta, 1992, p. 18.

⁴⁴ CHAMBERS, Deborah; STEINER, Linda; FLEMING, Carole, *op. cit.*, p.172.

lo privado, más específicamente en el matrimonio y la maternidad. Respecto de los logros en el ámbito profesional y laboral, decían Chambers, Steiner y Fleming:

[al mismo tiempo que] la noción de supermujer era congratulada y despolitizada y se mostraba el crecimiento del empleo entre las mujeres casadas de clase media [...]. Se transmitía la idea de que la seguridad en sí misma, la automotivación y la firmeza personal milagrosamente superarían las desigualdades estructurales de género.⁴⁵

De esta forma los medios generalizaban la situación de las mujeres de sectores económicamente acomodados y de las profesionales, que, efectivamente, habían aumentado su participación en el mundo de lo público y, principalmente, en la sociedad de consumo. Pero, al mismo tiempo, se omitía la realidad desigual respecto de la participación ciudadana y del consumo de las mujeres pobres, de las ocupadas en trabajos no calificados y de aquellas para las que un empleo *full time* era menos viable por el costo del cuidado de los hijos. Hacia fines del siglo XX se estaba poniendo al descubierto que las desigualdades persistían y que había que incluir el factor económico como variable importante, cuando se trataba el problema de las diferencias de género.

Junto con las conquistas obtenidas como resultado de las luchas del feminismo, los medios se ocuparon persistentemente en señalar las consecuencias negativas que acompañaron esas conquistas a través de “representaciones profundamente ideológicas –diseñadas para naturalizar las diferencias de sexo y el poder masculino– incluso cuando aparecen presentadas en el lenguaje posfeminista que destaca la capacidad de elección, la libertad, el poder sexual y el autoplacer; o con el tono irónico y autosuficiente de las revistas masculinas”.⁴⁶

La confusa noción de posfeminismo significó, además, la reivindicación del logro individual en lugar de la reivindicación de los derechos de la mujer como colectivo. Esto era fácilmente observable en las revistas femeninas, que hicieron un culto de las celebridades y que desarrollaron una cultura popular que mostraba imágenes

⁴⁵ CHAMBERS, Deborah; STEINER, Linda; FLEMING, Carole, *op. cit.*, p. 173.

⁴⁶ GILL, Rosalind, *op. cit.*, p. 217.

de mujeres exitosas, pero que, al mismo tiempo, solían estar solas, agotadas, sin familia y sin hijos. La periodista Susan Faludi dice que este fue un claro ataque contra los logros del feminismo, con el propósito de retrotraer a la mujer a los roles tradicionales dentro de la familia y en las relaciones sexuales, y agrega que los medios de comunicación fueron especialmente responsables en este proceso.

De la ‘escasez de hombres’ a la ‘epidemia de esterilidad’, el ‘agotamiento femenino’ y el ‘terrible cuidado diurno de los niños’, estas denominadas crisis femeninas han tenido su origen no en las condiciones reales de vida de la mujer sino más bien en un sistema cerrado que comienza y termina en los medios, en la cultura popular y en la publicidad: un interminable rizo de realimentación que perpetúa y exagera sus propias imágenes falsas de la feminidad.⁴⁷

Los temas en los que se apoyó el periodismo para mostrar que el feminismo no había logrado otra cosa que condenar a la mujer a una calidad de vida peor que la que tenía antes de su ‘liberación’ surgieron de investigaciones académicas que, según el análisis de Susan Faludi, resultaron en algunos casos cuestionables y en otros fueron utilizadas por los medios desde perspectivas totalmente sesgadas. Uno de estos estudios, realizado por investigadores de Harvard y Yale en 1986, trataba acerca del casamiento y advertía que “una mujer soltera con educación universitaria a los treinta años tiene un 20% menos de probabilidades de matrimonio [...]. Las estadísticas fueron publicadas en primera plana prácticamente en cada periódico importante y se las comentó en programas informativos y de actualidad”.⁴⁸ Faludi refuta los datos de Harvard-Yale con los del censo de población que mostraba que la proporción de solteros era considerablemente mayor que la de solteras en una relación de 119 a 100 en ese segmento de edad.

Otra de las investigaciones, realizada en Francia en 1982, señalaba que, dado que las mujeres profesionales tendían a postergar la maternidad, sus posibilidades de procrear disminuían drásticamente con la edad. “Las mujeres entre treinta y uno y treinta y cinco años tienen una probabilidad del 39% de no poder concebir, un gran salto

⁴⁷ FALUDI, Susan, *op. cit.*, p. 24.

⁴⁸ FALUDI, Susan, *op. cit.*, pp. 25 y 31.

del 13% respecto de las mujeres de poco menos de treinta años”.⁴⁹ Los medios tomaron esta noticia y aconsejaron a las mujeres profesionales que, si querían tener hijos, era conveniente hacerlo antes de iniciar sus carreras. “Al mismo tiempo, los ginecólogos empezaron a denominar a la endometriosis, una enfermedad uterina que puede causar esterilidad, ‘la enfermedad de la mujer profesional’. [Y agregaban que] ataca a las mujeres que son ‘inteligentes, que viven con estrés [y] están decididas a triunfar en otro rol que el de ‘madre’ temprano en la vida”.⁵⁰ En 1985 los datos que dieron origen a una generalizada campaña mediática a favor de la maternidad y en contra de la decisión de la mujer respecto del momento de ser madre fueron refutados por el Centro de Estadísticas de la Salud de Estados Unidos, que “halló que las mujeres norteamericanas de entre treinta y treinta y cuatro años enfrentaban una probabilidad del 13,6%, no del 40%, de ser estériles”.⁵¹

Apoyado en datos e investigaciones como las descriptas, el periodismo de la década de 1980 se caracterizó, además, por lo que Susan Faludi denomina “periodismo de tendencia”, cuya peculiaridad es que no basa la información en datos sino en su poder de reiteración. “Una tendencia declarada en una publicación pone en marcha una reacción en cadena, cuando el resto de los medios se lanza a conseguir también la nota”.⁵² La tendencia que los medios pusieron en marcha en la década señalada fue la del regreso de la mujer al hogar, tendencia que contraponía a la epidemia de esterilidad la necesidad de ser madre, a la mujer sola y agotada las ventajas del matrimonio y al riesgo de dejar el cuidado de los hijos a extraños, la protectora presencia materna. La falta de datos o de información fidedigna era compensada por entrevistas a “autoridades”. Eran habituales en la época los artículos de tendencia en los que el periodista calificaba y predecía sobre la familia y los hijos, apoyándose en las opiniones de psicólogos, pediatras, educadores y médicos.

El impacto de la política implementada por los medios puede observarse en algunos de los resultados de la encuesta realizada en el año 1985 para Virginia Slims por el Roper Center. Los datos mues-

⁴⁹ FALUDI, Susan, *op. cit.*, p. 25.

⁵⁰ FALUDI, Susan, *op. cit.*, pp. 48-49.

⁵¹ FALUDI, Susan, *op. cit.*, p. 48.

⁵² FALUDI, Susan, *op. cit.*, p. 97.

tran que el 73% de las mujeres norteamericanas reconocía la participación que había tenido el movimiento feminista en los logros de la mujer en el plano laboral, respecto de los veinte años anteriores. Sin embargo, las opiniones favorables descendían al 59% cuando se evaluaban las acciones que el feminismo estaba realizando en ese momento, respecto de las necesidades de la mujer que trabajaba. Esta percepción, relativamente negativa, se reforzaba cuando se analizaba el rol del feminismo respecto de la situación de las amas de casa. En este caso, solo el 33% de las mujeres norteamericanas consideraba que las condiciones de vida del ama de casa habían mejorado en los últimos veinte años gracias a las acciones del movimiento feminista. Además, la difusión mediática del modelo de la mujer orquesta se había profundizado; en 1985 el 63% de las mujeres elegía combinar el matrimonio con la carrera y tener hijos (un 11% más que en 1974) y solo el 26% optaba por ocuparse del marido y de los hijos y no trabajar (38% diez años antes). Tener marido y desarrollar una carrera pero no tener hijos era una opción que solo el 5% de las entrevistadas consideraba aceptable.⁵³

Hacia fines de la década de 1980, muchas mujeres que se definían como feministas formaban parte de la reacción contra los progresos de la mujer.

Algunas se clasificaban a sí mismas como ‘neofeministas’ de segunda generación, pronunciándose por los ‘derechos de las madres’. Otras esgrimían tarjetas de afiliación de los primeros tiempos del movimiento de las mujeres; eran autoras feministas de la década del ’70 que ahora publicaban textos revisionistas. Y luego estaban las mensajeras inconscientes e involuntarias, las estudiosas feministas que observaban angustiadas mientras sus estudios sobre la diferencia de género eran distorsionados por el creciente plantel de entusiastas intérpretes de la reacción.⁵⁴

A grandes rasgos la reacción de la década de 1980 podría caracterizarse por la difusión de las siguientes ideas: a) las mujeres que

⁵³ *The 1974 American Women’s Virginia Slims Opinion Poll* y *The 1985 American Women’s Virginia Slims Opinion Poll*, Roper Center, University of Connecticut, sitio web: www.ropercenter.uconn.edu/data_access/data/datasets/virginia_slims_2000.html

⁵⁴ FALUDI, Susan, *op. cit.*, p. 284.

optan por triunfar en sus carreras renuncian a un matrimonio feliz y a la maternidad; b) los roles están biológicamente definidos: el mundo del hogar le corresponde a la mujer y el mundo público al hombre y c) la libertad de la mujer es la causa de su infelicidad que se expresa en estrés, ansiedad, depresión y agotamiento. Algunos autores cuestionaron las conclusiones a las que llega la teoría de la reacción y afirmaron que, a pesar de las dificultades, las feministas encontraron maneras alternativas de comunicar y llegar con sus ideas a las audiencias de mujeres que no se identificaban con el feminismo. También rescataron el impacto que tuvo el feminismo en las políticas sociales y en los avances en la legislación sobre la igualdad de derechos, y, finalmente, señalaron que las nuevas generaciones de periodistas comprendían y se identificaban, en muchos aspectos, con las ideas del feminismo.⁵⁵

⁵⁵ Cf. BYERLY, Carolyn M., “News, Feminism and the Dialectics of Gender Relations”, en MEYERS, Marian, *Mediated Women*, Cresskill, Nueva Jersey, Hampton Press Inc., 1999.