

PROYECTO UNAM

Texto: **Rafael López** rlopez@unam.mx



Conferencia sobre alimentación y diabetes

Fundación UNAM invita a la conferencia "Alimentación, sana, variada y deliciosa para quien vive con diabetes", que impartirá la maestra María del Rocío Fernández Suárez, egresada de la Facultad de Química, el 4 de junio, de 10:00 a 12:00 horas, en el Palacio de la Autonomía (Primo de Verdad, número 2, en el Centro Histórico de la Ciudad de México). Entrada: \$60 por persona.

Joshua Bell, en la Sala Nezahualcōyotl

Joshua Bell, uno de los mejores violinistas del mundo, se presentó hace unos días en la Sala Nezahualcōyotl, del Centro Cultural Universitario, en el marco de las celebraciones por los 80 años de la Orquesta Filarmónica de la UNAM. El músico nació el 9 de diciembre de 1967 en Bloomington, Indiana, Estados Unidos, interpretó, con su *Gibson exHuberman* —un Stradivarius de 1713, llamado así porque antes le perteneció a Bronislaw Huberman, violinista polaco de origen judío que vivió de 1882 a 1947—, la *Sinfonía española*, del compositor francés Édouard Lalo.



Premio a joven puma por diseño innovador

Por el desarrollo de un dispositivo capaz de proveer fluido hidráulico a partir de la energía eléctrica que genera un panel solar manufacturado con materiales reciclados, Josué Horacio Almazán Mendoza, alumno del plantel número 2 "Erasmus Castellanos Quinto", de la Escuela Nacional Preparatoria, obtuvo el primer lugar del Premio Diseño Innovador, que se entregó en el marco del XXIV Concurso Universitario Feria de las Ciencias, la Tecnología y la Innovación. El joven universitario fue asesorado por los profesores Armando García Neri y Agustín Torres Gutiérrez.

La evolución de la identidad femenina



Un movimiento de liberación, como la femenina, tarda en modificar pautas de conducta en la sociedad donde surge.

¿Cómo han cambiado, desde la década de los años 70 del siglo pasado, los roles de la mujer en la sociedad? Una académica puma da algunas respuestas

Además, muy atrás, quedó la imagen de la mujer dedicada exclusivamente al cuidado del hogar y a la organización de las actividades de la familia. Actualmente, su energía y sus aspiraciones se orientan a otros espacios de la vida social.

"Sí, luego de siglos, la identidad tradicional de esposa o madre se ha modificado. Ahora pueden distinguirse otros tipos de mujeres, sobre todo a partir de los movimientos feministas de la década de los años 70 del siglo XX", señala Carola García Calderón, profesora de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

Por supuesto, en este cambio de paradigma se advierten otros componentes, como el acceso que han tenido las mujeres a la educación superior y varias circunstancias económicas concretas.

Por ejemplo, en el periodo de la Segunda Guerra Mundial, las mujeres abandonaron el ámbito doméstico para ocupar un lugar especial en el mercado de trabajo; posteriormente regresaron, con cierta dosis de insatisfacción, a su hogar, a partir de lo cual surgió la mística de los movimientos feministas —documentada por estudiosas como la estadounidense Betty Friedan— que reivindica los derechos de las trabajadoras: salario igual para ocupación igual, creación de guarderías y fortalecimiento de todo aquello que permita su inserción en el ámbito laboral.

Medios de comunicación

En opinión de García Calderón, desde los medios de comunicación escritos y electrónicos también se han planteado elementos para construir la identidad femenina.

"Su discurso no es ajeno a los cambios que las



Mujeres de la década de los años 70 del siglo pasado.

mujeres mexicanas han experimentado en su vida. Si bien se dirigen a sectores medios con buenos niveles de educación, algunas de las identidades que contrastan con la del ama de casa tradicional pueden percibirse en las mujeres que trabajan y toman decisiones", acota.

Esta situación ha dado lugar a que, por ejemplo, las revistas feministas hablen de roles del pasado y al mismo tiempo den consejos acerca de cómo comportarse en el trabajo o cómo pedir un aumento de sueldo, entre otros.

Aun más: hoy en día se editan revistas para ejecutivas en las que los consejos no tienen nada que ver con la forma de pedir un aumento de sueldo o con la forma de arreglarse para ir a trabajar, sino con la forma de despedir a alguien. Esto se relaciona con la identidad femenina, pues las mujeres deben ir negociando consigo mismas y con su entorno.

"La publicación, en los años 70, de revistas feministas en las que se hablaba de liberación

(aunque no era el planteamiento principal de los movimientos feministas), indica que a las mujeres de entonces sólo les faltaba liberarse en lo sexual, que ya podían ejercer sus derechos políticos y tener acceso a la educación y a oportunidades de trabajo fuera de casa, es decir, que ya estábamos en igualdad de circunstancias con los hombres, menos en el aspecto sexual", afirma García Calderón.

Sexualidad

Por lo que se refiere a la posibilidad de que en los medios de comunicación se aborde la sexualidad femenina, García Calderón considera que ha habido avances.

"Muchas mujeres ya no son pasivas ni sumisas; pueden coquetear y tener relaciones pre o extramatrimoniales, algo impensable en las telenovelas o en las revistas feministas de los años 70. Esto me remite a un artículo de entonces que los editores de *Cosmopolitan* titularon 'Mantén a cinco



"Muchas mujeres ya no son pasivas ni sumisas; pueden coquetear y tener relaciones pre o extramatrimoniales, algo impensable en las telenovelas o en las revistas feministas de los años 70"

CAROLA GARCÍA CALDERÓN

Académica de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM

hombres en remojo'. Hay que recordar que, a diferencia de la masculina, la experiencia prematrimonial femenina era totalmente rechazada. En el fondo, lo que proponía ese artículo era que, al igual que los hombres, las mujeres tenían derecho a no casarse con el primer novio que se les declarara", apunta la académica.

Las revistas feministas de muchas partes del mundo muestran una gran apertura al tema de la sexualidad femenina y a todos los subtemas que se desprenden de él. Incluso, desde hace más de 15 años circulan en Inglaterra algunas publicaciones en las que se habla de otras preferencias sexuales, de matrimonios del mismo sexo...

En nuestro país todavía son pocas las revistas feministas (entre ellas *Marie Claire* y *Glamour*) que empiezan a tratar con mucho cuidado estos subtemas de la sexualidad femenina. Por ejemplo, si se acerca el día de las madres preparan un reportaje sobre las parejas de mujeres que tienen hijos e intentan aclarar algunas dudas relacionadas con el hecho de que un niño tenga dos mamás y ningún papá.

"Este es un avance importante. La sociedad ha retomado un planteamiento feminista: toda mujer tiene derecho a decidir sobre su propio cuerpo. Puede decirse que el contexto social ha permitido esta apertura".

Concepto de género

En relación con el papel de la televisión como educadora sentimental, la académica universitaria considera que, sin duda, las telenovelas inciden en el comportamiento de los públicos masivos, en especial el femenino.

"La televisión y, en general, todos los medios de comunicación le dicen a la gente cómo comportarse, aunque en esta época muchas de las normas y directrices que dictan las madres en los hogares son cuestionadas por los jóvenes", comenta García Calderón.

En el caso de las mujeres, parte de su identidad femenina se construye y conforma con los roles económicos, políticos y sociales que deben desempeñar en el espacio que les fue otorgado: el hogar. Ahí se sienten con más seguridad.

Ahora bien, como ya se dijo, los medios de comunicación —junto con la familia, la moral, la religión y la educación— también contribuyen a construir la identidad femenina.

"En la educación se reproduce el orden vertical del mercado de trabajo. Y los medios de comunicación son suplementarios: retoman esas identidades de la educación y el mercado de trabajo y, valiéndose de los anuncios comerciales, las utilizan para persuadir a las mujeres de consumir toda clase de productos y servicios".

En cuanto a si pudiera haber hoy una tensión entre tradición y modernidad, García Calderón piensa que no. Sin embargo, sí considera que un movimiento de liberación, como la femenina, tarda en modificar pautas de conducta en la sociedad donde surge.

Finalmente, la académica de la Universidad Nacional propone reflexionar sobre los contenidos mediáticos en relación con el concepto de género.

"Se intenta cuestionar este concepto en una sociedad moderna y plantear nuevas identidades y representaciones que las mismas mujeres han promovido. Las mujeres que consumen algún medio de comunicación tienen el compromiso de contrastar dicho concepto con su realidad y con todo aquello que se asocia a la construcción de su identidad", finaliza. ●