**¿Por qué las mujeres cambian y la mirada sobre ellas no?**

**Estudiante**: Adriana Gaudé Rojas Somontes

Las diferencias entre los hombres y las mujeres no se limitan a lo corpóreo. A lo largo de la historia se logra identificar una serie de atribuciones diferenciadas en ambos géneros. Si bien el término diferencias no significa que uno sea prevaleciente al otro, en el caso de la femineidad sí. El machismo en las sociedades a lo largo de la vida que conocemos ha cobrado manifestaciones diferenciadas. La conquista de derechos por parte de las mujeres ha sucedido en un proceso de largo aliento y siempre insuficiente. Frente a esta problemática surgen las dudas: ¿por qué se le atribuye menor valor a la vida de las mujeres?, ¿por qué la independencia no es una característica de la femineidad?; ¿por qué predomina en el imaginario colectivo un rol doméstico en la función social de las mujeres? Pretendo dar respuesta a algunas de estas preguntas mediante autores que interpelan el proceso de identificación femenina.

Partimos desde la lectura de la antropóloga Norma Fuller. **(¿Referencias?)** Esta científica social se remite al origen de la división sexual del trabajo en las sociedades primarias. Por la condición de neonato de la cría humana, este requieres especial cuidado por parte de la madre. La necesaria disposición de la madre a la criatura empujaba a que la pareja, varón, saliera a buscar el sustento del núcleo familiar. Mediante esta observación a la conformación social ya extinta, Fuller fundamenta que algunas de estas ideas se mantienen. Es decir, la cría humana no ha perdido las cualidades de neonato y mantiene la exigencia de la madre. Puede sonar extraño que miles de años transcurridos el orden social se mantenga. Si pensamos que la necesidad biológica estipula el rol de las mujeres en las sociedades, es un error. La diversificación del trabajo y la producción ha empujado a la mujer a ser un agente activo en la economía doméstica; sin embargo, cabe preguntarnos quién puede asumir el cuidado de la cría humana. La respuesta es: otras mujeres. Hay una limitación en ciertos trabajos asociados a los femenino como, por ejemplo, el cuidado de niños menores o en su educación inicial. ¿Cuántos maestros de preescolar se encuentran en el escenario educativo nacional o privado? Basta hacer memoria.

Por su parte, Juan Carlos Callirgos extiende la mirada de género a la identificación de los hombres -sin olvidar a la femineidad, por supuesto-. Dentro de la dinámica familiar se da un primer entendimiento de la sociedad que nos rodea, en ese sentido, lo que se vive en el hogar puede ser fácilmente trasladado a la vida pública. Entonces, ¿qué observan los niños en esa primera infancia? **(¿Referencias?)** Callirgos explica que la identificación de los niños parte, en buena parte, de los juegos de rol. Un clásico visto en los cumpleaños y navidad es la brecha entre los juguetes que se les entrega a las niñas y a los niños. Los juegos de té, las casitas, los muñecos que simulan ser bebés en brazos de niñas de dos años o cinco pueden acercarnos a entender cómo funciona el proceso de identificación en las niñas. ¿Qué sucede con los varones? Los clásicos regalos para los niños son autos, pistolas, construcción o hasta una, aparentemente inofensiva, pelota marcan el abismo de la diferencia. El historiador sostiene que el modelo de la madre es reproducido desde responsabilidades en los cotidiano hasta los juegos que reproducen situaciones adultas, el ejemplo esta en las muñecas y los juegos de té. A diferencia de los hombres que se afirman en contra de esta primera identidad, buscando la diferenciación, pues crecen considerando prominente el poder de la madre que controla los conflictos del hogar, para luego encontrarse el mundo exterior reducido al poder masculino, el cual es incubado a través del logro y la superación de los varones.

Sin embargo, con el transcurrir del tiempo se han asumido cambios, por supuesto, las mujeres han logrado ocupar un lugar en la esfera pública como ciudadanas donde ya se les exige deberes. El alcance de estudios superiores brinda nuevas miras a la mujer, pero ¿logra desprenderse de los roles que la sociedad le impone desde su nacimiento? El autor estima que el ciclo de preparación académica tiene un fin: el matrimonio y la crianza de los hijos. A esto se le suma el desprestigio de las responsabilidades laborales que se le asigna a la mujer, como es el caso de remuneración no equitativa. En efecto, el contacto con el mundo fuera de la casa no solo afecta a los hombres que deben definirse a partir de la diferenciación, sino también para la mujer que se hace consciente de la desigualdad peyorativa hacia los valores que se le han establecido en ella como la sumisión y su actitud dócil.

Las comunicadoras Rosa Alfaro y Gaby Cevasco **(Faltan las referencias apropiadas)** orientan su entendimiento de la femineidad a los mensajes que se reproducen en televisión. Si hacemos una radiografía rápida de lo que ofrece la televisión nacional respecto a la imagen de la mujer, concluimos que el discurso la asume como un ser orientado a lo doméstico, la belleza y la maternidad. Pocas veces se encuentra la representación de una mujer como heroína, si encontramos un spot de policías, o de líder, si se representa un espacio laboral en algún comercial. Sin embargo, por años se ha hecho un uso decorativo de la imagen femenina en campañas de productos cuyo público objetivo no son las mujeres. Pensemos en los polémicos comerciales de cerveza. Hasta hace algunos años, el mensaje no era reunirse a celebrar o brindar por la amista, el mensaje era seducir al receptor con un escenario paradisiaco y una mujer en bikini. Tal vez los publicistas pensaron que, como el perro de Pavlov, los hombres consumidores de cerveza asociarían cerveza a belleza. Sin ir muy lejos, los spots publicitarios de productos de limpieza tienen de protagonistas a mujeres, algunas en compañía de sus parejas, pero todas increíblemente preocupadas porque la persona a su cargo quede impecable. Dentro de esta representación no solo está de por medio el rol doméstico asignado a las mujeres, sino el placer de hacerlo. Esta reflexión podría explicar por qué en las reuniones familiares muchos hombres esperan verse servidos por el grupo de las mujeres que asisten a la reunión.

Existe un proceso de creación colectiva del sentido sobre la femineidad. Vemos que los cambios en los roles de las mujeres no han permanecido estáticos en el tiempo y que sus demandas también han cobrado enfoques diferentes. En apariencia, las mujeres tienen un rol ciudadano activo y merecedor de respeto; sin embargo, las cifras de feminicidios y de violencia doméstica – término que camufla una aceptación del hecho- demuestran que para muchos hombres las mujeres son subordinadas.

Por otro lado, sin ir al lamentable extremo de la muerte o de la violencia, el reparto de actividades dentro del hogar también se da de forma completamente desigual. Existe un tipo de trabajo invisible de parte de las mujeres, ellas otorgan parte importante de su tiempo al desarrollo de tareas que benefician a todos los miembros del hogar. Organizaciones como la Defensoría del Pueblo explican que el trabajo doméstico de las mujeres cobra una significación monetaria que no es retribuida.

**(Bien, tu texto está muy bien redactado, salvo que no haces ninguna referencia puntual a tus fuentes, y es un elemento fundamental de la investigación. Por otro lado, aunque planteas elementos interesantes y muy importantes, no te tomas un tiempo para distanciarte y analizarlos con tu propia reflexión; no estableces una postura que defienda ideas claramente planteadas. Salvo esos detalles, buen trabajo!)**

**Puntos: 7/10**

**Biliografía**

Fuller, N. (1993). La disputa de la femineidad en el psicoanálisis. Debates

en Sociología, 18, 7 – 33.

Callirgos, J. C. (1998). *Sobre héroes y batallas: Los caminos de la identidad masculina.* Lima. Escuela para el Desarrollo.

Cevasco, Gaby (2001). ¿Por qué las mujeres cambiamos y la publicidad

no? Ideele, 143, 105-107.

Alfaro R. &amp; Quezada A. (2005). Atracción fatal. Gritos y susurros de género

en la pantalla peruana. Lima. Veeduría Ciudadana de la Comunicación

Social.