Curso libre

Notas de Clase 2

PRIVADO, PÚBLICO

La dicotomía espacio público y privado, es una división/exclusión de la propia vida, que genera por un lado un espacio “público” productivo, remunerado, moderno, con progreso científico técnico, con movilidad, conectado con el comercio, la política y los asuntos internacionales; y por el otro lado un espacio “privado”, reproductivo, estático, tradicional, conservador y no remunerado.

En estas contradicciones y siguiendo con las ideas de Fernández (2005), lo masculino y el ser hombre aparece vinculado con el ámbito público. En ese espacio “público” se espera que el hombre ostente sabiduría, poder, ejercicio del dominio y demuestre su excelencia y eficacia, su racionalidad. Este espacio es visible, tangible, es el único en donde el trabajo es remunerado, “medible”.

En el ámbito público el poder económico, político, jurídico, científico, religioso, bélico ha estado y está fundamentalmente en los hombres.

Lo femenino, asignado a la mujer, se ubica de modo exclusivo en el ámbito privado, doméstico, familiar.

 El ámbito “privado” aparece como el “propio” de la mujer, la cual por naturaleza podría desempeñarse mejor en ese sentido. Este es el espacio del cuidado, de la atención a los otros, de los afectos, de la reproducción de la vida, del trabajo no remunerado e invisible. Por ser la mujer quien está mejor dotada para el ámbito de lo privado y las exigencias que de éste se derivan, es que se busca evitar históricamente el acceso al trabajo, a la educación, a la ciencia y desde luego a las esferas de poder y toma de decisiones.

En consecuencia, la participación de la mujer en los procesos sociales y políticos sigue bloqueada por una especie de “androcracia”, que ha alimentado la creencia de que el mundo de lo público es privativo de los varones.

Al respecto Hundek (2000:5) afirma que algunos analistas han tratado de explicar esta marginalidad como resultado de un escaso interés o incompatibilidad de las mujeres con la política, derivado de una supuesta vocación maternal y orientación particularista.

Estos estereotipos, antes que explicar el fenómeno, reflejan más prejuicios androcéntricos. Por eso cuando las mujeres se logran incorporar al mercado de trabajo pretenden un doble objetivo: a) alcanzar una autonomía económica, liberándose de la dependencia económica tradicional con relación a sus maridos o simplemente de sus parejas; y b) reivindicar el reconocimiento de una existencia social pública a través de su presencia en el espacio social que mejor lo otorga en las sociedades modernas, el del mercado.

La crítica feminista ha enfatizado el hecho de que la capacidad de dar sentido, asignar valor, ubicar y determinar, pertenece al “poder” que se ejerce en el ámbito público masculino, espacio valorado y reconocido por sus funciones, protagonistas y restricciones.

El espacio privado es por lo tanto, asumido como desjerarquizado, sin significación o influencia en los procesos que se escenifican en lo público. A lo anterior se agrega que la valoración que de lo público y lo privado se hace y la supremacía que se establece de un espacio en detrimento del otro, se extiende a los individuos que “naturalmente” ocupan cada uno de ellos.

Celia Amorós enfatiza que el poder que se establece en el espacio público se constituye a través de pactos que dan origen a jerarquías y por cuyo uso hay competencia; el espacio privado es el espacio de las “idénticas” no sujetas de poder, no individuas singularizadas con valor o reconocimiento social, no sujetas del contrato social, no partícipes de la “voluntad general”.[1]