



# *Mad Men* y la realidad de las mujeres: un análisis histórico

*Mad Men* | Matthew Weiner | 2007-2015

Lucía Busquier\*

Facultad de Filosofía y Humanidades  
Universidad Nacional de Córdoba

Recibido: 5 de febrero: aceptado: 6 de abril 2018

## Resumen

En este artículo se analiza la propuesta teórica de Betty Friedan desarrollada en su obra *La Mística de la Feminidad* publicada en 1963 que, medio siglo después, este análisis se encuentra aún vigente en nuestro contexto. Además de los planteos de dicha autora, se exponen algunas escenas y diálogos de la serie *Mad Men* de Matthew Weiner (2007-2015) ubicada temporalmente en la década del sesenta en la ciudad de Nueva York, periodo que coincide con la Segunda Ola del feminismo en Estados Unidos y el contexto donde impactó el análisis desarrollado por Friedan. En esta serie donde se muestra el día a día de una agencia publicitaria, pueden verse gran cantidad de menciones a los reclamos impulsados por las feministas de esa década y diversas situaciones en las que las mujeres eran ubicadas en un lugar secundario, como también sucedía (y sucede) en la sociedad.

**Palabras Clave:** Feminismo | Segunda Ola | mujeres | agencia publicitaria

## *Mad Men*

## Abstract

In this article I analyze the theoretical proposal of Betty Friedan developed in her book *The Feminine Mystique* published in 1963 and half a century later, her analysis is still valid in our context. In addition to the author's arguments, I expose some scenes and dialogues of Matthew Weiner's *Mad Men* TV series (2007-2015) located temporarily in the 1960s in New York City, period that coincides with the Second Wave of feminism in the United States and the context where the analysis developed by Friedan influenced. In this TV series where the daily life of an advertising agency is shown, a large number of mentions can be seen of the claims promoted by the feminists of that decade and various situations in which women were located in a secondary location, as was also the case (and it happens) in society.

**Key Words:** Feminism | Second Wave | women | advertising agency.

## Introducción

Diversas motivaciones son las que impulsan la escritura de este artículo y una de las más importantes tiene que ver con el momento político y social que transcurre en estos tiempos donde las denuncias por abusos sexuales y acosos están presentes cotidianamente en los medios de comunicación; en el Congreso se discute una ley para legalizar la interrupción del embarazo; y se ponen en tela de juicio diversas situaciones de la vida cotidiana que antes parecían “normales” y ahora son identificadas como violencias hacia las mujeres.<sup>1</sup> Sin embargo, estos tres ejemplos son apenas una pequeña

parte de todo lo que se viene debatiendo actualmente en nuestra sociedad.

Es por eso que resultan fundamentales los aportes que puedan realizarse desde los diferentes ámbitos, instituciones, organizaciones y partidos políticos y diversas disciplinas, siendo una de ellas las Ciencias Sociales y, en particular, la historia. Consideramos que un análisis histórico de las problemáticas que enfrentaron las mujeres resulta sumamente importante a la hora de comprender la situación actual. A partir de ello, en este escrito se analizan los principales postulados de Betty Friedan (1963) expuestos en *La Mística de la Feminidad*.

\* lu.busquier@gmail.com

Friedan fue una escritora y teórica feminista que marcó los debates de la Segunda Ola del feminismo de los Estados Unidos durante la década del sesenta.<sup>2</sup> Tomando como punto de partida sus estudios en psicología social, la autora publicó en 1963 *La Mística de la Feminidad*, resultado de un trabajo investigativo que realizó a partir de su desempeño como redactora y periodista en algunas revistas femeninas durante la década del cincuenta y que, medio siglo después, su análisis se encuentra aún vigente en nuestro contexto.

Además de los planteos de dicha autora, se describen algunas escenas y diálogos de la serie *Mad Men* de Matthew Weiner que comenzó en el 2007 y finalizó en el 2015, ubicada temporalmente en la década del sesenta en la ciudad de Nueva York, periodo que coincide con la Segunda Ola del feminismo y el contexto donde impactó el análisis desarrollado por Friedan. En esta serie donde se muestra el día a día de una agencia publicitaria, pueden verse gran cantidad de menciones a los reclamos impulsados por las feministas de la década del sesenta en Estados Unidos y diversas situaciones en las que las mujeres eran ubicadas en un lugar secundario, tal como también sucedía (y sucede) en la sociedad.

El inicio de la Segunda Ola del feminismo se situó en 1949 con la publicación de *El Segundo Sexo* de Simone de Beauvoir y el comienzo de una serie de debates que permitieron replantearse el lugar que ocupaban las mujeres en la sociedad y el modo en que se fue construyendo su posición secundaria a lo largo de la historia. La publicación de esta obra, además, permitió que las feministas de los años posteriores se cuestionaran, entre otras cosas, las estructuras que sostenían la desigualdad entre varones y mujeres y las prácticas establecidas por el sentido común que avalaban esa desigualdad y reforzaban la idea de que las mujeres eran “naturalmente” dóciles, subordinadas y abocadas a la vida doméstica y a la maternidad (Evans, 2004:1-2). Es por ello que, las feministas de la Segunda Ola se diferenciaban de aquellas de la Primera Ola argumentando que la igualdad de derechos no se reducía meramente al plano político y civil, sino que debía alcanzarse en todas las esferas de la sociedad.

Otro de los escritos con una importante trascendencia dentro de la Segunda Ola fue *La Mística de la Feminidad*, de Betty Friedan (1963). Allí, la autora explicaba que la “mística de la feminidad” correspondía a una construcción social de lo “esencialmente femenino” impulsada por las revistas femeninas, la publicidad y los libros de autoayuda (Friedan en Valcárcel, 2009: 10-13). Esto, además, generaba cierto malestar y, en algunos ca-

sos, llegaba a traer problemas de salud para las mujeres que se encontraban constantemente buscando esa “mística de la feminidad”. De esta manera, Friedan sostenía que psicoterapeutas, empresarios y publicistas trabajaban de manera conjunta para diseñar una forma de vida que se convertía en algo inhabitable para gran cantidad de mujeres (Valcárcel, 2009: 10-13).<sup>3</sup>

*La Mística de la Feminidad* ponía en evidencia la existencia de un “malestar que no tiene nombre” que sufrían las amas de casa que dedicaban sus vidas al trabajo doméstico no remunerado a jornada completa, siendo el matrimonio y la familia, una de sus mayores aspiraciones y, al mismo tiempo, este “ideal de vida” producía una sensación de malestar al buscar esa “perfección femenina” (Friedan en Valcárcel, 2009: 10-13).

En el siguiente apartado, entonces, se enumeran algunos de los puntos más importantes desarrollados por Betty Friedan en su obra y diversas escenas y diálogos de la serie *Mad Men* donde se ve reflejada la situación de las mujeres en Estados Unidos en la década del sesenta. Para ello, tomamos a cuatro personajes principales de la serie (Betty Draper, Peggy Olson, Megan Calvet y Joan Holloway), lo que permite establecer un diálogo entre los enunciados teóricos de dicha autora y lo expresado en la serie sobre la realidad de las mujeres de aquellos años.

### “El malestar que no tiene nombre” y la realidad de las mujeres en *Mad Men*

Durante la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), las mujeres estadounidenses accedieron a los puestos de trabajo vacantes que habían abandonado los varones al retirarse a participar en la guerra. Este proceso, si bien significó un avance en términos de igualdad y les permitió obtener cierta autonomía económica, puso en evidencia el lugar secundario que, a pesar de su ingreso en el mercado laboral, seguían ocupando en la sociedad sin poder obtener puestos de mayor jerarquía ni salarios más altos que sus compañeros varones. Además, las mujeres debían enfrentar una doble jornada laboral: en el trabajo propiamente dicho y en el hogar con las tareas domésticas y de cuidado no remuneradas (Perna, 2007: 16).

Sin embargo, al finalizar la Segunda Guerra Mundial, los varones que regresaron de la guerra recuperaron sus puestos de trabajo y las mujeres que habían decidido iniciar una carrera universitaria o adquirir un empleo como

asalariadas, progresivamente fueron abandonando dichas aspiraciones para retornar a sus hogares y dedicarse exclusivamente a las tareas domésticas y de cuidado. Las revistas femeninas, por su parte, se encargaron de generar un discurso para reforzar la idea de abandonar esos trabajos y dedicarse a ser madres y esposas a tiempo completo (Valcárcel, 2009: 12).

Así, según la mirada de Friedan, se fue construyendo un ideal de mujer, abocada a las tareas domésticas y al cuidado de sus hijos y esposos; preocupada por mantener la casa limpia y en orden; y atendiendo a los cuidados de belleza para “estar a la moda”. Los esfuerzos por mantener al día todas estas exigencias producían una incomodidad, un descontento, un malestar, al que la autora, a partir de un análisis discursivo de las revistas femeninas de la época y entrevistas realizadas a las amas de casa, denominó “el malestar que no tiene nombre” (Friedan, 2009 [1963]: 18).

Tomando como referencia lo reflejado en la serie *Mad Men* esto se repite en gran cantidad de capítulos ya que, al tratarse de una agencia publicitaria, el escritor de la serie construye gran cantidad de diálogos donde los publicistas discuten estrategias de mercado apuntando a esas amas de casa que buscaban un ideal de belleza estandarizado y, al mismo tiempo, satisfacer las exigencias de sus maridos.

Por ejemplo, en uno de los capítulos se los puede ver discutiendo sobre la mejor estrategia para llevar al mercado unos guantes de goma para lavar los platos donde el slogan se basaba en que las amas de casa debían tener las manos suaves para acariciar a sus maridos. En otro capítulo podemos ver cómo, a partir de un estudio de *focus group* realizado en la agencia, los creativos llegan a la conclusión de que las mujeres buscaban verse jóvenes y bellas por más tiempo y así poder conquistar a un futuro marido o “mantener enamorados” a sus maridos actuales.

Una de las protagonistas, Betty Draper, primera esposa del director de la empresa y personaje principal de la serie, Donald Draper, encarna a la perfección este ideal de mujer: ama de casa, madre, esposa, que se ocupa constantemente de las tareas domésticas y de cuidado, mantiene impecable la casa alojada en un barrio residencial apartado de la ciudad, comparte recetas de cocina y tips de belleza y limpieza con sus vecinas y, al mismo tiempo, expresa una insatisfacción y vacío constantes que no puede explicar con palabras, un “malestar que no tiene nombre”, lo que la lleva a asistir a sesiones de análisis.

Friedan, a partir de su investigación, pudo descubrir que ese malestar que las mujeres atravesaban en su vida privada era algo compartido entre todas las mujeres entrevistadas y que los medios de comunicación y las revistas femeninas desestimaban argumentando que se debía a varios factores como, por ejemplo, una mala preparación para las tareas domésticas, la falta de un jefe que controlara dicho trabajo o que simplemente era parte de la esencia femenina (Friedan, 2009 [1963]: 56-60). Para la autora, esa sensación era producida por la búsqueda de la “realización femenina” que en ese momento consistía en formar una familia, ocuparse de las tareas domésticas y de cuidado a la perfección y mantener una imagen “femenina” y acorde a los parámetros de belleza de la época (Friedan, 2009 [1963]: 63).

Además, Friedan explicaba que las revistas femeninas ofrecían consejos sobre cómo llevar adelante esa “realización femenina” y “conseguir un buen marido”, junto con indicaciones y enseñanzas sobre cómo limpiar, cocinar, coser y todo tipo de tareas domésticas. También se difundían ciertos parámetros de belleza que las amas de casa debían adquirir. A todo esto, la autora lo denominó “la mística de la feminidad” (Friedan, 2009 [1963]: 81).

En lo que respecta al mercado y al consumo, según Friedan, “la mística de la feminidad” también implicó una ampliación y complejización de las tareas domésticas, fomentando la producción y la venta de nuevos electrodomésticos con una mayor sofisticación, algo que la autora denominó “la tecnificación del hogar”. Junto con esto, también se produjeron migraciones internas desde las ciudades hacia los barrios residenciales, lo que generó un aumento en el consumo de ciertos muebles y electrodomésticos para equipar los nuevos hogares (Friedan, 2009 [1963]: 299-300).

Además, este traslado a los barrios residenciales significaba que las mujeres abandonaran sus estudios o profesiones para dedicarse al trabajo doméstico “a jornada completa”. En este punto, Friedan establecía una simetría entre “el malestar que no tiene nombre”, que muchas veces llevaba a las mujeres a tener problemas de alcoholismo, obesidad, depresión, adicción a psicofármacos, etcétera, y el malestar que podía sentir un varón si no estaba a gusto con su trabajo en una fábrica o una empresa, buscando librarse de ese malestar de la misma manera que podría hacerlo una ama de casa (Friedan, 2009 [1963]: 309).

Esto puede verse reflejado en el personaje de Betty Draper que en varias oportunidades se la ve aburrída en

su casa ubicada en un barrio residencial, acompañada de bebidas alcohólicas y gran cantidad de cigarrillos. También, al final de la serie, cuando ya se encuentra casada con su nuevo marido Henry Francis, la vemos sometida a estrictas dietas para bajar de peso y bastante preocupada por las transformaciones en su cuerpo producto de su último embarazo.

Otro de los cambios que aconteció en Estados Unidos al finalizar la Segunda Guerra Mundial fue la preocupación por parte del Estado por la tasa de crecimiento poblacional. Entre las décadas del cincuenta y sesenta hubo una intensificación de las políticas estatales apuntadas a regular el crecimiento poblacional que tomó diversas formas y estrategias dependiendo el contexto (Federici, 2011). En este marco, Estados Unidos fue una de las principales potencias en llevar adelante diversas políticas de planificación familiar y controles de natalidad, no solo en el territorio norteamericano, sino también en diversos países de Latinoamérica, con la colaboración de distintas entidades privadas como la *Fundación Ford* y la *Fundación Rockefeller* (Felitti, 2009: 56-58).

Este contexto de crecimiento poblacional, encajaba perfectamente en el ideal de vida de las mujeres de clase media abocadas al cuidado de sus familias al que hacía referencia Friedan y vemos en *Mad Men*. Es por ello que el feminismo de la Segunda Ola, entre otras cosas, se manifestó a favor de los derechos sexuales, del derecho a vivir la sexualidad libremente y de poder tener un control propio sobre la esfera de la reproducción, reclamos que las diferenciaban de las feministas de la Primera Ola que buscaban el derecho al voto femenino (Guerra Palmero, 2006: 84).

En *Mad Men* esto se observa en tres personajes que se enfrentan con la situación de decidir si continuar con su embarazo o no: Peggy Olson, secretaria de Draper que luego fue ascendida al cargo de creativa siendo la única mujer en un grupo de varones; Megan Calvet, también secretaria de Draper que se convirtió en su segunda esposa; y Joan Holloway, jefa de secretarias de la empresa que al final de la serie forma parte del equipo de socios de la agencia.

En el caso de Olson, ella elige continuar con el embarazo pero dándolo en adopción, algo que la avergüenza demasiado ya que fue producto de una relación íntima con uno de sus compañeros de trabajo que era casado y por su pertenencia a una familia conservadora y religiosa. Aquí vemos cómo opera ese mandato social y ese ideal de mujer que tenía como único destino dedicarse a conformar una familia esforzándose por ser la

mejor esposa y madre. Por el contrario, Peggy decide rechazar ese mandato y continuar con su carrera profesional, algo que la llevará a posicionarse como una de las creativas más importantes de la empresa.

Por su parte, Megan Calvet, en el capítulo 3 de la sexta temporada, ya casada y conviviendo con Donald, sufre un aborto espontáneo y, conversando con una amiga, se muestra un tanto culpable pero aliviada por dicho suceso:

Megan: -Ahora me siento tan culpable.

Amiga: -¿De qué tienes que sentirte culpable? ¿Qué dijo Don?

Megan: - No se lo he contado. Han sido unas semanas difíciles.

No sé por qué. Es decir, lo sé. Te criaron de la misma manera que a mí. No paro de oír a la Hermana Eugenie en mi cabeza. Soy una persona horrible.

Amiga: -No eres una persona horrible.

Megan: -No, sí lo soy. Digo, ¿quedar embarazada ahora, en este momento? No sabía qué quería hacer y me sentí aliviada que no tuviera que hacer nada.

Si bien no fue una decisión de Megan, no pudo evitar sentirse aliviada ante la interrupción de su embarazo. Continuar con esa maternidad hubiese atentado con su carrera profesional como actriz que en ese momento se encontraba en pleno crecimiento.

En tercer lugar, Joan, jefa de secretarias de la empresa, queda embarazada de su amante, Roger Sterling, socio fundador de la agencia, quien le propone acompañarla si ella decidía realizarse un aborto. Por el contrario, Joan elige continuar sola con su embarazo y en los últimos capítulos de la serie, luego de divorciarse y liberarse de su marido que la maltrataba y convertirse en una de las socias de la empresa, se la ve como una ejecutiva y una madre soltera, logrando la admiración de muchas mujeres de la agencia.

Tanto el personaje de Peggy Olson como el de Megan Calvet y el de Joan Holloway, no responden a los parámetros del sujeto mujer de aquella época que sí encarna a la perfección el personaje de Betty Draper. A nuestro entender, esa elección por parte del creador de la serie no fue algo aleatorio sino que fue construido intencionalmente. Durante toda la serie, Weiner trata de mostrarnos distintos tipos de mujeres y cómo ese lugar secundario que ellas ocupaban en la sociedad, repercutía de diferentes maneras en sus vidas personales. Ya sea, como en el caso de Betty, tratando de alcanzar ese ideal de mujer, ama de casa, madre y esposa, o como en los casos de Peggy, Megan y Joan que constantemente buscaban romper con esos estándares y mandatos, priorizando sus carreras y deseos personales.

En conclusión, según Friedan, la “mística de la feminidad” no fue producto de un solo factor sino que se

debió a la articulación de una serie de elementos como las políticas de planificación familiar, la producción y el fomento del consumo de electrodomésticos, las migraciones hacia los barrios residenciales, el abandono por parte de las mujeres de sus trabajos remunerados y sus estudios universitarios, la discriminación laboral y los ideales de belleza difundidos por las revistas femeninas, entre muchas otras causas.

### Palabras finales: el legado de Betty Friedan y los aportes de *Mad Men*

*La Mística de la Femenidad* fue el resultado de un trabajo investigativo que realizó Betty Friedan a partir de su desempeño como redactora y periodista en algunas revistas femeninas durante la década del cincuenta pero, también significó, según palabras de la propia autora, una liberación personal de “la mística de la feminidad” a la que ella también se encontraba atada como madre y esposa. Al final de su libro, la autora relata cómo, en 1969, finalmente decidió divorciarse de su marido y abandonar la “realización femenina”.

Uno de los legados más importante que a nuestro entender nos dejó dicha obra fue la exteriorización de las dificultades que debían enfrentar las amas de casa en Estados Unidos en el periodo de las décadas del cincuenta y sesenta, es decir, hacer explícitas y visibilizar sus experiencias individuales y privadas para constituir la idea de que ese malestar era colectivo y compartido por muchas otras mujeres, lo que también permitió delimitarlas como grupo social. Concepto que años más adelante se convirtió en la emblemática frase: “lo personal es político” impulsada por las feministas estadounidenses.

*Mad Men* no se queda atrás: de manera muy clara y reflejando la realidad de aquellas mujeres casi a la perfección, logra sintetizar en el personaje de Betty Draper, luego Betty Frances, la búsqueda por ese ideal de mujer al que todas aspiraban y que, al mismo tiempo, también traía como consecuencia “un malestar que no tiene nombre”.

Otro aporte que podemos identificar en el escrito de Friedan es la idea de que existía un discurso social común emitido por los medios de comunicación, las empresas y las revistas femeninas sobre un ideal de mujer, con ciertos parámetros de belleza, que las amas de casa debían seguir. En la actualidad, resulta más sencillo

realizar un análisis sobre las características de la década del cincuenta y sesenta en Estados Unidos, pero considerando que Friedan produjo este escrito en dicho contexto, adquiere otra relevancia, no solo el aporte que nos ofrece en la actualidad, sino que también fue fundamental para el feminismo de la Segunda Ola entender el lugar que ocupaban las mujeres en la sociedad.

En ese mismo sentido, *Mad Men* logra expresar perfectamente ese discurso social en tanto se trataba de una agencia publicitaria donde no solo vemos las historias de vida particulares de sus protagonistas y cómo las atravesaba ese discurso, sino que también dicha agencia era productora de ese ideal de belleza y de mujer de la época.

Por último, y quizás uno de los legados más importantes de la obra de Friedan, fue la trayectoria de la autora como militante feminista, fundadora de la *National Organization for Women* (NOW) en 1966, una de las organizaciones de mujeres más trascendente durante la década del sesenta y setenta en Estados Unidos que, según palabras de Friedan, surgió a partir de la necesidad de construir “un movimiento que nos ayudara a superar la mística de la feminidad y a participar en calidad de iguales en la corriente general de la sociedad” (Friedan, 2009 [1963]: 24). Dentro de las iniciativas más importantes que llevó adelante la NOW fue la lucha por la legalización del aborto, que finalmente fue obtenida en 1973, y otras iniciativas por la igualdad para las mujeres en ámbitos como el laboral, el jurídico y el económico donde acompañaron a las mujeres en diversas instancias judiciales.

Con todo esto, a pesar de las críticas que diversas feministas realizaron sobre *La Mística de la Femenidad* y las iniciativas de la NOW, catalogadas muchas veces de manera peyorativa como meramente parlamentarias, no podemos negar el valioso aporte que nos dejó este escrito, en tanto marcó los debates y acciones políticas que se desarrollaron durante la Segunda Ola feminista y los años posteriores.

Actualmente, resulta sumamente necesario tener presentes estos aportes ya que nos encontramos en un contexto donde muchos de los planteos que realizaron las feministas de la Segunda Ola se presentan como algo tan vigente como urgente; y es importante, además, realizar estos recorridos históricos para abordar de una manera más comprometida los debates sobre las problemáticas que actualmente enfrentamos las mujeres para, de esa manera, realizar las acciones necesarias.

## Referencias

- Beauvoir, S. [1949] *El Segundo Sexo*. Buenos Aires: Debolsillo. 2007.
- Evans, S. *Tidal Wave. How women changed America at century's end*. EEUU: Free Press. 2004.
- Federici, S. *Calibán y La Bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación originaria*. Colección nociones comunes. Buenos Aires: Tinta Limón Ediciones. 2011.
- Felitti, K. "Derechos reproductivos y políticas demográficas en América Latina". *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*. Quito: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Académica de Ecuador. N° 35. Septiembre de 2009, pp. 55-66.
- Friedan, B. [1963] *La Mística de la Feminidad*. Madrid: Ediciones Cátedra. 2009.
- Guerra Palmero, M. J. "Algunas notas sobre feminismo global: mujeres, culturas e igualdad". FEMENÍAS, M. L. (Comp). *Feminismos de París a La Plata*. Buenos Aires: Catálogos. 2006, pp. 81-96.
- Hewitt, N. *No Permanent Waves. Recasting Histories of U.S. Feminist*. EEUU: Rutgers University Press. 2010.
- Krolokke, C y Scott Sorensen, A. *Gender Communication Theories and Analyses: From Silence to Performance*. USA: Sage Publications. 2006.
- Laughlin, K. "Is It Time to Jump Ship? Historians Rethink the Waves Metaphor: Introduction". *FeministFormations*. Vol. 22, N° 1. 2010, pp. 76-135.
- Perona, A. "El Feminismo Liberal Estadounidense de posguerra: Betty Friedan y la Refundación del Feminismo Liberal". AMORÓS, C. y de MIGUEL, A. *Teoría Feminista: de la Ilustración a la Globalización. Del Feminismo Liberal a la Posmodernidad*. Madrid: Minerva Ediciones. 2007, pp. 13-34.
- Valcárcel, A. "Presentación". FRIEDAN, B. [1963] *La Mística de la Feminidad*. Madrid: Ediciones Cátedra. 2009, pp. 9-16.

---

<sup>1</sup> Si bien en este artículo nos enfocamos en las violencias y la discriminación que enfrentaron y enfrentan las mujeres en particular, es importante señalar que existen otras identidades sexo-genéricas, "minorías" sexuales y disidencias que también se encuentran atravesadas por diversos tipos de violencias, discriminaciones y opresiones.

<sup>2</sup> El término "olas" busca, a través de la metáfora, enunciar que las diversas etapas que se desarrollaron en el movimiento feminista no corresponden a procesos cerrados con una fecha de inicio y una de finalización, sino que se trata de momentos con una mayor cantidad de debates, acciones políticas y producciones teóricas y otros donde esto sucede en menor cantidad pero siempre en constante movimiento y construcción (Hewitt, 2010: 1-2 y Laughlin, 2010: 76-77). En ese sentido, decimos que la Primera Ola del feminismo se desarrolló a fines del siglo XIX y principios del XX en Europa y Estados Unidos, en el marco del proceso de industrialización y liberalismo económico y político que atravesaban ambas regiones. Dentro de los planteos centrales que desarrollaron las feministas de la Primera Ola, encontramos aquellos que se relacionaban centralmente con la exigencia de un igual acceso de oportunidades, tanto para los varones como para las mujeres, es por ello que las luchas que se llevaron a cabo giraban principalmente en torno al derecho al voto femenino (Krolokke y Scott Sorensen, 2006: 1).

<sup>3</sup> A los fines de este escrito, cuando hablamos de "las mujeres" nos referimos a mujeres blancas y de clase media entendiendo que el plural "mujeres" incluye otros colectivos y grupos de mujeres pero, de acuerdo con los postulados de Friedan en *La Mística de la Feminidad*, la autora explicita que abocó su investigación solo a un grupo de mujeres y no a la totalidad del colectivo, por lo que en este ensayo también haremos referencia a ese grupo específico de mujeres.