

¿Cómo sería una ciudad no sexista? Especulaciones sobre vivienda, diseño urbano y empleo

Dolores Hayden

California (EEUU), abril de 1979 [1].

La frase "el lugar de la mujer es el hogar" ha sido uno de los principios más importantes del diseño arquitectónico y del planeamiento urbano en los Estados Unidos durante el último siglo. Un principio más bien implícito que explícito para las profesiones relacionadas con el diseño, conservadoras y predominantemente masculinas, que no es posible encontrar escrito en mayúsculas en los libros de texto dedicados a la utilización del suelo. Esta idea ha generado mucho menos debate que los demás principios organizadores de la ciudad americana contemporánea, en una era de monopolio capitalista, lo que incluye la devastadora presión del desarrollo del suelo privado, la dependencia fetichista de millones de automóviles privados, y el derroche de energía de forma inútil.

Sin embargo, las mujeres han rechazado este dogma y han ido entrando en el mercado de trabajo remunerado en un número creciente. Las viviendas, los barrios y las ciudades diseñadas para mujeres recluidas en su hogar limitan a las mujeres física, social y económicamente. Una aguda frustración aparece cuando la mujer se opone a estas limitaciones para dedicar toda o parte de la jornada laboral a trabajar por un salario.

Afirmo que el único remedio para esta situación es desarrollar un nuevo paradigma de casa, de barrio y de ciudad, para empezar a definir el diseño físico, social y económico de los asentamientos humanos que contribuyan a apoyar, más que limitar, las actividades de las mujeres trabajadoras y de sus familias. Es esencial reconocer tales necesidades para comenzar tanto la rehabilitación del actual parque inmobiliario, como la construcción de nuevas viviendas que satisfagan las necesidades de una nueva y creciente mayoría de mujeres americanas trabajadoras y de sus familias.

Cuando se habla de la ciudad americana en el último cuarto del siglo XX, se debe evitar una falsa distinción entre "ciudad" y "suburbio". La ciudad, organizada para separar la vivienda del lugar de trabajo, debe verse como una totalidad. En tales regiones urbanas, más de la mitad de la población reside en crecientes áreas suburbanas, o "ciudades dormitorio". La mayor parte del entorno construido en los Estados Unidos consiste en "crecimiento suburbano": viviendas unifamiliares agrupadas en áreas segregadas por clases, atravesadas por autopistas y abastecidas por grandes centros y corredores comerciales. Alrededor de 50 millones de pequeñas viviendas están sobre el territorio. Cerca de dos tercios de familias americanas "poseen" sus viviendas gracias a largas hipotecas; esto incluye cerca del 77% del total de los incluidos en el AFL-CIO. Los hombres blancos cualificados están mucho más cerca de ser propietarios de sus viviendas que los miembros de minorías y las mujeres, a los que se les ha negado desde hace mucho tiempo el acceso a créditos y a la vivienda en igualdad de condiciones. Los trabajadores se desplazan a sus puestos de trabajo tanto en el centro como en cualquier parte en el anillo suburbano. En áreas metropolitanas estudiadas en 1975 y 1976, el desplazamiento al trabajo, en transporte público o

vehículo privado, ronda las nueve millas en cada sentido. Cerca de 100 millones de vehículos privados llenan garajes de dos o tres plazas (que podrían considerarse magníficas viviendas en sí mismos en muchos de los países en vías de desarrollo). Los Estados Unidos, con un 13% de la población mundial, utiliza el 41% del transporte mundial de pasajeros para soportar los patrones de vivienda y transporte descritos.

Las raíces de estas formas de asentamientos americanas se basan en las políticas económicas y ambientales del pasado. A finales del siglo XIX, millones de familias inmigrantes vivían hacinadas en los sucios suburbios de las ciudades industriales americanas y se desesperaban para conseguir unas condiciones de vida razonables.

Sin embargo, muchas huelgas de militantes y manifestaciones entre 1890 y 1920 hicieron que algunos empresarios reconsideraran la ubicación de las fábricas y el tema de la vivienda en su búsqueda de una sociedad industrial.

"Una buena vivienda mantiene contento al trabajador" fue el lema de las Asociaciones Industriales para la Vivienda en 1919. Estos

asesores y muchos otros ayudaron a crear mejores planes de mejora de las viviendas para los trabajadores blancos cualificados y sus familias con el objetivo de eliminar el conflicto industrial.

Sostenían que "unos trabajadores felices significan invariablemente mayores beneficios, mientras que unos trabajadores descontentos no son nunca una buena inversión". Los hombres iban a recibir "salarios familiares", y llegarían a ser "propietarios" de sus viviendas y responsables de los pagos regulares de la hipoteca, mientras que sus esposas se convertirían en "gestoras" del hogar, encargadas del cuidado de su cónyuge y de los hijos. El varón trabajador volvería de su trabajo diario en la fábrica o en la oficina al espacio doméstico privado, alejado del estresante mundo laboral en una ciudad industrial caracterizada por la contaminación ambiental, la degradación social y la alienación personal. El hombre entraría en un hogar sereno cuyo mantenimiento físico y emocional sería tarea de su esposa. De este modo la vivienda privada suburbana era el escenario establecido para la eficaz división sexual del trabajo. Era la comodidad por excelencia, un estímulo para el trabajo masculino remunerado y un ámbito contenedor del trabajo femenino no remunerado. Esto hizo del género una autodefinición más importante que la de clase, y que el consumo adquiriese mayor implicación que la producción. En un brillante discurso sobre el "patriarca como un esclavo del salario", Stuart Ewen ha mostrado como el capitalismo y el antifeminismo se fundieron en campañas para promocionar la propiedad de la vivienda y el consumo de las masas: el patriarca cuyo hogar era su "castillo" tenía que trabajar año tras año para proporcionar el salario que mantuviera este entorno privado.

Aunque esta estrategia fue estimulada en principio por corporaciones interesadas en una fuerza de trabajo dócil, pronto atrajeron a empresas que habiendo sido fábricas de armas para la I Guerra Mundial querían transformarse en fabricantes de productos domésticos en tiempo de paz para millones de familias. El desarrollo de la industria publicitaria, documentada por Ewen, apoyó este ideal del consumo de masas y promovió el alojamiento privado suburbano, que maximizó el número de compras. Los habitantes de las viviendas aisladas eran sugestionables. Compraron ellos mismos su casa, un coche, una cocina, un frigorífico, aspiradora, lavadora, alfombras. Christine Frederick, explicándolo en 1929 como **Selling Mrs. Consumer (Vendiendo a la Sra. Consumidora)**, promovía la propiedad de la vivienda y un acceso más fácil a créditos de consumo y aconsejaba a los publicistas sobre cómo manipular a las mujeres americanas.

Hacia 1931 la Comisión Hoover sobre Propiedad y Construcción de la Vivienda estableció la vivienda unifamiliar como un objetivo nacional, pero una década y media de depresión y la guerra pospuso este logro. Los arquitectos diseñaron casas para el Sr. y la Sra. Bliss en un concurso patrocinado por General Electric en 1935; los ganadores incluyeron decenas de instalaciones eléctricas sin criticar los costes energéticos que suponían. En los últimos años de la década de los 40, las familias fueron estimuladas por las hipotecas de la FHA y la VA, y la construcción de viviendas aisladas, altamente privatizadas y consumidoras de energía se convirtió en un lugar común. "Compraré ese sueño" fue el lema más popular en la posguerra.

La Sra. Consumidora llevó a la economía a nuevas cimas en la década de los años 50. Las mujeres que se quedaron en el hogar experimentaron lo que Betty Friedan llamo la "mística femenina" y Peter Filene renombró como la "mística doméstica". Mientras la familia ocupaba su espacio físico privado, los medios de comunicación y los expertos en ciencias sociales invadieron el espacio psicológico más eficazmente que nunca. Con el aumento de la privacidad espacial llegó la presión para el conformismo respecto al consumo. El consumo era caro. Cada vez más mujeres casadas se unieron al trabajo remunerado, ya que la sugestible ama de casa necesitaba ser tanto una consumidora frenética como una trabajadora remunerada para afrontar las facturas de su familia. Justo cuando la masa de varones blancos trabajadores había logrado la "casa de sus sueños" en un suburbio donde las fantasías de patriarca autoritario y de consumo se realizaban, sus esposas entraron en el mundo laboral. Hacia 1975, las familias con los dos cónyuges trabajadores suponían el 39% de las viviendas americanas. Otro 13% eran familias monoparentales normalmente encabezadas por mujeres. Siete de cada diez mujeres empleadas trabajaban obligadas por necesidades económicas. Cerca del 50% de los niños entre uno y diecisiete años tenían madres trabajadoras.

¿Cómo sirve un hogar convencional a una mujer empleada y a su familia? Malamente. Si está en un barrio suburbano, periurbano o interior, o en una casa de campo, o en una pieza moderna de hormigón y cristal, o en una casa de vecindad de ladrillo, la vivienda o el apartamento están casi invariablemente organizados en torno al mismo tipo de espacios: cocina, comedor, salón, habitaciones, garaje o zona de aparcamiento. Estos espacios requieren a alguien que haga la comida, la limpieza, que cuide de los niños y habitualmente se ocupe del transporte privado si los adultos y los niños carecen de él. Debido a los hábitos de las zonas residenciales, el alojamiento típico eliminará físicamente habitualmente cualquier espacio público compartido, tiendas y servicios de guardería, de lavandería, por ejemplo, que tienen que estar dentro del espacio de la vivienda. En muchos casos estos servicios serán ilegales si traspasan los límites de la propiedad. Pueden ser incluso ilegales si se sitúan en el espacio de las zonas residenciales. En algunos casos, compartir este espacio privado de la vivienda con otros individuos (como parientes o como aquellos con los que no se tiene vínculos de sangre) está también en contra de la ley.

Entre los espacios privados de la vivienda, la cultura materialista actúa en contra de las necesidades de las mujeres trabajadoras tanto como la zonificación, porque la vivienda es una caja que tiene que rellenarse de comodidades. Los aparatos normalmente tienen un único propósito, y a menudo son ineficaces, máquinas consumidoras de energía, enchufadas en un habitación en la que el trabajo doméstico se hace aisladamente del resto de la familia. Las alfombras y moquetas necesitan limpiarse, las cortinas hay que lavarlas y todo tipo de bienes que necesitan mantenimiento llenan los espacios domésticos, a menudo decorados en estilo "colonial", "mediterráneo", "francés provenzal" o en otros estilos eclécticos ofrecidos en las rebajas o en los grandes almacenes para alegrar esta caja desnuda que es la vivienda aislada. De las madres trabajadoras normalmente se espera, y casi invariablemente lo hacen, que dediquen más tiempo al trabajo del hogar y con los niños que el hombre trabajador; a menudo se espera de ellas, y normalmente lo

hacen, que empleen más tiempo en desplazarse que los hombres, por su dependencia del transporte público. Un estudio encontró que el 70% de los adultos sin acceso a los coches son mujeres. Sus barrios residenciales no son muy adecuados para proporcionar apoyo a sus actividades laborales. Un "buen" barrio está normalmente definido en términos convencionales de compras, escuelas, y quizás de tránsito público, más que en términos de servicios sociales adicionales para los padres trabajadores, tales como guarderías o clínicas nocturnas.

Mientras que las familias de dos trabajadores con ambos cónyuges cooperando enérgicamente pueden resolver algunos de los problemas de los patrones de alojamiento existentes, las familias en crisis, como aquellas en las que existe el maltrato a mujeres y niños, por ejemplo, son particularmente vulnerables a esta inadecuación. De acuerdo con Collen McGrath, cada treinta segundos una mujer es maltratada en algún lugar de los Estados Unidos. La mayoría de estos maltratos suceden en la cocina y en el dormitorio. La relación entre el aislamiento de la familia y el maltrato, o entre la labor doméstica no remunerada y el maltrato sólo puede adivinarse en este momento, pero no hay duda de que las viviendas americanas y las familias están siendo literalmente sacudidas con violencia doméstica. Junto a esto, millones de mujeres frustradas y deprimidas toman tranquilizantes en sus hogares - una compañía farmacéutica advertía a los médicos: "No puedes cambiar su entorno, pero puedes cambiar su estado de ánimo".

La mujer que abandona la vivienda unifamiliar aislada o el piso encuentra que hay muy pocas alternativas reales adecuadas para ella. La típica mujer divorciada o maltratada busca una vivienda, un empleo y una guardería simultáneamente. Y encuentra que es imposible compaginar las complejas necesidades familiares con las diferentes ofertas de los caseros, empresarios y servicios sociales. Un entorno que incluyese viviendas, servicios y trabajo podría resolver muchas dificultades, pero el existente sistema de servicios gubernamentales, que pretenden establecer las familias y los vecindarios asegurando las mínimas condiciones de vida adecuadas para todos los americanos, casi siempre asume que la familia tradicional con un varón trabajador y una esposa no remunerada es el objetivo que debe lograrse o simularse.
(...)

Creo que atacar a la división convencional entre espacio público y privado debería ser la prioridad de los socialistas y las feministas para la década de los 80. Las mujeres deben transformar la división sexual de las labores domésticas, la base económica privada del trabajo doméstico, y la separación espacial de las viviendas y los lugares de trabajo en el entorno construido, si quieren ser consideradas como miembros iguales de la sociedad.
(...)

Cuando todos los que hacen las viviendas reconozcan que están luchando tanto contra los estereotipos debidos al género, como contra la discriminación en los salarios, cuando vean que se necesitan cambios sociales, económicos y medioambientales para superar estas condiciones, no tolerarán nunca más viviendas y ciudades diseñadas según los principios de otra época, que proclaman que "el lugar de la mujer es el hogar".

Traducido por Gloria Gómez Muñoz y Ricardo García Moreno.

Fecha de referencia: 27-11-1998

1: Este artículo contiene parte del texto de la conferencia "Planificando y diseñando una sociedad no sexista", celebrada en la Universidad de California (Los Ángeles) el 21 de abril de 1979. Se puede encontrar en *Stimpson C. et al. (ed) [1981] Women and the American City*.

Boletín CF+S > 7 -- Especial: MUJER Y CIUDAD > <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n7/adhay.html>

Edita: Instituto Juan de Herrera. Av. Juan de Herrera 4. 28040 MADRID. ESPAÑA. ISSN: 1578-097X