

# Pepita entra a la fuerza de trabajo

María Rosa Fiscal  
San Antonio, Texas, octubre de 1991.

En las últimas semanas varios periodistas importantes (entre ellos, Ellen Goodman, articulista de *The Boston Globe* y cuyos artículos se reproducen en *The San Antonio Light*) dedicaron sus editoriales a comentar un cambio dramático, según su opinión, en una tira cómica muy popular en los Estados Unidos y que también aparece en periódicos de México: Pepita, la esposa de Lorenzo (personajes que, en inglés, responden a los nombres de Blondie y Dagwood) ha decidido ingresar a la fuerza de trabajo. Tan importante decisión la tomó el primer lunes de septiembre, fecha en que se celebra el Día del Trabajo en este país. Mientras tomaba una taza de café, reflexionó en voz alta: "Tal vez podría salir y buscar un trabajo".

Como personaje de una tira cómica, Pepita nació hace sesenta años. Fue creada por Dean Young, quien la imaginó

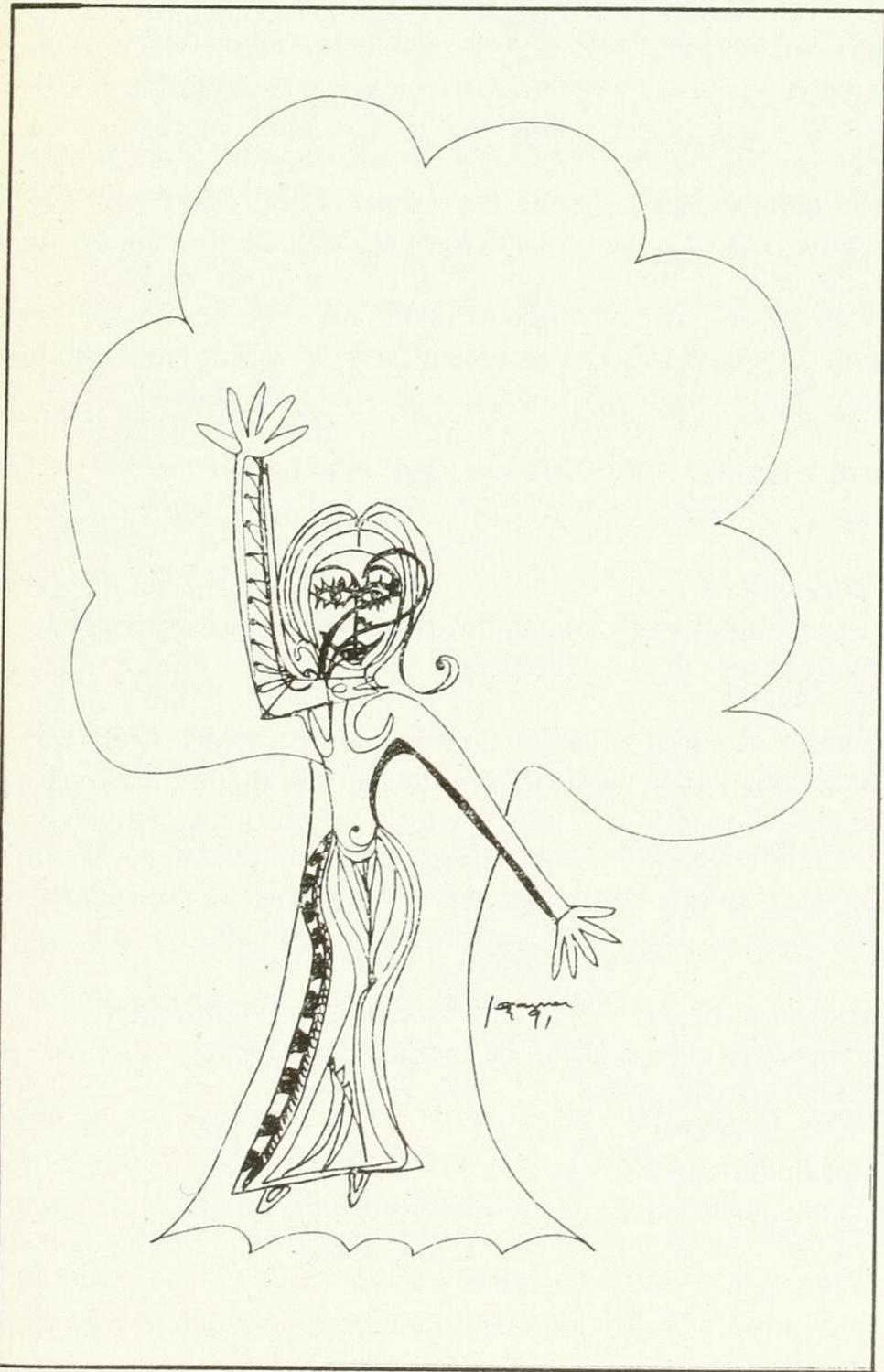
como una flapper de los años veinte cuyo principal objetivo en la vida era conseguir marido. Ni corta ni perezosa, fijó los ojos en Lorenzo (Dagwood Bumstead), heredero de una fortuna ferrocarrilera, pero no contaba con que la familia Dagwood, insatisfecha con la elección del hijo, lo desheredaría al conocer los planes de boda. Pobre y desempleado, después del matrimonio Lorenzo entró a trabajar en la empresa Dithers & Cía., como cualquier hijo de vecino (y allí continúa). La pareja tuvo dos hijos.

Resulta interesante observar que, en México, la historieta se titula "Lorenzo y Pepita" y que el énfasis ha recaído en Lorenzo, presentándolo como un personaje torpe, simplón, perezoso y, sobre todo, famoso por su inclinación a prepararse unos gigantescos sandwiches nocturnos. En los Estados Unidos, el mero hecho de que la tira se titule "Blondie" indica que el centro de atención es la mujer. Después de la boda, Pepita se convirtió en una típica ama de casa norteamericana de su momento histórico; es decir, contenta de permanecer en casa ocupada en los quehaceres domésticos. Hábil cocinera, es la voz sensata de la familia y nunca había mostrado inquietud alguna por trabajar.

Ahora, decide trabajar. Y escoge servir banquetes (o canapés o entemeses) a domicilio, lo que en inglés se denomina **catering**. Esta selección provocó a su vez protestas airadas de personas que, en la realidad, se dedican a esta profesión. Por ejemplo, Dennis Kirkwood, dueño de Bon Appetit, en Longwood, Florida, opinó que "era una tonta" y que no sabía realmente en qué se metía. Otros dijeron que era muy ingenua y que, por lo pronto, debería prepararse para no obtener ninguna ganancia durante el primer año de operaciones. Sharon Jonke, de Edibles Etc., en Altamonte Springs, Florida, señaló además que lo primero que Pepita debería hacer era comprarse un par de zapatos cómodos y "sensatos" y olvidarse para siempre de las zapatillas de tacón alto.

A Dean Young, su creador, tales comentarios lo tienen sin cuidado. Confesó que su intención al poner a Pepita a trabajar no fue la de atraer sobre sí mismo o su personaje la atención de las feministas o de los dueños de empresas de banquetes a domicilio, sino más bien de crear una situación diferente para seguir mostrando la simpleza de Lorenzo. Es decir, en un episodio Lorenzo podría derramar toda la salsa ya lista para el guisado o, en otro, devorar veinte o cincuenta de los canapés que deberían ser entregados.

Mientras unos y otros comentan los avatares de la elección de Pepita, hay que admitir que sin ninguna educación ni conocimiento de lo que verdaderamente es el universo del trabajo y, por ende, desconocedora del manejo de la computadora, era prácticamente imposible que Pepita seleccionara otro tipo de trabajo. Ya el solo hecho de salir de casa, implícito en las palabras que pronuncia cuando se decide a



trabajar y que finalmente no cumple, representa un rompimiento con su pasado. Por otra parte, es de sobra conocido que, según las estadísticas, cuando las mujeres piensan en trabajar, casi siempre, o al menos al principio, optan por las profesiones consideradas de servicio: maestras, enfermeras, secretarias, cuidadoras.

Ellen Goodman aplaudió la decisión de Pepita. Claro que fue antes de saber cuál sería su trabajo. Sin embargo, opinaba que, en los Estados Unidos, "actualmente la situación es mejor para la mujer trabajadora que en años pasados. La brecha entre el salario del hombre y de la mujer se ha estrechado". Anota, no obstante, que esto no se debe a que la remuneración de la mujer sea más elevada, sino a que el primero ha disminuido. Según Goodman, si le va bien a Pepita

con su servicio de banquetes a domicilio, ganará aproximadamente \$22,000 dólares al año (de donde hay que descontar impuestos y el seguro social), cantidad que constituye el salario típico para una mujer entre los 40-45 años de edad.

En los últimos días hemos visto a Pepita entregar sus primeros pedidos sin contratiempos y comprar una camioneta combi para el reparto a domicilio. Cabe notar que escogió precisamente aquélla que todos, Lorenzo, Tootsie (su vecina y amiga más cercana) y su marido, y el jefe de Lorenzo desaprobaron enumerando todas sus fallas. Queda todavía por ver a Lorenzo estropeando el trabajo de su mujer o, si en un giro inesperado, Dean Young nos obsequia con una excelente mujer de negocios que se enriquece a pesar de todas las predicciones adversas. *Am*

### ...CORRESPONDENCIA

Viene de la página 2

Y ¿qué creen? pues nada que estaba viendo el programa de María Victoria Llamas, cuando ¡oh my dog! que aparece en cuadro nada menos que Isabel Custodio. Yo la conocía a través de su trabajo, es una periodista muy seria, de verdadero contenido, es la sección que primero leo del Excélsior. Pero como a ustedes jamás las imagino fue una agradable sorpresa, bien galana, así como diciendo tácitamente que el feminismo y la femineidad sí pueden ir de la mano; bien por la Custodio, se lució en sus intervenciones; luego en mi casa me decían que qué esperaba ¿que fuera vestida como montañista?

Después de todo para eso están los medios de comunicación, para que mujeres valerosas como Carmen Lugo, y todas ustedes acudan y neutralicen un poco toda la sarta de tarugadas del canal comercial.

FELIZ AÑO

Leticia Araiza

*Está pendiente de nuestras portadas para que conozcas a otras feministas. Guapa la Custodio ¿verdad?*

Jalapa, Ver. 28 de noviembre de 1991.

Qué tal fem.

Hace tiempo que leo su revista, me agrada ya que es de lo poco bueno que se puede leer. A pesar del tiempo que tengo de conocer fem apenas me

atrevo a escribir haciendo algunos comentarios, creo que así hay varias chavas, ojalá se animaran a escribir para unirnos.

Recordando los artículos que recientemente han salido en su revista sobre "los medios de comunicación y la mujer", me doy cuenta viendo la T.V. cómo las mujeres seguimos siendo usadas como objetos sexuales y a la vez reprimidas sexualmente.

Se oye contradictorio al igual que varias otras cosas que se nos comunican y están llenos los comerciales televisivos. Si nos ponemos a pensar en cómo es nuestra educación en general y la educación sexual en particular, nos damos cuenta que ambas son pésimas, pero de la segunda casi ni se habla o lo poco que se dice y confunde con educación sexual es sobre el aspecto biológico-reproductor como se ve en los textos de primaria. Desde niñas a las mujeres no se nos estimula nuestra sexualidad, al contrario se nos reprime de varias formas: "no te toques aquí o allá", "cuando seas grande te casarás y tendrás hijos". Pero no se nos habla del placer de lo sexual, que tenemos clitoris y punto "G", nuestra sexualidad está por un lado tan callada y por el otro tan desnuda que en los comerciales televisivos es fácil de observar, la mayoría de estos muestran a las chicas en tangas, mostrando nalgas y pechos aunque no tenga nada que ver con lo anunciado. Esto estimula la sexualidad, sí, pero en los hombres ¿y la mujer? ¿qué pasa con nosotras? en los anuncios no salen chavos en tangas para que las mujeres tengamos el gusto por el cuerpo masculino, sólo

nos muestran caras "bonitas" o chavos fornidos pero demasiado vestidos.

Platicando con otras mujeres nos damos cuenta que nosotras mismas encontramos en la mujer partes más atractivas que en los hombres, y no se trata de espantarse del lesbianismo, sino darnos cuenta que a las mujeres no se nos estimula el placer exclusivamente sexual por un cuerpo masculino, o sea que se marcan otros objetivos en la mujer con respecto al hombre dejando en otro término nuestra sexualidad. Sin embargo nosotras seguimos siendo objeto de estimulación sexual al mostrar en algún producto anunciado chicas semidesnudas o sólo mostrando chicas sin producto anunciado, como el caso de un video que pasan en algunos canales de T.V.

Creo que hace falta seguir machacando el tema sobre el rol de género, nunca será demasiado, dar más difusión, que llegue a más gente hombres y mujeres, (ambos necesitamos cambios), hace falta unirse para un mejor resultado, ojalá que esta revista siga siendo un medio para unirse y trabajar en otros campos, ya que desgraciadamente esta revista no llega a personas con peores recursos económicos y culturales que los nuestros.

Me despido saludándolas y felicitándolas por su trabajo.

Rocío Canseco A.

*Gracias por la felicitación. Cuando fem se fortalezca, esperamos poder editar revistas y folletos para las mujeres que hoy no pueden leer fem.*