

Artículo

Feminismo en la Universidad de La Sabana: identidad sin pertenencia

✉ María Alejandra Peláez Becerra
Universidad de La Sabana, Colombia
mariapebe@unisabana.edu.co

Para citar este artículo

Peláez, M. A. (2024). Feminismo en la Universidad de La Sabana: identidad sin pertenencia. Momentum, 4(1), e415. <https://momentum.unisabana.edu.co/index.php/momentum/article/view/24831>

Resumen

Este artículo explora la percepción y el conocimiento del feminismo entre las mujeres de la Universidad de La Sabana, una institución privada de educación superior en Colombia. Su objetivo es identificar y analizar la afinidad hacia el feminismo en este entorno académico, así como las dinámicas internas que influyen en dichas percepciones. Para ello, se llevaron a cabo encuestas y entrevistas semiestructuradas para analizar la comprensión y aceptación del feminismo dentro de estudiantes, profesoras y administrativas. Se identificó que muchas de ellas comparten los principios y agendas feministas, pero no se sienten cómodas o parte del movimiento.

Palabras clave

Percepción; identidad; feminismo académico; Universidad de La Sabana; Colombia.

Introducción

El feminismo es un movimiento y una perspectiva teórica que busca desentrañar y transformar las estructuras de poder que perpetúan la subordinación de las mujeres en la sociedad (Fiss, 1993). No obstante, el movimiento feminista ha enfrentado históricamente estigmas y estereotipos; su adopción y entendimiento varían en función de factores culturales, históricos y sociales que influyen en la manera en que las personas lo perciben e interactúan con él (Montero, 2006). En muchas universidades latinoamericanas, los estigmas asociados con el feminismo generan una desconexión entre la identificación personal y el apoyo explícito a sus ideas (Cuadrado y López, 2020; Hernández y Bustos, 2017).

En la Universidad de La Sabana puede coincidir este patrón. El presente estudio busca establecer la relación de las mujeres de la Universidad en sus distintos roles estudiantes, profesoras y administrativas con el ideario/agendas de los movimientos feministas. Con tal propósito, se realizaron 700 encuestas presenciales en diversos puntos de la Universidad durante dos meses de la segunda mitad de 2024. El rango de edad de las estudiantes osciló entre 18 y 25 años; mientras que el de las profesoras y administrativas entre los 31 y 49 años. Las facultades con mayor participación fueron la Escuela de Ciencias Económicas y Administrativas (30%), Comunicación (25%) y Derecho y Ciencias Políticas (26%).

Hallazgos

En cuanto al conocimiento sobre feminismo, el 54% considera tener un nivel “medio” y el 39% recibe información ocasionalmente, lo que sugiere que el feminismo está presente en sus vidas, pero no es un tema central. Resalta el hecho que, para el 82% de las encuetadas la igualdad de género y los derechos reproductivos resultan ser temas fundamentales.

En relación con el conocimiento sobre feminismo, sólo el 10% menciona teorías o corrientes feministas. Respecto a la identificación, el 45% muestra una aceptación “moderada” de los principios feministas, lo que indica simpatía sin una identificación plena. La percepción sobre el fomento del debate feminista en la universidad es baja, con una media de 2.53 en una escala de 1 a 5. Este resultado puede indicar no sólo falta de interés en el tema, sino también pocos espacios institucionales para la discusión.

Otro hallazgo por mencionar es que, durante la aplicación de la encuesta, se evidenció una resistencia en estudiantes de algunas facultades frente al feminismo. Es el caso de la facultad de Medicina donde prefirieron no responder ni hablar del tema. Algunas estudiantes experimentaban dificultades o reservas al responder ciertas preguntas, especialmente cuando se encontraban en grupos donde predominaban hombres, aunque la encuesta fuera anónima e individual. Al preguntarles a muchas mujeres por qué no formaban parte de la encuesta, decían que le temían ser etiquetadas negativamente como “radicales” o “agresivas” al identificarse con el movimiento, lo que genera malestar y miedo a ser juzgadas.

En las entrevistas semiestructuradas a profesoras de cuatro facultades de la Universidad, se identificaron diferencias notables en los enfoques hacia el feminismo. Un grupo de entrevistadas manifestó no identificarse con posturas asociadas con el feminismo radical. Sin embar-

go, subrayaron su apoyo a los principios de igualdad de género, priorizando enfoques que promuevan un equilibrio en los roles de hombres y mujeres dentro de la sociedad. Ambas perspectivas reflejan la diversidad de opiniones y experiencias en torno al feminismo en el contexto académico. Por otro lado, algunas entrevistadas se identificaron como feministas, entendiendo el feminismo no sólo como un movimiento social, sino también como una herramienta esencial para alcanzar la igualdad de derechos y oportunidades entre los géneros.

De acuerdo con la literatura, se identificaron dos factores que pueden influir en el rechazo al movimiento feminista. El primero tiene que ver con la estigmatización social y los estereotipos negativos, los cuales dificultan la construcción de una identidad colectiva en movimientos sociales como el feminismo (Redford, 2018). Aunque el feminismo es reconocido, no se encuentra completamente comprendido ni interiorizado, lo que evidencia una desconexión entre su percepción pública y la integración de sus principios fundamentales.

El segundo factor es la presión social y cultural, un hallazgo que se alinea con la perspectiva de Cuadrado y López (2020), quienes sostienen que los estereotipos mediáticos desempeñan un papel crucial en la generación de una brecha entre quienes simpatizan con el feminismo y aquellos que lo abrazan de manera abierta. Esta presión no sólo se refleja en los estereotipos, sino también en la forma en que influye en la disposición de las personas para expresar opiniones feministas en determinados contextos.

En términos de identificación con el feminismo, la aceptación “moderada” indica que, aunque existe simpatía hacia el movimiento, no se produce una identificación plena con sus postulados. Este dato sugiere que el feminismo no se ha consolidado como una postura ideológica central para muchas de las participantes.

En este artículo se evidencia una percepción fragmentada del feminismo en la Universidad de La Sabana. Por un lado, existe interés general en temas de igualdad, pero, por otro, resistencia frente al movimiento feminista. Sin duda varias personas pueden distanciarse por razones diversas y fundamentadas.

En este artículo se evidencia una percepción fragmentada del feminismo en la Universidad de La Sabana. Por un lado, existe interés general en temas de igualdad, pero, por otro, resistencia frente al movimiento feminista. Sin duda varias personas pueden distanciarse por razones diversas y fundamentadas. Lo que llama la atención es que los motivos que se identificaron en este estudio parecieron ser fruto ante todo de estereotipos y estigmas. Las instituciones académicas, como la Universidad de La Sabana, pueden ser escenario debates en torno al feminismo y el movimiento. Estos espacios no buscan “convertir” la comunidad en militantes o activistas, sino en brindar información y criterios más claros para que las personas puedan decidir al respecto de manera más informada.

Referencias

- Almonacid Rodríguez, M. P. (2021). El movimiento animalista en Bogotá: una reconstrucción identitaria a partir de la resignificación de la relación con los animales no humanos (1990-2020) [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo] Repositorio digital institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/76307>
- Animal Defenders International (s. f.). Bullfighting ban in Colombia progresses! https://www.ad-international.org/animals_in_entertainment/go.php?id=4392&ssi=9
- Benito, J. E. C. (2015). Las redes y los movimientos sociales ¿una acción colectiva o marketing viral? ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes, 13(1), 125-150. <https://doi.org/10.7195/ri14.v13i1.744>
- Pedreschi Caballero, R. J., & Nieto Lara, O. M. (2021). Las redes sociales como estrategia de marketing en las pequeñas y medianas empresas del distrito de Aguadulce, provincia de Coclé, Panamá. Visión Antataura, 5(2), 115-131. <https://revistas.up.ac.pa/index.php/antataura/article/view/2526>
- Calvo Fernández, S., & Reinares Lara, P. (2001). Comunicación en Internet: estrategias de marketing y comunicación interactivas. Paraninfo.
- Gómez, J. (2021). Especismo y antiespecismo. Posturas en pugna por un cambio de paradigma legal. Revista Jurídica Electrónica, 10. <https://latam.lejister.com/pop.php?option=articulo&Hash=7f554087c22183decc68f07d72b118da>
- Ley 84 de 1989. (1989, 27 de diciembre). Congreso de la República. Diario Oficial No 39120.
- Munevar, T. (2024, marzo 6). Prohibición de las corridas de toros en Colombia está a un paso de ser ley de la República. Infobae. <https://www.infobae.com/colombia/2024/03/06/la-prohibicion-de-las-corridas-de-toros-en-colombia-esta-a-un-paso-de-ser-ley-de-la-republica/>
- Rodríguez Jiménez, P. (2017). Los toros en la Colonia: fiesta de integración de todas las clases neogranadinas. Banrepcultural. Credencial histórica, 62 <https://www.banrepcultural.org/biblioteca-virtual/credencial-historia/numero-62/los-toros-en-la-colonia>
- Satell, G. (2015). How social movements change minds. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2015/07/how-socialmovements-change-minds>
- Satell, G. (2019). Cascades: How to Create a Movement that Drives Transformational Change. McGraw Hill Professional.