

2Ej. 12

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

LA IMAGEN DE LA MUJER MEXICANA EN LA CULTURA DE
CONSUMO CAPITALISTA

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN SOCIOLOGIA

PRESENTA

SERGIO R. COLLADO VIDES



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

PAGINA

INTRODUCCION.....	7
CAPITULO 1	
ANTECEDENTES HISTORICOS SOBRE LA MUJER.....	15
1 : 1 ANTECEDENTES HISTORICOS GENERALES.....	16
1 : 2 ANTECEDENTES HISTORICOS SOBRE LA MUJER MEXICANA.....	23
1 : 2 : 1 LA MUJER PREHISPANICA.....	23
1 : 2 : 2 DE LA CONQUISTA A LA ACTUALIDAD.....	28
CAPITULO 2	
EL DESARROLLO DEL CAPITALISMO Y SU INFLUENCIA EN MEXICO.....	41
2 : 1 EL CAPITALISMO Y SU EXPANSION.....	42
2 : 2 INFLUENCIA DEL CAPITALISMO EN MEXICO.....	47
CAPITULO 3	
LA CULTURA DE CONSUMO CAPITALISTA.....	75
3 : 1 LA EXPANSION MUNDIAL DE LA CULTURA DE CONSUMO.....	76

INDICE

PAGINA

3	:	2	LA CULTURA DE CONSUMO EN LA SOCIEDAD MEXICANA.....	79	
CAPITULO 4					
DESARROLLO DE LA PERSONALIDAD, COMUNICACION Y FAMILIA.....					91
4	:	1	DESARROLLO DE LA PERSONALIDAD.....	92	
4	:	2	COMUNICACION Y FAMILIA.....	95	
4	:	3	COMENTARIOS SOBRE EL TRABAJO DOMESTICO.....	100	
CUADROS ESTADISTICOS.....				105	
CONCLUSIONES.....				126	
BIBLIOGRAFIA.....				133	

INTRODUCCION:

México es un país que tiene una conformación histórico-estructural capitalista dependiente, lo cual caracteriza su condición de subdesarrollado.

La cultura de consumo en este país, posee particularidades específicas que se relacionan con los intereses dominantes de la sociedad. En este trabajo analizamos la imagen que presenta esta cultura de consumo capitalista, en relación a la mujer mexicana.

Los medios masivos de comunicación, juegan un papel fundamental como difusores de la cultura de consumo capitalista. Estos a través de su historia, han adquirido mayor importancia, a medida que el desarrollo tecnológico ha ido permitiendo que sus alcances sean mayores, por ejemplo la televisión en la sociedad mexicana *.

* Actualmente la televisión comercial mexicana, transmite aproximadamente a 26 millones de personas diariamente. Y con la incorporación al "sistema de satélites Morelos" la transmisión llegará a cubrir para 1985 todo el territorio nacional.

Así, cada vez es mayor el número de genta a la que llega la información, adquiriendo mayor importancia la difusión masiva, al grado de que en la actualidad se utiliza no sólo como medio de entretenimiento y propaganda, publicidad o periodismo, sino para la educación, o para campañas de información masiva del gobierno.

La situación social de la mujer mexicana ha pasado por diferentes etapas históricas, que han ido cambiando a medida que ha evolucionado la sociedad. En la actualidad, vemos que la mujer mexicana es una de las principales consumidoras *. Además generalmente se le encarga la educación de los hijos, estando muchas veces en el hogar, por lo que es susceptible de recibir información de los medios masivos de difusión, y por lo tanto, susceptible también de tomar en cuenta y como ejemplo para su vida y de la educación de su familia, los mensajes que difunde esta cultura de consumo capitalista.

* La mujer mexicana compra el 75% de los bienes de consumo.

El carácter monopolista de las compañías transnacionales, mismas que poseen tan diversas ramas de la producción, como la industria bélica, la industria turística y los medios de difusión *, ha hecho que se constituya toda una manera de ofrecer los productos, en una forma determinada de vida. Así, se difunde la cultura de consumo capitalista, que nos muestra cómo consumir los productos, bajo un estilo de vida acorde a los intereses dominantes, para mantener la continuidad de la situación actual de dominio económico.

Además en el capitalismo es importante, la sobrevivencia y reproducción de la fuerza de trabajo que tiene a su servicio. Por eso es fundamental la reproducción y mantenimiento de la familia, porque a partir de ella se reproduce la sociedad, y por lo tanto la fuerza de trabajo que utiliza el capitalismo.

Las actividades que conllevan a la reproducción de la sociedad, tales como la alimentación de los hijos y su reproducción, generalmente se le asignan a la mujer en gran

* Actualmente hay un gran monopolio transnacional sobre diferentes ramos de la producción.

parte, por lo cual su participación en las actividades económicas de la sociedad, fuera del hogar, es desigual a la del hombre.

El objetivo de este trabajo es indagar y explicar la imagen que presenta la cultura de consumo capitalista, de la mujer mexicana, a través de los medios de difusión, en la televisión comercial en particular.

Se parte de la hipótesis de que: "La cultura de consumo capitalista presenta a la mujer mexicana, a través de los medios de difusión, dedicada a las actividades del hogar".

La cultura de consumo capitalista se considera como el conjunto de todos los tipos de conducta, socialmente adquiridos y legitimados en una sociedad capitalista, y que se transmiten a toda la población por medio de símbolos, comprendiendo todo lo que es aprendido entre

los hombres por medio de las instituciones, a través de la comunicación, abarcando el lenguaje, las costumbres y las tradiciones.

La forma como presenta la imagen de la mujer mexicana, esta cultura de consumo, se refiere al escenario mismo que preparan los medios masivos de comunicación capitalistas, para difundir esta imagen de la mujer, es decir: su comportamiento; el lugar específico donde aparece; las relaciones sociales que establece; las actividades que lleva a cabo y el lugar en que se le ubica a ella dentro de la sociedad.

En cuanto a los medios de difusión, nos referimos a los instrumentos materiales contruidos por la industria capitalista, para difundir la información a la población de un país, en particular a aquellos cuyo desarrollo técnico y capacidad de difusión, alcanza niveles masivos y nacionales, que por su alcance pueden llegar a difundirse al territorio nacional, como la televisión comercial en la actualidad.

Respecto de las actividades del hogar, concierne a aquellas que por su naturaleza se refieren en particular a las relacionadas con la familia, como la educación y alimentación de los hijos, el cuidado y aseo de la casa, la atención del marido y la reproducción de la familia.

Para realizar el presente trabajo, se llevó a cabo una investigación documental, por considerarla adecuada para el estudio de la imagen de la mujer mexicana en uno de los medios de difusión: la televisión comercial.

Se ha partido de una investigación histórico-bibliográfica, utilizando la comparabilidad de las diferentes situaciones sociales de la mujer mexicana, que han ido cambiando a través de la historia, hasta llegar a la actualidad. Así, a través de la comparación, podremos comprender mejor la situación actual de la mujer y la imagen que de ella presenta, la cultura de consumo capitalista, en el México moderno.

Es así como el trabajo ha sido estructurado a partir de la problemática de la cultura de consumo capitalista, y la imagen que presenta de la mujer mexicana, a través de

los medios masivos de difusión, en particular en la televisión comercial.

Se ha partido del análisis histórico en el capítulo I, tomando en cuenta la herencia de los bienes, como un factor que contribuye a la aparición de la sociedad de clases, y que influye en la situación de la mujer, como se ha encontrado en los descubrimientos e investigaciones sociales, en tribus en estado primitivo. Asimismo, se han analizado los antecedentes históricos de la mujer mexicana, desde la época prehispánica, para poder relacionar su situación con la llegada de los españoles y con la actualidad.

A continuación, en el capítulo II, se trata el desarrollo del capitalismo, así como su influencia en México.

Posteriormente se ha desarrollado en el capítulo III, la cultura de consumo capitalista, y la imagen que difunde de la mujer en la sociedad mexicana.

Finalmente en el capítulo IV, se toma en cuenta el desarrollo de la personalidad, y la importancia de la comunicación social, así como de la familia, donde el trabajo

doméstico es llevado a cabo generalmente por la mujer. Por otra parte, se realizó un análisis sintético de los cuadros estadísticos, elaborados a partir del Censo Nacional de Población de 1970 específicamente, en lo que respecta a la fuerza de trabajo; a la educación; a los niveles de ingresos; la relación entre ciudad y campo, lo que nos permitirá tener una idea de la situación de la mujer mexicana en la sociedad actual.

Esta metodología se utilizó, por considerarla adecuada al desarrollo del trabajo, ya que a través de la investigación de los documentos y estudios históricos, así como de los medios masivos de difusión, y de la situación de la mujer mexicana en la sociedad de consumo capitalista dependiente, podremos llegar a caracterizar la imagen de la mujer mexicana en esta cultura. Aún cuando no pretendemos que sea esta la única o más acertada forma de abordar un tema tan amplio, consideramos que esta avance nos llevará a un estudio posterior, que sirva para acrecentar el conocimiento sobre nuestra sociedad. Si logramos despertar el interés en otros investigadores sobre el tema tratado, nos sentiremos gratificados.

C A P I T U L O 1

ANTECEDENTES HISTORICOS SOBRE LA MUJER.

1 : 1 ANTECEDENTES HISTORICOS GENERALES.

El desarrollo de la sociedad de clases occidental, ha pasado por diversas etapas históricas: el comunismo primitivo, el esclavismo, el feudalismo, que han culminado en el capitalismo actual o etapa imperialista.

Dentro de este desarrollo histórico, la situación de la mujer ha variado, de acuerdo a los intereses generados en la formación de la sociedad de clases.

Dentro de la sociedad actual, por ser de clases, se toma en el presente capítulo, la herencia de los bienes, como un factor que contribuye a que se acrecienten las desigualdades sociales, y la desigual distribución de la riqueza.

Los descubrimientos sobre la situación social en las tribus primitivas, y las investigaciones que se han llevado a cabo, han conducido a la interrogante sobre la situación de la mujer, acerca de si ha existido el ma-

triarcado, o por el contrario, nunca ha existido *.

La variedad de situaciones y organizaciones que se han descubierto, dan un amplio campo de investigación sobre la prehistoria.

Asimismo la definición de matriarcado varía, según desde el punto de vista que se tome, por ejemplo cuando existe el dominio de la mujer sobre el hombre, al gobernar a la comunidad. O simplemente se concibe como una situación donde la mujer participa en las actividades sociales, políticas y económicas de la sociedad.

Aquí nos limitaremos a analizar, la situación de la sociedad a través de los cambios que se dan en la herencia de los bienes, en las sociedades primitivas, en

* Debido a la polémica entre aquellos que piensan que el matriarcado nunca ha existido, se toma en cuenta a partir de las investigaciones de Malinowski en el archipiélago Trobriand, al nordeste de Nueva Guinea e interpretadas por Wilhelm Reich en sus estudios sobre el matriarcado y el patriarcado, así, consideramos al matriarcado como la herencia por vía materna, y al patriarcado, la herencia por vía paterna.

particular en "los descubrimientos de Malinowski" en el siglo pasado, y que comenta Wilhelm Reich (1), los cuales han sido tomados en cuenta, porque se relacionan con las diferencias económicas, que surgen en la formación de las sociedades de clases, característica de la sociedad actual, capitalista dependiente.

Partiendo de los inicios de la historia de la sociedad, en el comunismo primitivo, donde la propiedad era comunal, los hombres nómadas se dedicaban a la recolección de alimentos y a la caza. Cuando algún lugar les parecía propicio, permanecían allí por algún tiempo. Después, si había algún cambio, (por ejemplo a causa de fenómenos naturales como las inundaciones) se trasladaban a otro lugar, siempre hacia donde había agua y alimentos.

Cuando la población se hizo sedentaria, los hombres se fueron estableciendo en lugares fijos, los más propicios para vivir. Este es uno de los primeros gran-

1.-Reich Wilhelm. La Irrupción de la Moral Sexual. Buenos Aires. Editorial Diez 1976.

des cambios que surgen en la humanidad, desde el punto de vista social. Al establecerse en un sólo lugar, la cacería ya no es suficiente porque las temporadas varían. Al alimentarse de las plantas, se dan cuenta de que éstas crecen y de que es posible sembrar. Entonces, aparece la agricultura, que viene a ocupar un lugar clave en el desarrollo de la sociedad.

En las investigaciones realizadas por Malinowski en el archipiélago Trobriand, al este de Nueva Guinea, encuentra en estas sociedades, que la mujer tiene un lugar importante en las reglas que rigen las relaciones sociales, y participa en la vida social, política y económica de la comunidad.

El hombre vela por los alimentos de la mujer. Cuando se casan las hermanas, es el hombre quien transmite parte del producto de su trabajo, a su hermana, quien vive con su esposo, a esto se le ha llamado "la dote matrimonial" (2).

La herencia de los bienes está regida por los descendientes de la madre. La herencia del hermano tiene que ser destinada a los hijos de su hermana, es decir, a sus sobri-

2.-Reich Wilhelm, op. cit. p. 51.

nos; todo va por línea materna, "dentro de la gens o grupo familiar" (3).

"La mujer participaba activamente en la vida social, ocupaba una posición destacada, poseía autoridad sobre sus hijos, y eran tan libre como el hombre" (4).

Poco a poco fueron apareciendo desigualdades, debido a los cambios en la agricultura, o en el número de miembros de cada familia, y por lo tanto, en la cantidad de la dote matrimonial. Es así, como aparecen los primeros intereses económicos por conservar una supremacía, y los privilegios que esta ofrecía. Se va estableciendo una división del trabajo, conforme el excedente del producto del trabajo de unos, permite comprar la fuerza de trabajo de otros.

La mujer y la dote matrimonial era lo más importante, pero las costumbres estaban regidas por los hombres; las mujeres se iban con el hombre, quien fundaba el hogar.

La educación estaba encargada a los tíos, es de-

3.-Reich Wilhelm. op. cit. p. 48

4.-Idem p. 95.

cir que los hermanos de la esposa eran los tutores.

Poco a poco, se fueron formando familias, donde el hombre era el que más lazos tenía con su familia y sus hijos. Cuando la dote era considerable, el jefe empezó a darse cuenta de la importancia social que estaba adquiriendo en la aldea.

Es así como la herencia de los bienes juega un papel importante, en los cambios que se empiezan a vislumbrar. Cuando aparece la propiedad privada, los hombres quieren proteger sus intereses, para que su fortuna se mantenga en la misma familia, y no pase a manos del esposo de las hermanas. Y así aparece el patriarcado, estableciéndose la herencia de los bienes por vía paterna.

En las sociedades donde los intereses por administrar la riqueza, se vuelve los más importantes, se acentúan las diferencias sociales, a medida que los ricos acaparan la riqueza. La clase dominante, establece su forma de vida y de pensar sobre toda la sociedad, como la única verdadera y legítima.

A través de la historia han existido sociedades donde a la mujer se le asignan los trabajos del hogar, la educación y alimentación de los hijos. Y donde la discusión de sus problemas, y participación social y política son desplazados, por el interés de enriquecimiento.

Con el acaparamiento de la riqueza en pocas manos, se forma la sociedad de clases, que con su desarrollo, surge la necesidad de Instituciones que administren la riqueza, de la clase dominante, apareciendo el Estado, que administra y gobierna a la sociedad.

Las relaciones sociales que se dan, se caracterizan por el binomio dominación-dominados, de autoritarismo-sumisión, propias de las sociedades de clases, y del sistema capitalista en consecuencia.

La clase dominante, en su afán por conservar la riqueza, establece matrimonios entre miembros de su misma clase, apareciendo el "matrimonio de clase"(5).

5.-Engels Federico. La Emancipación de la Mujer. México. Editorial Grijalbo. 1970. p. 100.

Cuando las relaciones sociales pierden su espontaneidad, aparece la moral coercitiva. Al convertirse la mujer en un producto de venta, aparece la prostitución.

1 : 2 ANTECEDENTES HISTORICOS SOBRE LA MUJER
MEXICANA.

1 : 2 : 1 LA MUJER PREHISPANICA.

La historia de la mujer mexicana ha pasado por varias etapas, a través de las cuales, la situación de la mujer dentro de sociedad se ha ido transformando.

En la época prehispánica la sociedad azteca poseía su propia organización, donde al mujer participaba en las actividades sociales.

Las mujeres y los hombres concurrían al primer centro educativo: "La casa del Canto y la Danza", el "Calmec" (6). La institución era mixta, y era donde estable-

cían las primeras relaciones fuera de la familia. Había diversas actividades, poetas, decoradores, que se practicaban incluso toda la vida.

"A los siete años, los niños y las niñas eran enviados al Calmec, donde se les enseñaba: matemáticas, idioma, poesía, botánica, astrología, artes y literatura" (7).

Las labores más delicadas generalmente las hacía la mujer, como el arte plumario, la decoración de los tejidos etc. Aunque los hombres también se dedicaban a ello, más bien estaban destinados al trabajo pesado, como el acarreo de la leña.

La educación era austera y muy severa. Había leyes estrictas para los padres que no enviaban a sus niños a la escuela; los niños siempre tenían que estar bailando, cantando, estudiando o ayudando a sus padres.

Al llegar a la adolescencia, el padre aconsejaba a su hijo, para evitar el alcoholismo y la homosexualidad. Le enseñaba como cuidar su salud y a no transmitir las

7.-Zendojns Adolina. Archivos. Para mayor información ver: Leon Portilla Miguel. La Filosofía Náhuatl. UNAM 1959 páginas 224-226.

enfermedades a su mujer. Luego el hijo hablaba con la madre, así como "la hija hablaba con el padre" (8).

La madre hablaba con sus hijas, para evitar la prostitución, las "alegradoras" como se les llamaba a las prostitutas (9).

Asimismo, la madre instruía a sus hijas, en los principios morales, ya que eran el centro de la comunidad, y les hablaba acerca de la relación con los hombres en el matrimonio *.

A los diecisiete años salían de la escuela ya entrenados en actividades agrícolas, administración del hogar y alfarería, hombres y mujeres por igual. La mujer asumía a partir de entonces un importante papel en la relación familiar, ya que administraba la casa, logrando así poder económico. Además tenía voz y voto en las determinaciones de las relaciones familiares. Al casarse "se establecía una relación de igualdad con el marido" (10).

8.-Zendejas Adelina.Archivos.

9.-Leon Portilla.Trece Poetas del Mundo Azteca. UNAM 1975 p. 30.

10.-Zendejas Adelina.Archivos.

* Para mayor información Zahagún Fr. Bernardino habla detalladamente sobre las instrucciones de padres a hijos en Historia General de las Cosas de Nueva España.México.Editorial Porrúa 1956. Tomo II.

La mujer participaba en la recolección y siembra, de la parcela familiar y de los terrenos comunales, cuya producción servía en épocas de siniestros o malas cosechas. La remuneración que recibían por su trabajo, era igual a la del hombre.

Había mujeres especializadas en tejido, en arte plumario, alfarería, y éstas "constituían industrias familiares" (11).

La mujer participaba en las actividades de la comunidad. Cada año se reunían los "Calpulli", que era una división político-económica, donde se planteaban los problemas económicos de la comunidad, del mundo interno familiar, como la administración de la casa, así como el mundo externo familiar, como la falta de agua, los descubrimientos en abonos, la escolaridad, los problemas urbanos. Desde luego, todas las mujeres concurrían a las asambleas.

Cada Calpulli enviaba informaciones al Consejo de Ancianos, que posteriormente, las mandaba al Consejo Supremo, para que comparara las informaciones, aportaciones y descubrimientos, y así destacara los nuevos aportes.

11.-Zondejas Adelina. Archivos.

Posteriormente, los resultados y aportaciones, iban a una Gran Asamblea del Pueblo, "donde había una representación femenina" (12).

También existían los "Tepozcalli" (13), que eran escuelas de instrucción y formación militar, así como también se instruía en comercio, y en la conquista de nuevos mercados, para poder adaptar plantas de otras regiones, como por ejemplo el aguacate.

Había curanderas que se dedicaban a atender a los enfermos; atendían por ejemplo: calenturas, partos, hacían masajes y poseían el conocimiento de las plantas y animales, para la curación de enfermedades, así como "también aplicaban la alimentación dietética" (14).

Como vemos, la mujer prehispánica participaba en todos los ámbitos de la vida social. En Tlatelolco, "lugar donde se trocaban mercancías", era una ciudad comercial, hubo gobernadoras, que había sido elegidas democráticamente (15).

12.-Zendejas Adelina. Archivos.

13.-Leon Portilla Miguel. La Filosofía Nahuatl. México. UNAM. 1959. p. 223.

14.-Zendejas Adelina. Archivos.

15.-Moreno M. Manuel. La Organización Política de los Aztecas. Instituto Nacional de Antropología. México 1962 p. 61.

1 : 2 : 2 DE LA CONQUISTA A LA ACTUALIDAD.

Con la conquista de los españoles, a principios del siglo XVI, se instaure su cultura sus costumbres y reglas de vestir, las cuales se regían por el derecho romano, con sus limitaciones específicas hacia la mujer, como la "nula participación pública, o las reglas de vestir" (16).

Los españoles instauran un modo de producción, organizado en la explotación de minerales, y el sistema de las haciendas productoras de medios de producción.

La sociedad que surge de esta mezcla cultural, se conforma por la clase trabajadora y la clase dominante, española en un principio y criolla posteriormente. Sin embargo, la cultura de la clase dominante es la que se acepta como única, con sus respectivos valores para todas las clases, tratando de integrarlas a esta nueva forma de vida.

Las actividades de la antigua mujer mexicana, en cuanto es confinada al hogar, se limitan entonces, a re-

16.-Balustovsky de Chazán Saray otras. Condición Jurídica de la Mujer. México. UNAM p. 3.

producir la fuerza de trabajo de la clase subalterna al servicio de los terratenientes y mineros, situación que no cambia durante siglos.

En la época de la conquista, "estaba prohibida la esclavitud de la mujer" (17), y había los recogimientos y colegios de indias, que se encargaban de la educación de las "indias, mestizas y españolas" (18).

Hacia 1774 y 1776, se establece en Nueva España la primera industria del tabaco, donde el Virrey era el principal inversionista. "En la manufactura del puro, había muchas mujeres, como las planchadoras del café" (19). Sin embargo, cuando el Virrey quiso aumentar la jornada, sin aumentar el salario, entonces las fábricas los trabajadores se organizaron en una manifestación que llenó la alameda. Los patronos se asustaron de la cantidad de manifestantes, y decidieron no aumentar la jornada. Así vemos las primeras luchas en que participa la mujer por sus derechos: luchas entre trabajadores y capitalistas.

17.-Halostosky Sara y otras. op. cit. p. 33

18.-Idem p. 37.

19.-Zendejas Adelina. Archivos.

Al llegar a la Independencia a principios del siglo XIX, con el nacimiento de la República Mexicana, no cambian las costumbres de la sociedad con respecto a la mujer, cuyo papel social sigue siendo el mismo, procrea a los mismos de su clase, prepara los alimentos, así como atiende el cuidado de los hijos y de la vivienda familiar.

Paralelamente en Europa en esta época el capitalismo estaba en pleno apogeo. Las revoluciones burguesas habían abierto nuevas libertades y posibilidades de cambio, al ampliarse la participación política de los Estados.

En México se daba el modo de producción capitalista dependiente como factor dominante, pero dependía en lo cultural de la metrópoli. Si bien había logrado su independencia política, conservaba su dependencia cultural y económica, y por lo tanto su desarrollo estaba condicionado a sociedad capitalista de la época.

La participación femenina en la lucha de independencia fue muy activa. Se refleja en las demandas de las mujeres de Zacatecas en 1821 al gobernador. Ellas pedían el trato de ciudadanas por los aportes que hicieron al triunfo de la Independencia. "No sólo pusieron la vida de

sus hijos y de sus hombres, pues al perderlos, ellas mismas participaron tomando directamente las armas" (20).

En 1824 aparece la primera revista femenina en Zacatecas, elaborada por hombres y mujeres, para combatir "los prejuicios y fanatismos de la dominación española" (21).

Ya la Constitución de 1824 había decretado ciertos derechos de la mujer, pero el conservadurismo de la época los limitaba al nivel teórico. Aunque reconocía el derecho al voto, este no se ejerció sino hasta 1953.

En 1833, Gómez Farfás funda la Escuela Normal y la Escuela de Enfermería. En Zacatecas al mismo tiempo funciona la Escuela Normal, lo que constituye un paso importante para la incorporación de la mujer a las actividades productivas de la sociedad.

Entre 1833 y 1834, con la participación del Banco del Avío y de inversionistas franceses y españoles, se establece la industria textil, donde a la mujer se le pagaba la décima parte del salario del hombre. Por otra parte, las productoras individuales estaban obligadas a vender su

20.-Zendejas Adelina.Archivos.
21.-Idem.

producto más barato.

En esta época, la máquina de vapor se va instalando en Orizaba, Nueva Rosita, Río Blanco, Atlixco, Querétaro y Tizapán. Al mismo tiempo, la lucha de la clase trabajadora no cesaba ni las demandas de la clase trabajadora por subir salarios y aminorar la jornada de catorce a doce horas. Entre 1850 y 1862 en la huelga de zaraperos en Guadalajara, Jalisco, las mujeres constituían gran parte de la mano de obra, y demandaban igualdad de salarios a los obreros de la capital.

Los obreros textiles, incluidas las mujeres fueron los primeros en lograr la disminución de la jornada de la mujer, e igualdad de salarios al hombre, hacia 1862.

En la época de la invasión francesa, la lucha de la clase trabajadora y de la mujer, fructificó con el Círculo de Obreros Libres, que tuvo su primer Congreso en 1876. En estos años se funda el periódico La Comuna, dirigido por una mujer: Dolores Jiménez, con la finalidad de defender el derecho de huelga y de la mujer. El segundo Congreso del Círculo de Obreros Libres, fue en 1882, y lo preside

una mujer, "la obrera Carmen Huerta" (22).

Como vemos, las mujeres habían ganado respeto entre sus compañeros de trabajo, por su convicción y lealtad, así como por su activismo y organización.

Con la aparición del monopolio en el último cuarde del siglo XIX, se concentra el poder económico de los capitalistas. En tanto en México, en 1870 se insta "la igualdad de personas y de sexos" (23).

El monopolio, el capital financiero, se introduce en gran parte en la esfera de la comercialización a través de los ferrocarriles. Sin embargo la explotación de minerales y las haciendas, mantenidas por la clase trabajadora, continuaba existiendo.

Con el desarrollo del capitalismo dependiente (que en México bajo su forma industrial se acentúa a finales del siglo XIX y principios del actual, en la etapa monopolista), la clase dominante adopta las costumbres de la cul-

22.--Zendejas Adelina. Archivos.

23.--Balastosky Sara y otras. op. cit. p. 196.

tura americanista, que se expanda a nivel mundial, sustituyendo las viejas costumbres europeas.

En el capitalismo dependiente, la lucha sindical se manifiesta, en la unión de las mujeres con los hombres. Entre 1895 y 1917, los periódicos y revistas femeninas plantean los problemas de la mujer y el reclamo de sus derechos. Ya desde finales del siglo pasado, y principios del actual, la clase obrera, los campesinos y el pueblo en general, habían comprendido que la única forma de lograr el reconocimiento a sus derechos, es derribando a la dictadura porfirista.

Con la revolución de 1910, se instaura plenamente el modo de producción capitalista (dependiente), pero el factor dominante de esta economía, es exterior, continuando en un capitalismo dependiente, y aumentando el endeudamiento del Estado respecto al capital internacional.

Como vemos, gran parte de las mujeres mexicanas permanecen en un oscurantismo, desde la conquista y parte de la Independencia, estando confinadas a las labores del hogar y sin ninguna posibilidad de participar en la vida

pública.

Sin embargo, la participación de la mujer en la lucha de clases, se manifiesta en las actividades productivas de la sociedad, en la lucha revolucionaria contra la dictadura porfirista, en la guerra directamente y a través de los periódicos y revistas.

La lucha de las mujeres por el reconocimiento de sus derechos, se fue manifestando en los cambios jurídicos que se han ido estableciendo, así como en la discusión de sus problemas.

En 1915 se lleva a cabo el Primer Congreso Femenino en México. En ese mismo año, se le otorga protección en el trabajo, al decretar como "día de descanso los domingos" (24).

En 1917, se le otorga la igualdad de salarios y "la prohibición del trabajo nocturno" (25). Aunque en la práctica, muchas veces se violan estas disposiciones. Sin

24.-Balostrosky de Chazán Saray y otras. op. cit. p. 174.

25.-Idem p. 177.

embargo su lucha ha continuado y le han ido reconociendo sus derechos.

En 1928 la mujer puede ser "testigo, fiadora, tutoriz" y ya no pierde la patria potestad de sus hijos cuando contrae segundas nupcias (26)

En el código civil de 1931 se contempló en parte, el derecho a la educación en igualdad con el varón y el derecho a la igualdad en las relaciones familiares a partir de los esponsales. En ese año también se le reconoce el derecho a vacaciones, protección laboral durante el embarazo y "libertad para efectuar contratos" (27). La ley federal del trabajo dicta como obligatorio el establecimiento de guarderías por parte del patrón. Aunque en la práctica esto no se cumple, se encauzan algunas peticiones al IMSS (Instituto Mexicano del Seguro Social que se establece en 1943). En 1932 se establecen derechos iguales para ambos cónyuges.

En la época del presidente Cárdenas, de 1934 a 1940, se les permitió a las mujeres organizadas en el Frente

26.-Balostrosky de Chazán Sara y otras. op.cit. p. 82.

27.-Idem p. 178.

Pro-Derechos de la Mujer, participar en la discusión de sus problemas, usando las páginas de los periódicos, aunque nada más fué durante este período, ya que posteriormente, "el periodismo lo ejercieron mayoritariamente los hombres", relegando a la mujer (28).

En 1953: se le da derecho al voto, alcanza la igualdad de derechos ciudadanos, y se inicia "la aceptación de los derechos políticos" (29). Igualmente la mujer conquista en las Naciones Unidas (ONU), los derechos políticos. En 1967 se lleva a cabo la Declaración de Eliminación de la Discriminación de la Mujer, "para que salga de la subordinación a las leyes, costumbres y actitudes sociales que la degradan, pronunciándose contra los prejuicios" (30).

En 1967 se le da mayoría de edad a los 18 años. En 1970 se le da igualdad jurídica en materia de trabajo, "especificando cuando esta embarazada" para darle la respectiva protección y poder llevar a buen término dicho embarazo (31).

28.-Lovera Sara. Las Trabajadoras de los Medios de Comunicación. México. Tercer Simposio de Estudios e Investigación Sobre la Mujer. UNESCO, CONAPO, CEESTEM 1983 p. 11.

29.-Balostosky Sara y otras. op. cit. p. 286.

30.-Idem p. 207.

31.-Idem p. 173.

En 1974 se establece la igualdad jurídica hombre-mujer, ante la ley y en el trabajo, dentro de la jerarquía en el Estado.

Ya en 1975, con motivo del Año Internacional de la Mujer, goza de ~~SV~~ igualdad jurídica, aunque en la práctica, muchas de las estipulaciones legales no se cumplen, sobre todo en los salarios, en el trabajo y en las protecciones laborales.

La participación de la mujer en el trabajo fuera del hogar (como necesidad que trae la acentuación de las contradicciones de clase en el capitalismo) se ha dado mayores posibilidades económicas y de independencia. Así surgen movimientos de denuncia contra las desigualdades y restricciones a la mujer, sobre todo en los países industrializados, que en un principio, de mediados del siglo XIX a 1890 se limitaban a la lucha "por el derecho al voto", las sufragistas, y "por la actividad sexual dentro del matrimonio".

Posteriormente, cerca de la primera guerra mundial, el movimiento feminista lucha "por la liberación sexual y

contra las determinaciones sufragistas de limitar el sexo al matrimonio".

Finalmente, hacia los años setentas, "se toma más bien una posición crítica hacia las normas, así como hacia la supremacía masculina y la conducta sexual" (32).

El papel del movimiento feminista, ha sido denunciar la situación de la mujer como reproductora de la fuerza de trabajo a que es limitada. Es entonces, un portavoz de las reivindicaciones sociales de la mujer.

Entre sus postulados, se propone, como dice Dalla Costa, que la relación social de la mujeres se desarrolla verdaderamente entre ellas, en los barrios (33), ya que muchas veces, las condiciones económicas del trabajo, las obligan a estar muy poco tiempo con sus maridos.

Además se utiliza el concepto de casta, según Dalla Costa, para crear conciencia de los problemas de la mujer, como inicio, para pasar a la conciencia de clase, tomando los problemas femeninos como un problema de clase. Esto

32.-Zillah N. Eisenstein, Cherodow Nancy, y otros. Patriarcado Capitalista y Feminismo Socialista. México. Editorial Siglo XXI 1980 p. 127.

33.-Dalla Costa Mariarosa y James Selma. El Poder de la Mujer y la Suversión de la Comunidad. México. Editorial Siglo XXI 1977. p. 02.

mismo se hizo en Estados Unidos, utilizando en un principio la consigna de "negros", para crearle conciencia al trabajador de su situación, y posteriormente "pasar a la consigna del proletariado", como parte de la lucha de clases (34).

El aumento de la proporción de mujeres que trabaja, ha provocado en algunos casos, un mayor respeto de la mujer por parte del hombre, ya que ahora "ella también ayuda a sostener el hogar", al participar como trabajadora asalariada (35).

Este fenómeno, ha ayudado a que se acepte socialmente como algo normal el hecho de "que la mujer trabaje" (36), aunque no tenga necesidad económica, sobre todo en la clase media, logrando una mayor independencia y adquiriendo mayores posibilidades de desarrollo en todos los terrenos.

34.-Dalla Costa Mariarosa y James Selma. op. cit. p. 3.

35.-Rendón G. Jorge. La Participación de la Mujer en la Fuerza de Trabajo; significado e implicaciones. El caso específico del Estado de México. México. Secretaría del Trabajo y Previsión Social. 1977 p. 13.

36.-Dalla Costa Mariarosa y James Selma. op. cit. p. 82.

C A P I T U L O 2

EL DESARROLLO DEL CAPITALISMO Y SU INFLUENCIA
EN MEXICO.

2 : 1 EL CAPITALISMO Y SU EXPANSION.

La forma de consumo se relaciona con la producción, y por lo tanto la sociedad consume los productos que aquella le brinda. La cultura de consumo capitalista, (como las costumbres y hábitos de consumo de los productos de esta industria comercial) adquiere mayor importancia, a medida que la población consume los productos que ofrece.

En el presente capítulo, analizamos el desarrollo del capitalismo, ya que es a través del uso de los medios de comunicación capitalistas, como se difunde la cultura de consumo. Sin embargo, esta situación se da a medida que el desarrollo tecnológico lo ha permitido, a través de su evolución histórica.

En el transcurso de la historia de las sociedades de clases, se van dando las condiciones para el desarrollo del capitalismo, a medida que dentro del feudalismo el comercio adquiere mayor importancia, lo que permite el desarrollo de los comerciantes, los intermediarios, "exten-

diéndose la división del trabajo por la separación entre producción y comercio" (37).

Con el descubrimiento de nuevas colonias a partir del siglo XVI, como el descubrimiento de América por parte de España, los intereses comerciales adquirieron mayor importancia.

La explotación de la riqueza de estas colonias, como el oro y la plata, trae como consecuencia un mayor desarrollo del comercio, así como de las actividades artesanales, y el agrupamiento de artesanos en la manufactura. Al mismo tiempo, al desarrollarse la técnica y los nuevos inventos, la manufactura se convierte en la base técnica de la gran industria.

Se lleva a cabo así, una mayor separación entre ciudad y campo, lo que acarrea un mayor desarrollo de la división del trabajo.

Así, las posibilidades de enriquecimiento, generadas por estas nuevas actividades, permiten el surgimiento de una nueva clase: la burguesía, que se opone y poco a

37.-Marx Carlos y Engels Federico. La Ideología Alemana. México. Ediciones de Cultura Popular. p. 93.

poco desplaza a la clase feudal.

La división manufacturera del trabajo, supone la concentración de los medios de producción, en manos de un capitalista. Y la división del trabajo da como resultado, el fraccionamiento de los medios de producción entre muchos productores de mercancías independientes unos de otros, que no reconocen más autoridad, que la competencia por la demanda del mercado.

Ahora los nuevos inventos y actividades, permiten la obtención de riqueza, ya no sólo por medio de la propiedad territorial feudal y el trabajo de los siervos. Además la transformación de la lana en vestidos, por medio del desarrollo de la industria textil, permite una mayor producción en menor tiempo, a través de la aplicación del telar.

Es así como se llovan a cabo nuevas actividades que transforman el uso de la tierra. Por ejemplo la sustitución de la tierra dedicada a la agricultura en pastizales destinados a la crianza de ovejas que dan lana. Se

lleva a cabo, la concentración de los medios de producción en manos de la burguesía.

La transformación de los medios de producción individuales, en medios socialmente concentrados de producción, de la propiedad minúscula de muchos, en propiedad gigantesca de pocos, se lleva a cabo por medio de la violencia. Aparece entonces la propiedad privada capitalista, que se basa en la explotación de la fuerza de trabajo ajena, "aunque formalmente libre" (38).

Con la socialización del trabajo y la transformación de la tierra y demás medios de producción, "en medios de producción socialmente explotados" se inicia la nueva era del capitalismo (39)

Este proceso empieza a llevarse a cabo en Europa, en los siglos XIV y XV, aproximadamente, según la región. Aunque la era capitalista data del siglo XVI, "cuando ya hace mucho tiempo que se ha suprimido la servidumbre de la gleba, así como lo más brillante de la Edad Media tam-

38.-Marx Carlos. La Llamada Acumulación Originaria. Obras Escogidas. Moscú. Editorial Progreso. p. 139.

39.-Idem p. 139.

bién se ha suprimido, la existencia de ciudades soberanas" (40).

Para el dueño de los medios de producción, es ahora necesario recurrir a la compra de la fuerza de trabajo, y la obtiene de aquellos que llegan hacia las ciudades o centros industriales. La población que se libera de la servidumbre feudal y que se incorpora al artesanado, manufacturas e industrias, se convierten en trabajadores asalariados, incluida la mujer. Así, la explotación feudal se transforma en explotación capitalista, bajo el mando de la burguesía, que incluso lleva a cabo sublevaciones, como la revolución francesa de fines del siglo XVIII, para derrocar a la aristocracia y tomar el poder.

Así, es a partir de fines del siglo XVIII, hacia 1770, "cuando se ha desarrollado el período propiamente manufacturero" (41), que se inicia un mayor desarrollo del capitalismo, con los nuevos inventos que aumentan la

40.-Marx Carlos. El Capital. México. Editorial Siglo XXI 1977. tomo 1 vol. 3 capítulo XVI p. 894.

41.-Engels Federico. Siete Artículos Sobre El Capital. en Escritos Económicos Varios. México. Editorial Grijalbo 1966 p. 214.

producción, como la máquina de vapor.

A principios del siglo XIX, el capitalismo adquiere un mayor desarrollo con la gran industria. Ahora hay máquinas que hacen máquinas. La producción aumenta considerablemente, al grado que empiezan las crisis de sobreproducción, y los problemas del desempleo, así como la competencia y la lucha por el dominio de nuevos mercados.

2 : 2 INFLUENCIA DEL CAPITALISMO EN MEXICO.

La relación de México con los países capitalistas se inicia prácticamente a partir de la Independencia, cuando se abren las fronteras al comercio internacional. Recordemos que durante la época colonial, sólo se permitía el comercio con la metrópoli, España, a través de la obtención de metales preciosos, con el sistema de las grandes haciendas, productoras de insumos para la minería.

La participación de la mujer en las actividades sociales, fuera del hogar, se da desde antes de la Independencia.

dencia. Así vemos que en 1776, en la industria del tabaco, se organiza una manifestación con las planchadoras del tabaco, que logra impedir el aumento de la jornada laboral por parte del patrón, el Virrey.

Asimismo, la mujer participa durante la lucha de Independencia, como vemos en las demandas de las mujeres de Zacatecas, al gobernador, para que los den el trato de ciudadanas, por su aportación a la lucha, con la vida de sus maridos, la de sus hijos y la de ellas mismas.

En 1824, las mujeres participan en revistas, para combatir las viejas costumbres españolas.

Así, vemos que a partir de la Independencia es cuando se da una mayor participación de la mujer mexicana, en las actividades de la sociedad, fuera del hogar.

El país cuyo comercio era el más fuerte a principios del siglo XIX, era Inglaterra. Fue el primero en introducirse. En 1824 se establecen las compañías Anglo-Americanas y se firma el Tratado de Amistad-Comercial entre Inglaterra y México en 1827. También se obtienen préstamos de las casas

inglesas al gobierno mexicano. De la Independencia se pasa a "la dependencia de los países capitalistas" (42).

La competencia entre los países capitalistas en México, también la ejorción "Francia y España" en cuanto a las deudas y el comercio; así como Estados Unidos, durante la primera mitad del siglo XIX, además de Inglaterra (43).

De estos países, Gran Bretaña era el que mayor comercio exterior poseía a fines del siglo XVIII, mientras el de Estados Unidos equivalía sólo al "55% del comercio de Inglaterra" en esa época (44).

Estados Unidos era un país en plena fase expansionista. Desde la Independencia de 1782, adquiere constantemente nuevos territorios: en 1803 se expande a Luisiana; en 1819 a Florida, duplicando su territorio en cuatro décadas, hacia 1821. Asimismo entre 1800 y 1819 siempre hubieron intentos de ocupación del territorio mexicano por parte de Estados Unidos.

42.-Lopez Gallo Manuel. La Economía y Política en la Historia de México. México. Editorial Fondo de Cultura Económica 1965 p. 60.

43.-Cocceña José Luis. México en la Orbita Imperial. México. Ediciones El Caballito. 1982 p. 12.

44.-Idem p. 14.

Ya desde antes de la Independencia, Estados Unidos enviaba emisarios. En 1823 la doctrina del presidente Monroe estableció claramente las inquietudes expansionistas al decir: "América para los americanos" (45).

Es por esta época cuando se fundan escuelas, a través de las cuales se posibilita la participación de la mujer en las actividades sociales y económicas. En 1833 se funda la Escuela Normal, así como la Escuela de Enfermería, con Gómez Farías.

Con la instalación de la industria textil, hacia 1834, a la mujer se le pagaba menos que al hombre. Así, poco a poco se iban instalando la máquina de vapor y nuevas industrias. Entre 1850 y 1862, la lucha de la mujer se acrecienta, como vemos en la huelga de zaraperos en Guadalajara, Jalisco, en la que pedían igualdad de salarios a los de los obreros de la capital. Hacia 1862, las obreras textiles fueron las primeras en lograr reducir la jornada laboral, así como en lograr la igualdad de salarios en relación al hombre.

45.-Ceceña José Luis. op. cit. p. 19.

Inglaterra daba préstamos al gobierno mexicano.

En 1825 presta 35 millones de pesos. Era el país europeo con el que se llevaba a cabo la mayor parte del comercio, ya que "el 61% de las importaciones de Europa, provenían de Inglaterra" (46).

Francia también tuvo intereses en México, y presionaba al gobierno mexicano, incluso con intervenciones armadas, como la de 1838, doce años después de la separación de Texas. En Francia el capitalismo se encontraba en plena expansión, "bajo el mando de la alta burguesía"; como los banqueros, los reyes de la bolsa, los magnates de los ferrocarriles, los propietarios de fábricas y parte de la gran propiedad territorial aliada a la burguesía (47).

Como vemos, durante la primera mitad del siglo XIX, los países capitalistas de Europa, se muestran interesados en expandir sus mercados a México, así como sus dominios. Son los principales prestamistas, ya que la deuda de Londres asciende en 1831 "a 26 millones de pesos" (48).

46.-Cecaña José Luis. op. cit. p. 37.

47.-Idem. p. 40.

48.-Idem. p. 38.

Por otra parte, las ambiciones territoriales de Estados Unidos se dejaban sentir constantemente, hasta llegar a la guerra, como la de 1848, durante la cual México pierde más de la mitad del territorio nacional.

Constantemente querían comprarle territorios al gobierno mexicano, desde Baja California Sur, Baja California Norte, así como Sonora. En 1853 compran Arizona y Nuevo México por siete millones de dólares.

La guerra civil de Estados Unidos de 1861 a 1865 fué lo que frenó las ambiciones expansionistas de los esclavistas del sur, ya que los sectores industriales del norte se oponían a que los sureños adquirieran mayor poder y ganaran la guerra.

Francia aprovecha la oportunidad, e interviene militarmente en 1864, instaurando a Maximiliano, un príncipe europeo apoyado por los sectores conservadores que se sentían desplazados por las reformas liberales de Juárez. Este príncipe también recibe el apoyo del Clero, al que le habían confiscado sus tierras, así como de los grandes comerciantes, sobre todo europeos.

En 1867 triunfa Juárez y expulsa a los franceses. Hereda una deuda de 80 millones de pesos, que había crecido, sobre todo durante la guerra con Francia y el período de Maximiliano.

A partir del gobierno de Porfirio Díaz, en 1872, se inicia una apertura al capital exterior. Coincide este período con el inicio de la fase monopolista del capitalismo, la concentración de la producción y los monopolios en Europa y en Estados Unidos. Cuando el capital de los bancos y de los industriales se entrelaza, se forma "el capital financiero" (49). Se reparten y definen los mercados los sectores monopolistas, en cada ramo de la producción, situación que se da ya en el década de los años ochentas del siglo XIX y a principios del siglo XX.

En esta época, las actividades de la mujer en la lucha por sus derechos y contra la clase dominante continuaba. Entre 1895 y 1917 se fundan gran cantidad de periódicos y revistas femeninas, donde se plantean sus problemas, así como los de la clase trabajadora contra la dictadura porfirista.

49.-Lenin V. Imperialismo Fase Superior del Capitalismo. Moscú. Editorial Progreso. p. 52.

El general Díaz permite la construcción de los ferrocarriles a las compañías extranjeras, "de acuerdo a los intereses del desarrollo de la industria de la fundición de Estados Unidos" (50).

Durante esta época se fundan gran cantidad de sociedades anónimas e instituciones de crédito, para el financiamiento de la industria, el agro, el comercio y la minería. Se forman grupos monopolistas que controlan la actividad económica del país.

De las 170 sociedades anónimas más importantes en el país entre 1900 y 1911, por el porcentaje de inversiones, vemos que los ferrocarriles tenían el 40.3%, los bancos el 17.0%, la minería el 17.0%, la industria el 6.6%, electricidad 6.6%, petróleo 5.9%, en el agro 4.2%, comercio 1.6% y otros 0.5%. Vemos que los ferrocarriles, la minería y los bancos tienen los porcentajes más altos. Y de estas 170 empresas más importantes del país, el capital extranjero "controlaba el 76%" (51).

50.-Lopez Gallo. op. cit. p. 278.

51.-Ceceña José Luis. op. cit. p. 54.

En el caso de las actividades agrarias, la mayor parte del país se encontraba constituido por las grandes haciendas, que se regían por el sistema de trabajo endeudado o esclavitud encubierta, situación que no cambia sino hasta la revolución mexicana de principios de siglo.

En cuanto a la inversión extranjera por actividad, en esta época de principios de siglo, bajo el general Díaz, en la minería Estados Unidos posee el 82% del capital, Inglaterra el 14.5% y Francia el 2%. En el petróleo Inglaterra posee el 68% y Estados Unidos el 39.2%. En los bancos, Estados Unidos participa con el 18%, Francia con el 45%, Inglaterra con el 11.4% y Alemania con el 1.3%. Francia era el que mayor porcentaje tenía en este renglón. Aunque los datos no son exactos por la falta de información y carencia del control, lo más probable es que el capital de Estados Unidos "tenga una mayor participación" (52).

En la electricidad, Estados Unidos e Inglaterra poseen el 79.1% del capital. En la industria, Francia participa con el 53.2%, Estados Unidos con el 15.3%, Inglaterra con el 12.8% y Alemania con el 4%.

En los ferrocarriles, Inglaterra participaba con el 18.4%, Estados Unidos con el 9% y el gobierno con el 61.8%, aunque su participación es parte de la deuda.

En la agricultura, Estados Unidos participa con el 66.7%, Inglaterra con el 28.9% y Francia con el 0.3%. En la agricultura se dedican a exportar caucho, guayula, madera, café, cacao, algodón y vainilla. La mayor parte del capital agrario se encuentra en el norte del país en esta época. Por ejemplo Inglaterra invierte en Baja California, Chihuahua, Sonora, Veracruz y Chiapas.

Al terminar el gobierno del general Díaz, Inglaterra participaba con el 24% del total de las empresas más importantes, es decir las 170 consideradas, Francia con el 13%, el estado con el 14%, y el sector privado con el 9%. El capital mexicano también participa en otras empresas con el 23%. Estados Unidos participa con un 40%. Así, "el capital extranjero controla el 77% del total de las 170 sociedades anónimas más importantes" (53).

Además, durante el gobierno de Díaz, la deuda exterior asciende a 250 millones de pesos. Es en esta época cuando el capital extranjero estaba ligado a los grandes

53.-Cocaña José Luis. op. cit. p. 62.

latifundios y a los funcionarios públicos.

En cuanto a las inversiones extranjeras en la deuda pública de México, vemos que Francia posee el 65.8%, Inglaterra el 16.5%, Estados Unidos el 11.6%, Holanda el 5.4% y Alemania el 0.4%.

Al estallar la revolución, Estados Unidos trata de imponer a Victoriano Huerta, contra Madero. Amenaza y toma Veracruz en 1914, año en que suben los constitucionalistas con Carranza. Al estallar la primera guerra mundial, Estados Unidos se va de Veracruz.

La lucha de la mujer por sus derechos continúa y en 1915 se lleva a cabo el Primer Congreso Femenino, año en que se le otorga la protección laboral respecto al trabajo de los domingos, al no permitirlo.

Es sobre todo a partir de esta época, en que a la mujer mexicana le empiezan a reconocer ciertos derechos, en materia de salarios, protección hacia el trabajo nocturno. Ya en 1928, la mujer puede ser testigo, fiadora, y no pierde la patria potestad de sus hijos, al contraer segundas nupcias.

La revolución mexicana toma un carácter nacionalista, como vemos en la Constitución de 1917, a través del artículo 27 en cuanto "a la defensa del suelo nacional" (54), a lo que constantemente se oponen los monopolios de Estados Unidos, y sus inversionistas en México, ligados estrechamente al gobierno de su país.

Durante el gobierno de Obregón de 1920 a 1924, es presionado y tiene que reconocer la enorme deuda que dejó Huerta, de 1,451 millones de pesos. Al final Obregón acepta la no retroactividad del artículo 27, que demandaba Estados Unidos, con lo cual, este país protege sus inversiones en México. Asimismo, Obregón acepta el pago en efectivo de las expropiaciones al momento de hacerlas.

Estados Unidos frena así, la reforma agraria de la revolución y la política de expropiaciones, sobre el suelo y subsuelo. A cambio de esto, "reconoce al gobierno de Obregón" (55).

En 1917 se forma el Comité de Banqueros de los inversionistas en México, donde Estados Unidos tiene pre-

54.-Cecceña José Luis. op. cit. p. 111.

55.-Idem p. 114.

ponderancia. Este comité presiona por más de dos décadas a México, en función de los intereses de los grandes monopolios.

Al subir Calles en 1924, trata de seguir la política nacionalista de la revolución, sin embargo, el enterarse de los planes de invasión de Estados Unidos, por medio de esfuerzos diplomáticos evita que se consuman.

Es a partir de esta época, en los años veintes, cuando se inicia el desarrollo de los medios masivos de comunicación, como el cine y la radio. Se dan así, las posibilidades para difundir a gran escala, la cultura de consumo. Es esta época en Europa ya existían cadenas de radio.

En un principio el gobierno controla las emisiones de radio, a través de la Comisión Federal de Radio, que existe entre 1927 y 1934. Posteriormente se llamó la Comisión Federal de Comunicaciones. Aunque también existían estaciones privadas de radio.

La utilización del cine y su exportación, amplía

la difusión de las costumbres capitalistas, ya que al caer estos medios en manos del monopolio comercial, aumentan las posibilidades de difusión de la cultura de consumo. Así vemos que después de la primera guerra mundial, "Estados Unidos ocupa el 80% del tiempo de las pantallas del mundo" (56).

En 1929, Estados Unidos alcanza el mayor porcentaje de participación en la deuda externa, con el 28%, cerca está Francia con 27.8%, luego Inglaterra con 20.7%, Holanda con 5.5%, España con 5.0%, Alemania con 4.9%, Bélgica con 4.1% y Suiza con 3.1%.

A raíz de la crisis capitalista de 1929 y el descontento popular, Estados Unidos modera sus presiones, aunque su expansión en el exterior durante la década de los veinte, es considerable, sobre todo en la industria. En 1925 se instalan en México las compañías automotrices Ford Motor Company, la Chrysler y la General Motors en la parte de ensamble de los productos, compañías que actualmente son monopolios gigantes en el ramo.

En la inversión extranjera antes de la preguerra,

56.-Read H. William. Mercaderes de la Comunicación. México. Editores Asociados de México. 1979. p. 61.

Estados Unidos participa en forma considerable, en comparación con los países europeos. Por ejemplo este país participa en el ramo del hierro y el acero, así como en la industria química, en los productos farmacéuticos también, junto con Alemania. En el cemento está Inglaterra, en el papel Francia y Alemania. En el ramo textil se encuentran Francia y España:

En las comunicaciones por cable, y las telecomunicaciones, está sobre todo Estados Unidos y Suecia en parte.

El transporte marítimo es extranjero. Las empresas de llantas son de Estados Unidos; aunque en un principio estaba España, pronto estas empresas las absorbe Estados Unidos.

En el transporte aéreo está Estados Unidos con Pan American Airways, monopolio que controla a Mexicana de Aviación y que en 1940 amplía su control a AeroMéxico.

En los ferrocarriles es donde el gobierno de México participa con 51%, aunque de esta participación, la mayor parte pertenece a la deuda extranjera.

Los bancos de depósito son 3 los más importantes, El Banco de Londres y México, fundado en 1864, como filial

del Bank of London and South America. El Banco Nacional de México, de capital francés, inicia sus operaciones en 1854. Posteriormente se establece el First National City Bank, cuya matriz está en Estados Unidos. También se han ido instalando bancos con fuerte capital extranjero, que representen a empresas industriales, como el "Banco Internacional, con participación de la Goodrich Euzkadi" (57).

Es por esta época, en que la mujer logra reconocimientos a algunos de sus derechos. En 1931 se le reconoce el derecho a la educación en igualdad con el hombre, así como el derecho a la igualdad en las relaciones familiares. Se le reconoce el derecho a las vacaciones, se le da protección laboral durante el embarazo, así como la libertad para hacer contratos.

Durante la época del presidente Cárdenas, se permite a las mujeres, organizadas en el Frente Pro-Derechos de la Mujer, participar en la discusión de sus problemas, en las páginas de los periódicos. Aunque nada más fue durante este período de 1934 a 1940, ya que posteriormente, el

57.-Cecilia José Luis. op. cit. p. 122.

periodismo lo ejercieron mayoritariamente los hombres.

Durante el régimen de Lázaro Cárdenas, se lleva a cabo una política nacionalista, aprovechando que Estados Unidos se involucra en la segunda guerra mundial. Así en 1941 se nacionaliza el petróleo, ya que anteriormente el 95% lo controlaban empresas extranjeras, mismas que "entre 1910 y 1920 habían aumentado la producción en un 4,300% (58).

La política nacionalista de Cárdenas continúa y en 1937 nacionaliza los ferrocarriles. También expropia latifundios propiedad de extranjeros, "sobre todo en el norte del país" (59).

Es por estos tiempos, en que se inician las transmisiones de radio al servicio del gobierno, como los informes presidenciales.

En 1946 el gobierno entrega las concesiones de radio a la iniciativa privada, aunque es hasta 1955, con Ruiz Cortínez, en que por decreto, se permiten los anuncios co-

58.-Sepúlveda Bernardo y Chumacero Antonio. La Inversión Extranjera en México. México. Editorial Fondo de Cultura Económica. 1983 p. 49.

59.-Cecceña José Luis. op. cit. p. 135.

merciales de radio. Es así como a partir de esta fecha, se inicia la difusión masiva de la cultura de consumo capitalista en los medios modernos de comunicación en México.

Con el desarrollo de la televisión y la gran difusión que experimenta, sobre todo a partir de las dos décadas que siguen a la segunda guerra, aporta un gran avance a los medios de difusión. Ahora, la información y los mensajes llegan directamente a los hogares, volviéndose la familia, receptora de la cultura de consumo capitalista, que difunden los medios de comunicación comerciales.

En 1950 se inaugura oficialmente la televisión en México. Ya en 1958 funcionaban tres cadenas comerciales, así como el canal once del Instituto Politécnico Nacional. En 1968 las cadenas comerciales se fusionan en la compañía Televisa, misma que existe en la actualidad.

En 1972, el gobierno adquiere el canal 13. Asimismo se reserva el uso del 12.5% del tiempo de las estaciones comerciales.

Ya en la década de los setentas, la televisión está ampliamente difundida en el mundo *.

Al terminar la segunda guerra mundial, quedan Estados Unidos y la Unión Soviética como grandes potencias.

Se inicia una era de grandes préstamos de Estados Unidos, así como una mayor penetración de los monopolios, creciendo la inversión extranjera directa, de 419 millones de dólares en 1940, a 2,517 millones de dólares en 1968, o sea que creció en un 601% durante este período.

Vamos también que el porcentaje de los países extranjeros en la IED**, cambió entre 1940 y 1955: Estados Unidos pasa de 64% a 71%; en cambio Inglaterra, Francia, y Suecia pasan de 15% a 11% del total de la IED.

El porcentaje de la inversión extranjera en el agro, siempre ha sido muy bajo, y "de 1939 a 1960 no ha subido del 2% de la inversión extranjera total" (60)

* Según datos de la UNESCO, en 1961 existían en México 600,000 receptores.

** IED quiere decir: Inversión Extranjera Directa.
60.-Caceña José Luis. op.cit. p. 135.

En cuanto a los sectores donde se localiza la IED, vemos que a partir de la política gubernamental de nacionalizaciones, iniciada en los años treinta, con la mayor participación del gobierno en los servicios, la IED se desplaza ahora hacia la industria y el comercio. Así en 1939, la industria de la transformación representa el 6% del total de la IED y el comercio un 3%. En cambio, "en 1969 pasa a 60% en la industria de la transformación del total de la IED y el comercio pasa al 18%". (61).

A partir de los años cuarentas, se inicia una gran corriente de créditos, que fué creciendo. Entre 1955 y 1965, el capital extranjero participa con un 24.6% de la inversión total del país, correspondiendo "un 16.9 a créditos exteriores y un 7.7% a IED" (62).

También el gobierno, como resultado de las nacionalizaciones, se ha ido volviendo un gran inversionista. En 1960 compra compañías eléctricas. De las 500 empresas mayores de 1940 a 1970, el gobierno participa con el 50%; en 174 de estas empresas participa la IED, o sea con un

61.-Cacaña José Luis. op. cit. p. 129.

62.-Idem p. 148.

22% y el sector privado tiene un 28%, del cual controla la IED el 15.4% y en un 5% participa, "aunque debido a la falta de información", estos porcentajes podrían variar" (63).

El capital extranjero es dominante, sobre todo en los productos de hule, computadoras, equipo de oficina, productos de tocador y del hogar, cobre, aluminio, donde participa con un 82% a 87%. En el tabaco, cigarrillos y productos farmacéuticos, la IED participa hasta en 90%.

En maquinaria y equipo, gran comercio, minería y metalurgia, la proporción del capital extranjero va del 53% al 63%. En la industria automotriz y auxiliar el 50% del capital es extranjero. Del 36% al 38% está en la industria alimenticia, productos químicos industriales, cemento, materiales de construcción, aparatos y equipos eléctricos y hoteles y restaurantes.

Después de la industria de la transformación, en el comercio es donde más se encuentra el capital extranjero, "ocupando un 53% del total de las 18 empresas considera-

63.-Cecaña José Luis. op. cit. p. 148.

das" (64), y un 20% del total de las 500 empresas mayores.

la IED también se encuentra en los servicios tecnológicos, profesionales y financieros, así como en la publicidad.

Estados Unidos se ha vuelto el principal inversionista en el país, pasando del 64% de la IED en 1940, a 71% en 1955, siguiéndole Canadá con 21% en 1940 y 15% en 1968. Francia, Inglaterra y Suecia (que en conjunto tenían en 1940 el 15%), pasan al 11% en 1955. Así vemos que mientras Estados Unidos aumenta su porcentaje de participación como inversionista, Europa lo disminuye de 1940 a 1955.

En 1961 se inicia el endeudamiento con el BID (Banco Interamericano de Desarrollo), institución crediticia formada por socios, de la cual lo es México. Sin embargo, los préstamos son aprobados por mayoría, y el socio principal es Estados Unidos, con una participación cercana al 60%. Así, entonces los préstamos son condicionados, y benefician directamente a los empresarios de Estados Unidos. Por ejemplo, conceden préstamos sólo si se gastan en la

compra de productos de Estados Unidos, condición de la que se aprovechan, aumentándoles el precio de sus productos arriba de lo normal.

Así, los préstamos que hacen estas instituciones de crédito, (como el Banco Mundial, donde Estados Unidos es socio con el 40%, o el BID mencionado, o las agencias directas del gobierno de Estados Unidos como la AID o Agencia Internacional de Desarrollo, o el Eximbank, algunas de las cuales México es socia, como el BID), considerando que son instituciones dirigidas por funcionarios representantes de las empresas más importantes de Estados Unidos, o del gobierno, o de ambos, están finalmente al servicio de los intereses de las empresas transnacionales.

Sin embargo, la lucha de la mujer por sus derechos continúa. Así, en 1967 conquista los derechos políticos en la ONU (Organización de las Naciones Unidas), y se hace la Declaración de Eliminación de la Discriminación de la Mujer, para que salga de la subordinación, y supere los prejuicios, leyes y costumbres que limitan su desarrollo.

En cuanto a la utilización del dinero prestado al

gobierno mexicano hasta 1969, un 77.5% se usó en infraestructura, un 13.5% en la industria y un 9.0% en otras actividades, lo que beneficia al capital trasnacional, al poseer mayor infraestructura.

La dependencia con Estados Unidos también la vemos en el comercio, del cual el 60% en 1969 era con ese país.

En 1970, de las 1915 empresas extranjeras en México, 1481 son de Estados Unidos, o sea más de las tres cuartas partes, lo que implica el gran dominio del vecino del norte. Y de estas compañías, solamente "el 14% de las subsidiarias tiene menos del 50% de participación de la matriz y el 68.6% tiene una participación de 100%", con lo que vemos el gran dominio de la matriz sobre las subsidiarias (65).

Además, las compañías extranjeras raramente traen nuevos capitales, sólo reinvierten parte de sus ganancias, y el resto lo sacan del país, que generalmente "es la mayor parte" (66).

65.-Sepúlveda Bernardino y Chumacero Antonio. op. cit. p. 87.

66.-Cocceña José Luis. op. cit. p. 223.

En la década de los sesentas, se inicia la utilización de los satélites, invento que viene a aumentar las posibilidades de difusión de la televisión, ya que ahora se pueden transmitir eventos en vivo, de un extremo a otro del mundo. Se despierta mayor interés en la población, por los espectáculos que transmite. Así, las posibilidades de difusión de la cultura de consumo, aumentan a medida que el desarrollo tecnológico lo va permitiendo.

Donde también podemos ver un gran dominio del capital extranjero sobre el país, es en el gran endeudamiento de los últimos años, especialmente de 1970 a la fecha. Como vemos, de 1940 a 1969, la deuda externa pasó de 260 millones de dólares, a 2,832 millones de dólares, multiplicándose 10 veces prácticamente, y aumentando un 939% en 29 años. En cambio, de 1969 a la fecha, observamos que la deuda pasa de 2,832 millones de dólares, a aproximadamente 80,000 millones de dólares, lo que significa que se ha multiplicado prácticamente 28 veces, y aumentado cerca de 2,755% en 15 años solamente, cayendo el país en un gran

endeudamiento a los bancos internacionales, así como en una mayor dependencia a las presiones que estos bancos ejercen sobre el país.

A pesar de la nacionalización de la banca, con el presidente López Portillo y los esfuerzos del régimen actual de Miguel De la Madrid contra la corrupción, la dependencia hacia los países capitalistas continúa, y se manifiesta en las repercusiones de la recesión capitalista de Estados Unidos y sus efectos, en la crisis por la que actualmente atraviesa el país.

Debido a que el Banco de México "deja de publicar datos" sobre las inversiones extranjeras en 1955 (67), por los porcentajes hasta ahora obtenidos, vemos una tendencia creciente de la penetración de las compañías transnacionales en el país, lo que también sucede en el nivel mundial, como consecuencia de la competencia y el proceso de monopolización que llevan a cabo las empresas transnacionales y los principales bancos, cuyas matrices de la inmensa mayoría están en Estados Unidos.

A pesar del creciente dominio económico transnacional, la lucha de la mujer continúa, y en 1975, con motivo del Año Internacional de la Mujer, se establece la igualdad jurídica. En la actualidad vemos que se le ha ido dando una mayor importancia a los problemas sociales de la mujer dentro de la vida política del país.

La difusión de la cultura de consumo capitalista, a través de los medios de difusión ha continuado. El proceso de monopolización del capital transnacional, ha llegado a todos los ramos de la producción, desde la industria bélica, hasta los medios de difusión e información, así como a las empresas publicitarias, "controladas prácticamente todas" por el capital extranjero transnacional (68). Así, ofrecen al espectador informaciones que mantengan una opinión pública acorde a los intereses dominantes.

De esta forma, la imagen que la cultura de consumo capitalista presenta de la mujer mexicana, así como la forma de vida y de consumo que se difunden en los medios de comunicación, está en función de los intereses dominantes,

68.-Cacoña José Luis. op. cit. p. 194.

en mantener y perpetuar su situación de dominio económico
transnacional.

C A P I T U L O 3

LA CULTURA DE CONSUMO CAPITALISTA

3 : 1 LA EXPANSION MUNDIAL DE LA CULTURA
DE CONSUMO.

El concepto de cultura varía, según el punto de vista del que se toma: así vemos, que algunos toman la cultura como aquello que está en función de las obras artísticas de la sociedad, la música, la pintura, etc.

La cultura en su definición, es el resultado de cultivar la inteligencia, es decir, la facultad de entender, o sea el conocimiento.

Desde el punto de vista sociológico, "la cultura es el nombre común para designar todos los tipos de conducta socialmente adquiridos, y que se transmiten con igual carácter, por medio de símbolos". Es decir, que la "cultura comprende todo lo que es aprendido entre los hombres, abarcando el lenguaje, las costumbres, las tradiciones y las instituciones". (69).

69.-Diccionario de Sociología. México. Editorial Fondo de Cultura Económica. 1975.

La necesidad de sobrevivir, el aumento demográfico, el acaparamiento de la tierra y la acumulación de riquezas, han influido en el desarrollo histórico social, y en la conformación de las diferentes culturas.

En la sociedad capitalista, con la apropiación de los medios de producción y la propiedad privada, "la cultura es de clase" (70).

La cultura de consumo, aparece cuando la plata y el oro, se convierten en mercancías cambiables por las demás, en la forma llamada dinero. Así, al aumentar las actividades comerciales, y consecuentemente la competencia, los mercados son acaparados, por quienes sustentan el poder económico.

Con el desarrollo del capitalismo a la era industrial, aumenta la capacidad de producción, y el poder económico de la clase dominante.

Al pasar el capitalismo a la etapa imperialista a finales del siglo pasado y principios del presente, las nuevas actividades que surgen con el desarrollo tecnológi-

70.-Leontiev A.N. El Hombre y la Cultura. México. Editorial Grijalbo. 1969. p. 35.

co, "caen en manos del monopolio" (71).

Así, el desarrollo de los medios de comunicación permiten difundir la cultura, en este caso, la cultura de consumo. Al consumir la población los artículos promocionados, se realiza el ciclo productivo de la industria capitalista, vendiendo sus productos y obteniendo las ganancias.

La expansión capitalista, trae "la expansión cultural", en el nivel mundial (72). Para ganar el mercado, se utiliza la publicidad a través de los medios masivos, que "se convierten en un negocio" (73), que desde un principio es "monopolizado por las compañías comerciales" (74).

Los avances tecnológicos de los medios de comunicación, se someten al dominio comercial. "La televisión desplaza al cine" (75) después de la segunda guerra mundial, e inmediatamente "es dominada por el comercio" (76).

71.-Read H. William. op. cit. p. 61.

72.-Idem p. 26.

73.-Mattelart Armand, Piccini Mabel y Mattelart Michelo. Los Medios de Comunicación de Masas. Caracas. Editorial Cid. 1977. páginas 54-57.

74.-Read H. William. op.cit. p. 61.

75.-Idem p. 76.

76.-Idem p. 93.

En la actualidad, en los países capitalistas, los medios de difusión "pertenecen a los monopolios transnacionales", mismos que son dueños y controlan gran variedad de compañías de diversas ramas industriales, como las compañías aéreas, hoteles e industria bélica (77).

3 : 2 LA CULTURA DE CONSUMO EN LA SOCIEDAD MEXICANA.

La cultura de consumo en la sociedad mexicana, es muy importante, pues difunde informaciones sobre la realidad, a través de los mas avanzado sistemas de comunicación que existen en la actualidad. Por lo cual, gran parte de la población es informada a cada instante, sobre lo que acaba de sucedo al otro lado del mundo.

En México, los gastos publicitarios"son mayoritaria-mente extrnajeros" (78).

Por medio de la publicidad, y a través de los

77.-Matbelart Armand.La Cultura Como Empresa Multinacional México.Editorial Era 1974 p. 134.

78.-De Dios Dolia Selene.La Mujer para la Publicidad y Para la Propaganda.Primer Congreso Nacional.El Costo de la Coyuntura Económica Mexicana.Colegio Nacional de Sociólogos.Mexico 1970 p. 340.

anuncios, se difunde la opinión pública, "la ideología dominante", fomentándose el consumo (79).

Al buscar atraer mayor demanda, la publicidad se ha vuelto sugestiva. Abandona su espacio natural (folletos, anuncios comerciales) y convierte a los consumidores en "persuasores gratuitos". Esto lo logra por ejemplo, al difundir una marca en playeras o pantalones, que por llamar la atención se consume (80).

La cultura de consumo se introduce bajo la bandera del modernismo, utilizando la "manipulación de imágenes ideológicas" (81), así por ejemplo vemos: "el hombre del siglo XX", el "gran consumista"; slogans que indican toda una manera de vivir, y que se fundamentan en el consumo, moldeándose socialmente y que se difunden por medio de la comunicación social.

Es así como en la actualidad, existen medios para difundir información a un nivel masivo, adquiriéndose ésta

79.-De Dios Dolia Selene. op. cit. p. 311.

80.-Idem p. 347.

81.-Reed H. William. op. cit. p. 32.

mayor importancia, en cuanto es mayor la población a la que llega.

Es por eso que en el presente capítulo, se toma en cuenta la forma como es presentada la mujer en la cultura de consumo, dentro de la sociedad mexicana, en relación a las características difundidas en la televisión comercial, que avanza paralelamente al desarrollo tecnológico.

En México, en las ciudades hay mayor consumo que en el campo: en 1966, el Distrito Federal constituye el 25.34% de la población urbana de las 55 ciudades más importantes del país, (el 14% del total) y consume, un promedio de "35.24% de los bienes duraderos y de los bienes de consumo inmediato" (82).

Asimismo, los medios masivos de difusión, son muy importantes, ya que entre los países productores de historietas por ejemplo, "México ocupa el segundo lugar, después de Estados Unidos" (83).

82.-Sanchez Osornio Silvia. Análisis Sociológico de la Participación de la Mujer Como Objeto y Sujeto en la Sociedad de Consumo. México. UNAM 1981 p. 29.

83.-De Dios Dalila Selena. op. cit. p. 191.

La situación de la mujer mexicana en la sociedad de consumo actual, es muy importante, pues "compra el 75% de los bienes de consumo" (84).

A través de los medios masivos de comunicación, la publicidad fomenta el consumo, y "difunde la ideología de la clase dominante" (85). Y debido a la situación de la mujer (que generalmente ocupa su lugar y su función principal en el hogar atendiendo a los hijos), es utilizada como "modelo de consumo", sobre todo en la publicidad en la televisión (86). También representa una imagen que la pone "en situación de inferioridad hacia el hombre en relación al empleo, a su situación en el trabajo, al nivel económico" etc (87), en los programas que se difunden a la población.

En el estudio sobre la televisión comercial en México (de la compañera Sanchez Osornio), se demuestra su importancia como medio de difusión, ya que diariamente

84.-Sanchez Osornio Silvia. op. cit. p. 100.

85.-De Dios Delia Selene. op. cit. p. 196.

86.-Sanchez Osornio Silvia. op. cit. p. 168.

87.-De Dios Delia Selene. Sexismo y Distorsión de la Realidad. Análisis de Contenido de 20 Programas de Televisión Mimeo grafado.

transmite 800 horas cada día aproximadamente, a 4 millones 900 mil telehogares, equivalentes a casi 26 millones de personas (88). En la investigación mencionada, sobre la televisión comercial en 1980, vemos la forma como es presentada la mujer mexicana en la cultura de consumo en la televisión comercial: así aparece dedicada a las actividades del hogar la mayor parte de las veces, ya que en 8 horas de investigación, de un total de 286 comerciales, "180 veces es presentada como ama de casa" (89).

Además podemos ver en el cuadro A, sobre el número de veces en que aparece la mujer en los comerciales, que es utilizada en gran parte para anunciar los productos, como podemos ver en la segunda columna, donde aparece un total de 178, de los 286 comerciales vistos.

En la tercera columna, vemos que la mayor parte de los productos anunciados, son susceptibles de ser consumidos, directa o indirectamente, por la mujer: de 177, ella consume un total de 168. También vemos que en algunos productos anunciados, aunque no lo son necesarios, ella aparece 34 veces.

88.-Sanchez Osornio Silvia. op. cit. p. 75.

89.-Idem p. 168.

CUADRO A

NUMERO DE VECES QUE APARECE LA MUJER EN LOS COMERCIALES

Canal de Televisión	Número de Comerciales	No. de artículos publicitados don- de se emplea a la mujer.	Artículos que puede con- sumir la mujer directa o indirectamente		Productos sus- ceptibles de ser consumi- dos por la mu- jer y que le- son necesari- os	Artículo pu- blicitado don- de se emplea a la mujer y es considera- do superflúo
			Si consume	No consume		
5	71	54	47	7	7	41
4	71	32	30	2	9	21
8	71	45	45	-	8	39
2	73	47	46	-	10	35
TOTAL	286	178	168	9	34	136

Fuente: Sánchez Osornio Silvia.- Análisis Sociológico de la Participación de la Mujer como Objeto y Sujeto en la Sociedad de Consumo. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. U.N.A.M. 1981.

Finalmente en la quinta columna, correspondiente a los artículos considerados superfluos*, la mujer aparece 136 veces del total de 286 comerciales, lo cual nos indica, que la mujer también es utilizada de manera significativa, en la difusión de la cultura de consumo.

Asimismo, en la forma como es presentada la mujer, observamos que la mayor parte de las veces aparece dedicada a las actividades del hogar, presente en la casa. En el cuadro B, sobre la forma en que aparece la mujer en los comerciales, en el indicador n. 1, aparece 235 veces en la casa, enjoyada y seccionada.

El segundo lugar lo ocupa el indicador n. 2, donde aparece directamente dedicada a las actividades del hogar, como ama de casa en sus diferentes funciones, (sale 180 veces).

En los siguientes indicadores, vemos por ejemplo en el indicador n. 3, (sale 129 veces) que aparece arreglada y atractiva.

* Se consideran como productos superfluos aquellos cuyo empleo no es indispensable para satisfacer alguna necesidad, y sin los cuales puede generarse un desarrollo natural de la vida, considerando que su empleo puede incluso, ser atentatorio de la vida y salud del individuo.

CUADRO B

LA FORMA EN QUE APARECE LA MUJER EN LOS COMERCIALES

Número de Indicador	Nombre Genérico del Indicador o Modelo	No. Glo - bal de ve - ces
1	Mujer seccionada, enjoyada o apare - ciendo en un lugar significativo de la casa.	235
2	Mujer en sí, joven, ama de casa, hi - ja, niña, madre.	180
3	Mujer maquillada, atractiva, arregla - da.	129
4	Mujer fresca, descansada, lozana, -- despreocupada, tranquila.	122
5	Mujer feliz, sonriente, alegre, di - virtiéndose, divertida.	115
6	Mujer moderna, fumando, con aire -- aristocrático.	96
7	Mujer bella, bonita, guapa, coqueta.	78
8	Mujer vestida elegantemente, ropas - ceñidas, llamativas en color y tipo, resaltando alguna parte del cuerpo en especial.	78
9	Mujer acompañando al hombre, recibien - do consejos de él, dejándose conducir, tratando de agradarle, satisfacerle - alguna necesidad.	73
10	Mujer cuidadosa de su persona, familia, de su casa, laboriosa.	66
11	Mujer amorosa, enamorada, haciendo re - ferencia a su persona y el amor, ro - mántica, expresiva, atrevida.	49
12	Mujer cooperando con otras, prestándo ayuda, compartiendo consejos, secre - tos.	47
13	Mujer constante, decidida, deportista.	45
14	Mujer inteligente, conocedora, estu - diosa.	41

Número de Indicador	Nombre Genérico del Indicador o Modelo	No. Global de veces
15	Mujer en actitud o disposición de tomar alguna bebida alcohólica.	38
16	Mujer rubia.	37
17	Mujer fuerte, con energía, bravura.	24
18	Mujer sin complicaciones en general.	23
19	Mujer actriz, locutora, enfermera manejando automóvil.	23
20	Mujer experta en cocina.	15
21	Mujer con voz extranjera, de origen extranjero, modulando la voz, para -- darle ese tono.	14
22	Mujer limpia o en relación a la ..	13
23	Mujer descuidada en su arreglo, con rizados en el pelo.	7
24	Mujer en relación con matrimonio.	3
25	Mujer preocupada.	3
26	Mujer complicada, cambiante, caprichosa.	2

Fuente: Sánchez Osornio Silvia.- Análisis Sociológico de la Participación de la Mujer como Objeto y Sujeto en la Sociedad de Consumo. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. U.N.A.M. 1981.

En cuanto a su comportamiento, vemos que aparece tranquila y despreocupada en el indicador n. 4 (sale 122 veces). Feliz y alegre, divertida en el indicador n. 5 que sale 115 veces.

Las relaciones sociales que establece son familiares, ya que como vimos en los indicadores 1 y 2, aparece en la casa, y como ama de casa, y por el indicador n.9 (sale 73 veces) también se dedica a atender al marido.

Por el lugar en que se le ubica dentro de la sociedad, por el indicador 2 mencionado, vemos que también aparece como madre, encargada así en gran parte de la reproducción familiar.

En cuanto a los aspectos de independencia de la mujer, y a actividades fuera del hogar, el número de veces en que aparece de esta forma, disminuye drásticamente. Por ejemplo, cuando aparece como una mujer dedicada, deportista y constante, en el indicador n. 13, sólo vemos que sale 45 veces. O cuando sale como una mujer estudiosa, inteligente y conocedora, sólo aparece 41 veces como observamos en el indicador n. 14.

Y así sucesivamente, continúa disminuyendo la frecuencia en que aparece de otra forma a la de ama de casa, como vemos en el indicador n. 17, donde sale como una mujer fuerte, con energía y bravura, que sólo aparece 24 veces. O en el indicador n. 18, donde se clasifica sin complicaciones en general, aparece sólomente 23 veces, de un total de 286 comerciales vistos.

Se observa por lo tanto, que la cultura de consumo capitalista, presenta a la mujer, como un ser consumista, mostrando al consumo como algo muy importante, es decir, el consumo de los productos en sí mismo, aunque en realidad estos sean superfluos, no necesarios ni de utilidad, sino simplemente se presentan como un producto importante, como forma de convencer al público consumidor.

La mujer es presentada como un ser consumista, dedicada al hogar, en cuanto participa en gran parte en la compra de los artículos de consumo, como hemos visto.

Opuestamente, la mujer que toma la iniciativa y las decisiones, es presentada como "marimacho" o "malvada" localizándose como "dependiente, sirviente, sumisa y abnegada" (90), es decir, como un ser que en relación a ini-

ciativas y decisiones, está en segundo plano, en inferioridad.

Así, esta cultura difundió una distorsión de la realidad social, pues la mujer, si es capaz de tomar iniciativas y decisiones, cuando interviene en la sociedad, en la vida social, como se ha visto a través de la lucha de la mujer por el reconocimiento a sus derechos, en la historia de la sociedad mexicana.

C A P I T U L O 4

DESARROLLO DE LA PERSONALIDAD, COMUNICACION Y FAMILIA.

Históricamente han surgido diversas corrientes para definir a la personalidad. A lo largo del desarrollo histórico de las sociedades, han surgido maneras de pensar en relación con las formas de organización de las mismas.

Las concepciones de lo que es el mundo y el hombre son diversas, así los idealistas con Platón y Hegel, le dan más importancia a la imaginación y el espíritu.

Los materialistas, como Aristóteles o Carlos Marx, parten de la materia y la superestructura como lo que existe.

Asimismo, las teorías de la personalidad han variado, según el concepto que se tenga del ser humano, y de la sociedad, de la que éste forma parte. Por ejemplo el conductismo de Skinner, se basa en la teoría del estímulo-respuesta del organismo. Trabaja básicamente el cuerpo y las reacciones de éste ante el medio físico,

basando su teoría en los antededentes pavlovianos.

Otros psicólogos como C.G. Jung, se basan en modelos de comportamientos, determinados por los símbolos como la maternidad, el bien, la guerra, etc, y el valor que tienen estos símbolos en el pensamiento, haciéndonos actuar de determinada forma.

La personalidad es una totalidad conformada por el conjunto de las partes que la constituyen: la parte corporal, la parte intelectual, la parte afectiva, y la relación que guardan entre sí.

Está dada por la concepción del mundo, y de sí mismo que tenga la persona, así como por la propia experiencia.

"Las ideas dominan la inteligencia y conquistan la mentalidad" (91). Si las personas actúan como piensan, la razón interviene o perturba los instintos, ya sea porque al tener una idea distorsionada de nuestro ser, no aceptamos la existencia de determinado instinto, negándolo y razonándolo erróneamente.

91.-Schaff Adam. Marxismo e Individuo Humano. México. Editorial Grijalbo 1967. p. 138.

Por eso la cultura, al ser conocimiento, y la manifestación real de él, se relaciona con la razón. De allí la importancia de la cultura en el desarrollo de la personalidad.

El carácter también es muy importante en la personalidad, porque es la peculiaridad de una persona; por ejemplo emotiva, tranquila, inquieta, etc. En cuanto los instintos influyen en el carácter, se forma una relación entre cultura, razón, instintos, que determinan un "carácter a la personalidad" (92).

La ideología también juega un papel importante en la personalidad, en cuanto "es un conjunto de ideas, creencias y modos de pensar, característicos de un grupo, nación, clase, casta, profesión u ocupación, secta religiosa, partido político," etc. (93), ideas que se poseen y que muchas veces, influyen en nuestra actuación, y forma de ser, cuando se llegan a considerar importantes de llevar a la práctica, actuando en función de ellas.

92.-Fromm Erich.El Miedo a la Libertad.Buenos Aires.Editorial Paidós 1974. p. 314.
93.-Diccionario de Sociología.Editorial Fondo de Cultura Económica.México 1975.

Así, según sea la idea o forma de concebir a la mujer, es el trato que se tiene hacia ella. Si se conciben por ejemplo, sus funciones como las del hogar solamente, no permitiéndole otras, se limita su desarrollo social, al trabajo doméstico, prohibiéndole su participación en la vida pública. O si la mujer y el hombre trabajan fuera del hogar, y al regresar, todo el trabajo doméstico se le destina a la mujer, se distribuye en forma desigual este trabajo, destinándolo solamente a la mujer, ya sea por ejemplo por conveniencia y comodidad del marido, o simplemente por ser "mal visto".

4 : 2 COMUNICACION Y FAMILIA.

Así mismo a través de la relación social se influye en el desarrollo de la personalidad, por medio de la comunicación con la sociedad y su cultura.

A través de la comunicación se dan y se reciben informaciones. Es una de las actividades esenciales y

que caracterizan al ser humano; es un medio a través del cual se relacionan los hombres, es una necesidad del ser social del hombre.

Comunicar es intercambiar una relación entre personas; es la "transmisión de información que se lleva a cabo mediante la emisión, conducción y recepción de un mensaje" (94). "Es el proceso mediante el cual, un organismo establece una relación funcional consigo y con el medio" (95).

Las formas de comunicación se dan a partir de las relaciones sociales que se establecen en la sociedad.

La comunicación se diversifica, en relación a la división del trabajo, existiendo diversos tipos de comunicación específica en cada campo, así por ejemplo en la política, en el deporte, en las profesiones, etc.

La comunicación se da desde el nacimiento, desde el primer llanto, desde que tratamos de resolver las primeras necesidades, como el hambre, y el calor de la

94.-Aranguera José Luis. Comunicación Humana. Madrid. Editorial Guadarrama. 1977. p. 77.

95.-Monendez Antonio. Comunicación Social y Desarrollo. México UNAM. Facultad de Ciencias Políticas. 1977. p. 9.

madre.

Por eso, la familia de donde surgimos, constituye un núcleo importante en la formación de la sociedad, conformándose la primera en institución de la segunda.

Es en la familia donde se dan las primeras relaciones de comunicación entre los hombres, así como el inicio de la educación y difusión de la cultura y el conocimiento.

La familia precapitalista, "se diferencia" básicamente "de la familia actual capitalista", en varios aspectos: por un lado la mujer noble, administraba su casa en ausencia del marido, cuando se iba de cacería o a la guerra (96).

Las mujeres de los artesanos participaban en la producción, ya que el taller se encontraba en el hogar, y "se volvía un socio comercial", cuando se ausentaba el marido (97).

Y en cuanto a la mujer no propietaria, el hombre.

96.-Arroyo Ma. Concepción. El Hacer de la Mujer Como Modo Suyo de Ser en el Mundo. El Desarrollo de la Familia Capitalista. México. UNAM 1982. p. 93.

97.-Idem p. 101.

y la mujer siervos, tenían acceso a la tierra; la vida era más comunal que familiar. "La agricultura y la vida doméstica estaban unidas" y el siervo trabajaba en las dos (98).

La familia capitalista, con la transformación del siervo en trabajador asalariado, se establece la separación del trabajo y del hogar.

La vida pública del mercado privado de mercancías, donde el hombre sale a trabajar, se encuentra separada de la intimidad del hogar.

Si antes había una interdependencia entre el hombre y la mujer, ya que esta asumía el mando en ausencia del marido, ahora aparece "la dependencia económica de la mujer hacia el hombre", ya que éste es ahora, el que mantiene económicamente a la familia (99).

Al hombre se le atribuye así, una función económica: el poder físico y psíquico del padre, deriva de lo económico. Su autoridad procede de su poder de sostén de la familia.

98.-Arroyo Ortiz Ma. Concepción. op. cit. páginas 97 y 99;
99.-Idem p. 152.

La mujer, por su dependencia, enriquece la autoridad del orden establecido. Así mismo, las medidas educativas que se dan en la familia, están orientadas al respeto del orden establecido.

Para el sistema burgués, su conservación depende de las instituciones. La familia como institución social, es importante por lo tanto, para la reproducción de la sociedad.

Asimismo, la división del trabajo en la familia, fortalece la estructura familiar, organizando actividades domésticas, para la conservación y reproducción de la familia.

La formación del carácter familiar se hace en la estructura de la familia, volviéndose esta una institución económicamente determinada.

Asimismo, la institución educación forma parte muy importante en "la reproducción de las estructuras existentes" (100), en función de la clase dominante, en cuanto prepara a los sujetos a asumir actividades necesarias a con

100.-Bourdieu Pierre. Reproducción Cultural y Reproducción Social, en libro de bolsillo de la revista Educación p 259.

estructura, a esa relaciones;"manifestándose una tendencia a mantener las mismas actividades de los padres, los hijos", para lograr la reproducción de la estructura social y cultural, por medio de la preparación y estímulos, a través de la educación dentro de los valores de la sociedad de clases (101).

La mujer a través de su función reproductora, juega un papel muy importante dentro de la familia, en la educación de los hijos, y la reproducción de la sociedad, donde muchas veces, las costumbres familiares, no le permiten participar en la vida productiva fuera del hogar. Pero sin embargo sí le es permitido el trabajo doméstico, o la extensión de éste en las que participan en la población económicamente activa.

4 : 3 COMENTARIOS SOBRE EL TRABAJO DOMESTICO.

Respecto al trabajo doméstico hay todavía mucha

101.-Bourdieu Pierre. op. cit. p. 259.

discusión, por objeto "de estudio reciente", desde hace diez o doce años aproximadamente (102), por lo cual, nada más haremos un breve comentario.

Para Marx, el trabajo doméstico es el familiar, para el consumo de la familia, diferenciando el consumo individual del consumo productivo.

El consumo individual lo define "como el gasto del obrero en medios de subsistencia", y el consumo productivo como "el gasto al consumir los medios de producción", transformándose en productos (103).

Para las compañeras Giesela Espinosa y Sara Lara, el trabajo doméstico se caracteriza, por "producir una serie de bienes y servicios, para el mantenimiento de la fuerza de trabajo", mismos que no van incluidos en el salario, y por lo tanto es un trabajo no remunerado.(104).

A la familia obrera no le alcanza el salario del

102.-Arroyo Ortiz Ma. Concepción. op. cit. p. 10.

103.-Marx Carlos. El Capital. México. Editorial Siglo XXI 1977. tomo 1 vol 1 capítulo V páginas 222 y 223.

104.-Espinosa Giesela y Lara Sara. Algunas Notas Sobre la Explotación del Trabajo Doméstico. Tercer Simposio de Estudios e Investigación Sobre la Mujer en México. UNESCO, CONAPO, CEESTEM 1983. México.

trabajador, para pagar estos bienes y servicios: limpieza de la casa, de la ropa, guardería. Por lo tanto, este trabajo lo realiza generalmente la mujer.

El salario del trabajador, "nada más alcanza para obtener los insumos necesarios para producir los bienes y servicios domésticos necesarios" (105).

La familia obrera, al sobrevivir por medio del trabajo doméstico, mantiene un nivel de vida, que por el contrario, si pagara por los bienes y servicios de este trabajo, su nivel de consumo bajaría drásticamente, apareciendo así, el trabajo doméstico "como una compensación del salario del trabajador", para mantener las condiciones de reproducción de la fuerza de trabajo, del trabajador (106).

Esta situación se da en la clase trabajadora, ya que la burugesía tiene los medios para evitar este tipo de trabajo, pagando a alguien por hacerlo, limitándose la mujer a administrarlo.

105.-Marx Carlos. El Capital. cap. XIII, tomo 1. vol 2.p. 481.
106.-Espinosa Gisela y Lara Sara. op. cit.

Para el movimiento feminista, es importante ver que la explotación de las mujeres de las clases trabajadoras, es un movimiento feminista popular, integrado a la lucha general de los explotados. Si el capital es el explotador, "la contradicción es con el capital, y no con los hombres" (107).

Asimismo, la ingerencia de las amas de casa en la lucha sindical es importante, ya que ellas aportan a la reproducción de la fuerza de trabajo. Por eso las demandas de aumento salarial, guarderías, despensa, servicio médico, son demandas no sólo de sus maridos, sino de su propia lucha, ya que la consecución de tales demandas, repercute en ellas directamente, en su nivel de vida.

Muchas veces, cuando se da la desigualdad en la relación hombre-mujer, en la vida familiar, o fuera de ella, algunas mujeres y hombres son partidarios de este tipo de situaciones. Así, la lucha de la mujer contra la desigualdad social, enfrenta a veces a los hombres.

Sin embargo, vivimos en una sociedad capitalista,

donde la contradicción principal, esté en la lucha de clases.

Por eso, es necesario que las mujeres tomen conciencia de su situación, y transformen actitudes, ideas y prácticas familiares y sociales, hacia la cooperación con el hombre, ya que "la lucha feminista es parte de la lucha común, contra el sistema capitalista" (108).

CUADROS ESTADÍSTICOS.

A continuación se presenta el análisis de algunos cuadros estadísticos, que ilustran la problemática de la mujer mexicana. Todos los datos que se toman pertenecen al año de 1970, ya que los del censo de 1980 aún están en proceso.

En el cuadro número uno, sobre la fuerza de trabajo femenina y estado civil, ocupación, desocupación, población económicamente activa e inactiva, vemos que de un total de 4,665,385 mujeres, la mayor parte son solteras, siendo 2,807,739 o sea, un poco más de la mitad.

Luego están las casadas, siendo 1,397,280, aproximadamente un cuarto del total.

Posteriormente las cifras bajan bruscamente a 351,161 en las de unión libre, a 59,072 las separadas, a 20,186 las viudas, y finalmente las divorciadas son 9,967.

Asimismo las solteras ocupan el primer lugar de la

CUADRO No. 1

FUERZA DE TRABAJO

POBLACION JOVEN 15-24 AÑOS	T O T A L	SOLTERAS	CASADAS	UNION LIBRE	VIUDAS	DIVORCIADAS	SEPARADAS
Total	4,665,385	2,807,739	1,397,260	351,161	20,186	9,967	59,072
Población económicamente activa	1,118,157	911,333	130,939	42,232	6,059	4,090	23,504
Ocupadas	1,036,737	854,198	115,219	36,981	5,472	3,668	21,199
Desocupadas	81,420	57,135	15,720	5,251	487	442	2,305
Población económicamente inactiva	3,547,228	1,916,406	1,266,321	308,929	14,127	5,877	25,568

Fuente: Alvarez Alfredo Juan - La Mujer Joven en México. p.118.

población económicamente activa, siendo 911,333, seguidas por las casadas con 130,939, luego por las de unión libre con 42,232, las separadas con 23,564, las viudas con 6,659 y finalmente las divorciadas con 4,090.

En cuanto a la relación de ocupadas que son 1,036,737 con las desocupadas que son 81,420, vemos que las últimas son superadas ampliamente en relación con las ocupadas. Además de un total de 4,665,385 mujeres, 3,547,225 pertenece a la población económicamente inactiva y solamente 1,118,157 pertenece a la población económicamente activa, lo que nos muestra un escaso porcentaje de participación femenina en la población económicamente activa con relación a la inactiva.

En cuanto a la fuerza de trabajo, en el cuadro número dos, vemos que la población económicamente activa por sectores de actividad, el primer lugar lo ocupa el sector terciario, o sea básicamente los servicios y el comercio con un 59.94%; el segundo lugar lo ocupa el

POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA FEMENINA POR SECTORES
DE ACTIVIDAD Y GRUPOS DE EDAD

	SECTOR PRIMARIO	%	SECTOR SECUNDARIO	%	SECTOR TERCIARIO	%	OTRAS ACTIVIDADES	%	TOTAL	%
PEA FEMENINA	266,654	10.81	483,553	19.60	1,716,050	59.94	238,117	8.65	2,466,257	100
1-14 años	19,206	20.50	10,275	10.97	64,175	55.87	11,863	12.66	93,676	100
15-24 años	92,864	8.90	229,546	22.02	720,182	60.38	90,749	8.70	10,925,592	100
25 años y más	154,584	11.69	243,732	18.32	931,673	59.87	135,505	10.10	1,329,989	100

Fuente: IX Censo Nacional de Población.

sector secundario, las actividades industriales con 19.60%, casi la tercera parte del sector terciario; y luego está el sector primario, la pesca, la caza, la ganadería y agricultura con solamente un 10.81%, casi la mitad del sector secundario, lo que demuestra la escasa proporción de las actividades primarias, y la mayor importancia que tienen las actividades del sector terciario, en parte por el abandono del campo hacia la urbe y por la integración social que absorbe servicios y fomenta las actividades comerciales.

En el cuadro número tres, sobre la población económicamente activa en relación a la población total según sexo, vemos que la mujer ocupa un 50.9% de la población total, y el hombre un 49.1%; sin embargo el hombre representa un 79.44% de la población económicamente activa y la mujer solamente un 20.56%; lo que demuestra su escasa participación en la vida económica de la sociedad en relación al hombre.

CUADRO No. 3

POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA EN RELACION A LA

POBLACION TOTAL SEGUN SEXO

POBLACION	HOMBRES	%	MUJERES	%	AMBOS SEXOS	%
TOTAL	24,065,614	49.1	24,159,624	50.9	48,225,238	100
PEA	10,225,248	79.44	2,654,292	20.56	12,909,504	100

Fuente: IX Censo Nacional de Población.

En cuanto a la distribución de la fuerza de trabajo en la ciudad y en el campo, en el cuadro número cuatro, vemos que en el campo el primer lugar lo ocupa el renglón de la agricultura, ganadería, caza y pesca con un 37%, en seguida está el de los servicios con un 22.20%, luego otras con 17.90%, después está la industria de la transformación con 14.17%, luego encontramos el gobierno con 6.71%, después el comercio con 6.55%; luego los resultados bajan drásticamente a 0.40% en la construcción, la industria del petróleo con 0.38%, la industria extractiva con 0.34%, el transporte con 0.26% y finalmente está la generación y distribución de energía eléctrica con 0.05%.

En la ciudad el primer lugar lo ocupan los servicios con un 48.52%, el segundo lugar lo ocupa la industria de la transformación con 19.22%, en tercer lugar está el comercio con 15.44%, luego otras con 7.42%, después encontramos a la agricultura, ganadería, caza y pesca con 3.60%, el gobierno con 3.36%, transporte con 0.82%, la construcción con 0.80%, la industria del petróleo con

FUERZA DE TRABAJO EN LA CIUDAD Y EL CAMPO

ACTIVIDADES ECONOMICAS	KURAL	%	URBANA	%	TOTAL	%
Agricultura, Ganadería, Caza y Pesca.	197,198	37.34	64,456	3.60	266,654	10.81
Industria del Petróleo.	436	0.35	7,514	0.40	7,950	0.32
Industria Extractiva.	1,817	0.34	3,773	0.20	5,590	0.23
Industria de Transformación.	74,839	14.17	372,687	19.22	447,526	18.4
Construcción	2,090	0.40	15,687	0.80	17,777	0.72
Generación y Distribución de energía eléctrica.	299	0.05	4,411	0.22	4,710	0.19
Comercio	34,576	6.55	299,366	15.44	33,941	13.54
Transporte	1,394	0.26	15,995	0.82	17,389	0.70
Servicio	117,167	22.20	940,513	48.52	1,057,700	42.90
Gobierno	3,759	6.71	65,144	3.36	68,903	2.80
Otras	94,485	17.90	143,632	7.42	238,117	9.65
Total	528,080	100	1,938,177	100	2,466,257	100

Fuente: IX Censo Nacional de Población.

0.40%, la generación de energía eléctrica está con 0.22% y finalmente la industria extractiva con 0.20%.

En la ciudad el comercio es una actividad importante, que ejerce la mujer ya que ocupa el 15.44%, muy cerca de la industria de la transformación con 19.22%, sectores que son los de mayor participación de la fuerza de trabajo femenina, atrás de los servicios que ocupan el 48.52%.

También ha habido una gran centralización de la población, ya que "en 1940 el 35% de la población era urbana y en 1970 el 58.70% es urbana y el 41.30% es rural" (109).

En la producción, la fabricación de prendas de vestir como herencia del pasado, persiste, y la mujer supera al hombre en dos a uno en este renglón (110), asimismo esta actividad, junto con el trabajo doméstico, el comercio y la asistencia social, son las de mayor in-

109.- Alvarez Juan Alfredo. La Mujer Joven en México. Editorial El Caballito. México 1979, página 125.

110.- Idem página 125.

graso, ya que ganan de \$1,814.00 pesos a \$2,569.00 pesos aunque la mayoría de las mujeres ganan menos de \$700.00 pesos y trabajan como obreras e empleadas. En el cuadro número cinco, sobre los niveles de ingreso en la ciudad de México, vemos que de un total de 2,934,117 hombres, la mayoría gana menos de \$700.00 pesos siendo 1,002,794 o sea aproximadamente la mitad del total. Lo mismo sucede con las mujeres: de un total de 1,402,300, 417,523 gana menos de \$700.00 pesos. El segundo lugar lo ocupan aquellos que ganan de \$3,023.00 a \$4,300.00, siendo 244,224 mujeres y 703,965 hombres, probablemente por ser aproximadamente el salario mínimo. En tercer lugar en los hombres es para aquellos que ganan más de \$13,400.00 pesos con 130,237; en cambio el tercer lugar de las mujeres están aquellas que ganan de \$1,059.00 a \$1,350.00 con 114,346, o sea menos del salario mínimo, lo que demuestra la gran diferencia de la distribución del ingreso entre hombres y mujeres, ya que para los hombres el tercer lugar lo ocupan el máximo salario mencionado, y la mujer lo ocupa menos del salario mínimo. Y así sucesi-

CUADRO No. 5

NIVELES DE INGRESO EN LA CIUDAD DE MEXICO

	SIN INGRESO	MENOS DE \$ 700.00	\$ 701.00 a 1,057.00	\$ 1,058.00 a 1,350.00	\$ 1,351.00 a 1,813.00	\$ 1,814.00 a 2,569.00	\$ 2,570.00 a 3,022.00
Hombres	82,611	1,002,704	41,211	42,211	53,142	86,318	69,006
Mujeres	69,334	417,523	82,512	114,346	70,144	53,379	30,545

	\$ 3,023.00 a 4,300.00	\$ 4,301.00 a 6,045.00	\$ 6,046.00 a 7,500.00	\$ 10,151.00 a 13,400.00	Más de \$13,400.00	No Especificado	Total
Hombres	703,965	129,381	128,854	101,162	130,237	1,404	2,934,177
Mujeres	244,224	62,154	57,662	24,733	19,573	- -	1,402,300

Fuente: Estadísticas sobre la mujer. Inventario, documentación 9 Junio 1981. Secretaría de Programación y Presupuesto.

vamente la gran diferencia entre sexos, ya que el cuarto lugar en los hombres son aquellos que ganan de \$4,301.00 pesos a \$6,045.00 con 129,381, y en las mujeres aquellas que ganan apenas de \$701.00 a \$1,057.00 siendo 82,512. El quinto lugar en los hombres está en los que ganan de \$6,046.00 a \$7,500.00 con 128,854 y en las mujeres aquellas que ganan de \$1,351.00 a \$1,813.00 con 70,144, lo que sigue demostrando la gran diferencia entre hombres y mujeres con respecto al nivel de ingreso. En sexto lugar está para los hombres en aquellos que ganan de \$10,151.00 a \$13,400.00 con 101,162 y en las mujeres aquellas que ganan de \$1,351.00 a \$1,813.00 con 70,144. En séptimo lugar en los hombres está para aquellos que ganan de \$1,814.00 a \$2,569.00 con 86,318 y en las mujeres las sin ingreso con 69,334. En octavo lugar para los hombres está para los sin ingreso con 82,611 y en las mujeres las que ganan de \$4,301.00 a \$6,045.00 con 62,154. En noveno lugar en los hombres es para los que ganan de \$2,57.00 a \$3,022.00 con 69,006 y en las mujeres las que ganan de \$6,022.00 a \$7,500.00 con 57,662.

En décimo lugar para los hombres está en los que ganan de \$1,351.00 a \$1,913.00 con 53,142 y en las mujeres en las que ganan de \$1,814.00 a \$2,509.00 con 53,379. En décimo primer lugar en los hombres es para los que ganan de \$1,058.00 a \$1,360.00 con 42,211 y en las mujeres las que ganan de \$2,570.00 a \$3,322.00 con 30,545. En décimo segundo lugar en los hombres es para aquellos que ganan de \$781.00 a \$1,057.00 con 41,211 y en las mujeres para las que ganan de \$10,151.00 a \$13,400.00 con 24,733. Finalmente en décimo tercer lugar para los hombres es para los que ganan en no especificado con 1,464 y en las mujeres no se menciona.

Los salarios más altos los ocupan la mayoría de los hombres y la minoría de las mujeres; y los salarios más bajos son para la mayoría de las mujeres y para la minoría de los hombres, lo que demuestra la desigualdad del trato social hacia el hombre y hacia la mujer que ocupa los lugares más bajos de ingreso en general.

Como hemos visto, la mujer mexicana ha sapezado

CUADRO No. 6

PORCENTAJE DE MUJERES ESTUDIANTES DEL TOTAL DE
ESTUDIANTES HOMBRES Y MUJERES

Puerto Rico	52%
Panamá	44%
Dominicana	42.6%
Cuba	42.6%
Costa Rica	41.8%
Argentina	41.7%
Perú	41.5%
Uruguay	40%
Chile	39%
Brasil	37%
Paraguay	36%
Bolivia	33%
Nicaragua	31%
Ecuador	26%
Colombia	24%
Guatemala	18.7%
México	18.5%
Salvador	16%
Haití	11%

Fuente: Anuario Estadístico de las Naciones Unidas
1971.

a ser tomada en cuenta desde mediados del siglo XIX

en las leyes del país, aunque en la práctica se ha encontrado sometida a la autoridad del marido, "ya que en sí es preparada para el matrimonio, lo que es lo más importante en su vida" (111).

Y es por esta distorsión, que a la mujer se le prepara desde pequeña para el matrimonio, limitando sus actividades al hogar, siendo las iniciativas de superación, condicionadas por la familia y sus costumbres.

En gran parte, "del matrimonio depende que trabaje o no, y si estudia, generalmente ya no continúa" (112).

"El 80.00% de las mujeres trabajan en el hogar" (113), actuando así en función del matrimonio, lo demás como el trabajo y la educación dependen de aquél y no de ella.

En el cuadro número seis, sobre el porcentaje de mujeres estudiantes del total de estudiantes hombres y mujeres, podemos ver que en México en 1971, nada más el 18% del total de hombres y mujeres estudiantes son

111.-Alvarez Alfredo Juan. op. cit. página 20.

112.-Idea página 198.

113.-Idea página 111.

mujeres, lo que prueba su escasa participación en este renglón, así como en la mayoría de los países de América Latina.

En el cuadro número siete, sobre el nivel educativo de la población de 15 a 24 años, vemos que el porcentaje más alto corresponde a sexto de primaria con 20.32% para los hombres y 24.30% para las mujeres, seguido con 18.26% para los hombres y 22.05% para las mujeres correspondiente a los sin instrucción. Luego se produce una baja bruesa con 10.44% y 11.30% para hombres y mujeres respectivamente en el tercer año de primaria. Después sigue el segundo años de primaria con 8.66% y 8.90% para hombres y mujeres respectivamente. Luego sigue cuarto de primaria con 7.34% y 7.80% para hombres y mujeres respectivamente. Después viene quinto de primaria con 5.08% y 5.50% para hombres y mujeres respectivamente; luego primero de primaria con 5.00% y 4.60% para hombres y mujeres respectivamente.

Posteriormente al pasar a secundaria, los por-

CUADRO No. 7

NIVEL EDUCATIVO DE LA POBLACION DE 15 A 24 AÑOS

GRADO DE INSTRUCCION	HOMBRES	%	MUJERES	%
Sin instrucción	808,372	18.28	1,028,595	22.05
1º Primaria	218,777	5.00	214,174	4.60
2º Primaria	383,127	8.66	416,862	8.90
3º Primaria	461,615	10.44	527,677	11.30
4º Primaria	324,664	7.34	365,651	7.80
5º Primaria	260,137	5.88	258,433	5.50
6º Primaria	898,824	20.32	1,137,128	24.30
1º Secundaria o Prevocacional	178,873	4.04	98,734	2.11
2º Secundaria o Prevocacional	199,703	4.51	115,529	2.47
3º Secundaria o Prevocacional	248,854	5.62	172,683	3.70
1º Preparatoria o Vocacional	102,616	2.32	38,044	0.81
2º Preparatoria o Vocacional	103,889	2.34	41,277	0.88
3º Preparatoria o Vocacional	15,295	0.34	14,081	0.30
1º Universidad	39,638	0.90	14,008	0.30
2º Universidad	28,935	0.65	9,516	0.20
3º Universidad	19,895	0.45	8,117	0.17
4º Universidad	15,552	0.35	5,967	0.12
5º Universidad	22,453	0.51	13,632	0.29

GRADO DE INSTRUCCION	HOMBRES	%	MUJERES	%
6º Universidad	1,190	0.03	552	0.01
Post-grado	252	0.006	155	0.003
Población total 15 a 24 años	4,421,347	100	4,480,815	100

Fuente: IX Censo Nacional de Población.

centajes continúan disminuyendo, pero ahora son más altos los niveles masculinos que los femeninos, lo que muestra que a partir de la adolescencia, la mujer disminuye su participación en la educación. Así vemos que el nivel más alto es tercero de secundaria con 5.52% y 3.70% para hombres y mujeres respectivamente. Luego sigue segundo de secundaria con 4.15% y 2.14% para hombres y mujeres respectivamente y luego está primero de secundaria con 4.04% y 2.11% para hombres y mujeres respectivamente.

Al pasar a nivel de preparatoria o vocacional, se produce otra baja considerable, estando el porcentaje más alto para segundo de preparatoria o vocacional con 2.34% y 0.88% para hombres y mujeres respectivamente. Luego sigue primer año de preparatoria o vocacional con 2.32% y 0.81% para hombres y mujeres respectivamente y después está el tercer año de preparatoria o vocacional con 0.34% y 0.30% para hombres y mujeres respectivamente. La baja brusca se produce en las mujeres desde primer año de preparatoria o vocacional, al pasar de 3.70% en

tercera de secundaria a 0.81% en primero de preparatoria e vocacional. En cambio en los hombres la baja bruta se produce hasta tercer año de preparatoria e vocacional, al pasar de 2.54% en segundo años de preparatoria e vocacional, a 0.34% en tercer año de preparatoria e vocacional, lo que muestra mayores posibilidades de educación masculina que femenina.

Al pasar a nivel de universidad, continúan los bajos porcentajes, pero siempre son superiores los niveles masculinos a los femeninos. Así vemos en primer año de universidad 0.90% y 0.30% para hombres y mujeres respectivamente. En segundo año vemos 0.65% y 0.20%; para hombres y mujeres respectivamente. En tercer año de universidad, vemos 0.45% y 0.17% para hombres y mujeres respectivamente. En cuarto año de universidad, vemos 0.35% para hombres y 0.12% para mujeres. En quinto año de universidad, vemos 0.51% para hombres y 0.29% para mujeres. En sexto año de universidad vemos 0.03% y 0.01% para hombres y mujeres respectivamente.

Como vemos, es mínimo el porcentaje de estudiantes que terminan la educación superior en relación a aquellos que inician sus estudios. Además siempre es superior el nivel de participación masculino que el femenino desde la secundaria hasta la educación superior. Finalmente en el nivel de posgrado, hay un 0.006% para los hombres y un 0.003% para mujeres, siempre inferior al femenino.

Debido a la centralización demográfica de los últimos años, la mujer campesina que llega a las ciudades, se ocupa en el trabajo doméstico en gran parte, "mismo que equivale al 25% de las actividades que llega a desempeñar" (114).

La clase media ejerce principalmente los servicios públicos y profesionales, donde "la mayor independencia da mayor igualdad" (115).

También existe una gran cantidad de secretarías comerciales, en general actividades muy mal pagadas, donde sólo se da experiencia de acomodadas por la presentación, aunque "en la práctica son muy explotadas" (116).

114.-Alvarez Juan Alfredo. op. cit. página 127.

115.-Idem página 129.

116.-Idem página 142.

CONCLUSIONES:

La cultura de consumo capitalista y la imagen que ésta presenta de la mujer mexicana, se relaciona con los intereses dominantes de la sociedad actual, de obtención de riqueza a través de la industria. Así, a medida que la población consume los artículos que produce esta industria, permite que se vuelvan a producir de nuevo, perpetuándose esta situación.

La difusión masiva de esta cultura, se da a medida que el desarrollo tecnológico lo ha ido permitiendo, con los nuevos inventos en el campo de la comunicación, como la radio y el cine, ya en la etapa monopolista del capitalismo. Así, los monopolios comerciales se interesan en los nuevos medios de difusión (por ejemplo en el cine, a partir de la primera guerra mundial, Estados Unidos ocupa el 80% del tiempo de las pantallas del mundo), mismos que caen entonces, bajo el dominio comercial.

En la actualidad, los nuevos inventos científicos le han dado más importancia a los medios de difusión, como

la utilización de los satélites, que permiten captar información en segundos, de un extremo a otro del planeta.

En México es a partir del gobierno de Díaz, en que hay una gran apertura hacia el capital extranjero. Los grandes latifundistas se encuentran ligados al gobierno y al capital extranjero.

Después de la revolución de principios de siglo, cuando finaliza la primera guerra mundial, Estados Unidos sale beneficiado de sus competidores comerciales europeos. Acrecienta sus presiones sobre el país, amenazando con intervenciones armadas, para oponerse a las reformas de la revolución, tales como la política de nacionalizaciones y la reforma agraria. Finalmente los regímenes postrevolucionarios ceden a las presiones y son reconocidos.

Con el avance tecnológico, a partir de la segunda guerra mundial, la televisión desplaza al cine. Se amplían así las posibilidades de difusión, ya que con la televisión

la cultura de consumo llega en forma de imágenes, directamente hasta el hogar.

Al difundirse imágenes, se dan las posibilidades técnicas de observar directamente los comportamientos sociales hacia las personas y las cosas. Se pueden difundir así, determinadas actitudes, "modelos de conducta" en relación al consumo, que incluso se pueden llegar a proponer que se imiten, sobre todo en los niños (quienes serán las futuras generaciones), mismos que tienden más fácilmente a imitar a sus mayores. Así, la televisión da mayores posibilidades de difusión a la cultura de consumo capitalista, para que la población la acepte, desde los niños hasta los mayores, como aquellos que incluso llegan a desear consumir los artículos "de moda" que difunde esta cultura.

Así, con la televisión la imagen de la mujer se puede difundir de acuerdo a características específicas, en relación a sus actividades, sus relaciones sociales, sus actitudes, así como el lugar que ocupa dentro de la sociedad.

A través de la televisión se difunden los comer-

ciales, los anuncios de productos que ofrece la industria capitalista. Se promueven estos artículos por medio de la publicidad y las agencias encargadas de preparar la forma de publicitarlos, de acuerdo a los intereses capitalistas, de lograr la máxima venta de sus productos en la población. Se trata así, de convencer a la gente, para que se acostumbre a usar estos productos y los consuman.

La imagen que presenta de la mujer mexicana la cultura de consumo capitalista, a través de la televisión comercial, se caracteriza por estar relacionada con las actividades del hogar.

Así tenemos que en el cuadro B del capítulo 3, sobre la forma en que aparece la mujer en los comerciales, vemos que en orden descendente, por el número de veces en que aparece la mujer en la imagen de los anuncios en la televisión, de un total de 286 comerciales, observamos: en el indicador número 1 del cuadro mencionado, la mujer aparece en un lugar significativo de la casa, ya sea en la cocina, en la sala, en la recámara o en el baño, un

total de 285 veces. Es decir que el lugar específico donde más aparece la mujer en la imagen de la cultura de consumo capitalista, en la televisión comercial, es en la casa.

En cuanto a las actividades que desempeña la mujer en relación a esta imagen, vemos en el indicador número dos (sale 180 veces), que aparece como ama de casa. Es así como la mujer se dedica a las actividades del hogar, llevando a cabo tareas de limpieza, de la cocina o atendiendo a los hijos, en la imagen que difunde la televisión comercial.

Por el indicador número dos, vemos que la mujer aparece dedicada a las actividades del hogar, atendiendo al marido. El trabajo doméstico es esa imagen lo realiza la mujer, lo cual es importante para el marido, ya que así obtiene ropa limpia, alimentos preparados, servicios necesarios para su mantenimiento y sobrevivencia.

En cuanto a las relaciones sociales que establece la mujer en esta imagen, por el indicador número 9 (sale 75 veces, ver cuadro 8 capítulo 3), vemos que aparece comunicándose con el marido. Se muestra así a una mujer al servicio del marido, con el que se relaciona y al cual debe atender. Asimismo se relaciona principalmente con sus

hijos y la familia en general, ya que en los indicadores números uno y dos, aparece en la casa y ejerciendo las actividades de ama de casa respectivamente.

Así vemos que la mujer establece relaciones sociales subordinadas hacia el marido y la familia, así como de orientación hacia la educación de los hijos. Por lo tanto, aparece como el centro de las relaciones familiares, a la cual todos los miembros de la familia acude, cuando necesitan alguna atención relacionada con las actividades domésticas, como la preparación de la comida, el lavado de la ropa, la atención del marido y los hijos, la limpieza de la casa, etc.

Por la forma de comportamiento de la mujer en esta imagen difundida, vemos por el indicador número 9 (sale 73 veces), que aparece tratando de satisfacer las necesidades del marido; dejándose conducir por él y recibiendo consejos de él. Asimismo por el indicador número cinco (sale 115 veces), aparece feliz; sonriente; alegre; divirtiéndose y divertida. Y en el indicador número cuatro (aparece 122 veces) vemos a la mujer descansada; despreo-

cupada y tranquila. Vemos así que esta forma de comportamiento es la más adecuada para la estancia del marido, en cuanto en esta imagen se encuentra a una mujer en la mejor disposición para ello. Mientras mejor sean las condiciones de vida del marido, menos se enferma y menos falta al trabajo, aumentando su rendimiento en éste.

En cuanto al lugar en que se ubica a la mujer dentro de la sociedad, hemos visto que aparece como ama de casa. Pero también, en el indicador número dos (aparece 180 veces), vemos que se le ubica como madre, ejerciendo la función principal en la reproducción de la familia.

Por el análisis de los cuadros estadísticos del Censo Nacional de Población de 1970, vemos: en cuanto a la fuerza de trabajo (véase cuadro n. 1), que en la población económicamente activa, las solteras están en primer lugar: de un total de 2,807,739 que son, a la población económicamente activa pertenecen 911,333. Después vienen las casadas: de un total de 1,397,260, participan 130,939 en la población económicamente activa.

En cuanto a la población económicamente activa por

En cuanto a la población

sectores de actividad (véase cuadro n.2), la mujer participa más en el sector terciario con 59.94%. En el sector secundario sólo participa con 19.60%.

Ahora en cuanto a la PEA (Población económicamente activa), en relación a la población total según sexo (véase cuadro n.3) vemos que la mujer ocupa un 50.9% de la población total, y sólo participa con 20.56% de la PEA, y el hombre con el 79.44%.

En la distribución de la fuerza de trabajo en la ciudad y en el campo (véase cuadro n.4), vemos que en el campo la mujer participa en primer lugar en la agricultura, ganadería, caza y pesca con 38.34%, seguida por los servicios con 22.20%. En la ciudad la mujer participa en primer lugar en los servicios con 48.52%, seguidos por la industria de la transformación con 19.22%.

Asimismo, en los niveles de ingreso en la ciudad de México, vemos que hay un mayor número de hombres que mujeres en los salarios más altos. Y hay mayor número de mujeres que hombres en los salarios más bajos (véase cuadro n. 5). Así, los salarios de la mujer tienden a ser más bajos que los del hombre.

En cuanto a la educación, (véase cuadro n. 6) vemos que en 1971, la mujer ocupa un 18.5% del total de estudiantes hombres y mujeres, siendo por lo tanto su participación menor a la de los hombres en la educación.

Finalmente por el nivel educativo (véase cuadro n. 7), vemos que el porcentaje más alto de la mujer está en el sexto año de primaria con 24.30%, seguido por los sin instrucción, con 22.05%. Posteriormente los niveles bajan bruscamente, salvo dentro de la primaria. Aunque los porcentajes siempre son inferiores a los de los hombres en la participación en la educación.

Por los resultados obtenidos, vemos que existe una relación, en la forma como la cultura de consumo capitalista presenta a la mujer mexicana, en la imagen de la televisión comercial, con los datos de los cuadros estadísticos. Así vemos por ejemplo en el cuadro n.6, sobre el total de estudiantes hombres y mujeres, que la mujer sólo ocupa un 18% del total. Es decir, que en el renglón de la educación, su participación es limitada. Ahora si observamos el cuadro B del capítulo 3, sobre la forma en que aparece la mu-

jer en relación a la imagen comercial, vemos por el indicador n. 14, donde se muestra a la mujer inteligente, estudiosa y conocedora (sale solamente 41 veces de un total de 286) que respecto a la educación, la mujer no participa en gran parte en esta imagen. Así las costumbres de la mujer de escasa participación en la educación, difundidas en la imagen comercial, coinciden con la escasa participación que tiene en la vida real en este renglón, según los cuadros estadísticos.

Ahora si pasamos al renglón de la fuerza de trabajo, según los cuadros estadísticos vemos lo siguiente: la mujer mexicana constituye el 50.9% de la población total, y sólo participa con el 20.56% en la población económicamente activa (véase cuadro n.3). Vemos así que la mujer mexicana participa muy poco en las actividades productivas de la sociedad, fuera del hogar. Asimismo vemos que al casarse, generalmente dejan de trabajar fuera del hogar (véase cuadro n. 1), así observamos que de un total de 2,807,739 solteras, 911,333 participan en la población económicamente activa; en cambio, de un

total de 1,397,260 solamente 130,939 participan en la población económicamente activa.

Si relacionamos estos resultados con la imagen que la cultura de consumo capitalista, presenta de la mujer mexicana, observamos por los indicadores números 1 y 2 del cuadro B (salen 235 y 180 veces respectivamente de un total de 286), que la mujer aparece la mayor parte de las veces en la casa y dedicada a las actividades del hogar. Es así como hay una relación entre esta imagen difundida de la mujer mexicana en la televisión comercial, con los resultados de los cuadros estadísticos, sobre la participación de la mujer en las actividades de la sociedad. (la minoría participa en la población económicamente activa y el 80.90% de las mujeres mexicanas trabajan en el hogar).

Por lo tanto, la cultura de consumo capitalista, se difunde en la televisión comercial, de acuerdo a las costumbres de la sociedad mexicana, y así, trata de lograr que la población acepte el consumo de los artículos que produce la industria capitalista.

Así, al difundirse la cultura de consumo capitalista, los industriales que anuncian sus productos toman en cuenta sus propios intereses comerciales: la venta de estos productos, así como también les interesa la continuidad de la situación actual, y así, seguir obteniendo las ganancias de las ventas que hacen. Sin embargo, el consumo de los productos que ofrece la cultura de consumo capitalista, sólo lo pueden hacer aquellos sectores sociales que tienen posibilidades económicas para comprar, (sobre todo los artículos superfluos no necesarios), como la clase media y alta, ya que el proletariado consume principalmente los artículos más necesarios como la comida y el vestido.

BIBLIOGRAFIA:

- Alvarez Juan Alfredo-La Mujer Joven en México.México. Editorial El Caballito. 1979.
- Aranguren L. José Luis-Comunicación Humana.Madrid.Editorial Guadarrama. 1977.
- Arroyo Ortiz Ma. Concepción-El Hacer de la Mujer Como Modo Suyo de Ser en el Mundo.El Desarrollo de la Familia en el Capitalismo.México.Facultad de Ciencias Políticas y Sociales,UNAM 1982.
- Balostrosky de Chazán Sara y otras-Condición Jurídica de la Mujer.México.UNAM 1977.
- Beauvoir Simone-El Segundo Sexo.Buenos Aires.Editorial Siglo XX. 1975.
- Bourdieu Pierre-Reproducción Cultural y Reproducción Social:elementos para una teoría del sistema de enseñanza. Barcelona.Editorial Laia. 1972.
- Ceceña José Luis-México Bajo la Orbits Imperial.Las Empresas Transnacionales.México.Editorial El Caballito 1982.
- Dalla Costa Mariarosa y James Selma-El Poder de la Mujer y la Subversión de la Comunidad.México.Editorial Siglo XXI 1976.
- De Dios Delia Selma-La Mujer Para la Publicidad y la Propaganda.México.Primer Congreso Nacional.El Costo de la Conyuntura Económica Mexicana.El Colegio Nacional de Sociólogos.septiembre de 1978.

- Idem-Introducción al Estudio de los Problemas Sociales de México. México. ANASSVO- ISSSTE. 1978.
- De Dios Delia Solone y otras-Sexismo y Distorsión de la Realidad. Análisis de Contenido de 20 Programas de Televisión. Mimeoografiado.
- Décimo Censo General de Población y Vivienda (resultados preliminares) México. Secretaría de Programación y Presupuesto. 6 de enero de 1981.
- De Sahagún Fr. Bernardino-Historia General de las Cosas de Nueva España. México. Editorial Porrúa Tomo II 1956.
- Díaz del Castillo Bernal-Historia Verdadera de la Conquista de Nueva España. capítulo 172. México. Editorial Valle de México. 1975.
- Engels F.-El Origen de la Familia, la Propiedad Privada y el Estado. Moscú. Editorial Progreso.
- Idem-La Situación de la Clase Obrera en Inglaterra. Barcelona. Editorial Península 1974.
- Enzensberger Hans Magnus-Detalles. Barcelona. Editorial Anagrama 1969.
- Espinosa Gisela y Lara Sara-Algunas Notas Sobre la Explotación del Trabajo Doméstico. México. Tercer Simposio de Estudios e Investigación Sobre la Mujer. UNESCO, CONAPO y CEESTEM 1983.
- Estadística Sobre la Mujer (inventario) México. Área de Documentación. Secretaría de Programación y Presupuesto 1981.

- ~~-F. Blanca-Le Consommateur Dans L'Organisation de L'Economie.~~
 Francia. Librairie Générale de Droit et Jurisprudence 1945.
- Freud S.-Introducción a la Psicoanálisis. Buenos Aires. Editorial Americana, 1943.
- Fromm Erich-El Miedo a la Libertad. Buenos Aires. Editorial Paidós 1974.
- Idem-Psicoanálisis de la Sociedad Contemporánea. México. Editorial Fondo de Cultura Económica 1975.
- Fromm. Erich y otros-La Sociedad Industrial Contemporánea. México. Editorial Siglo XXI 1969.
- Garibay K. Angel-Veinte Himnos Sacros de los Nahuas. México UNAM 1978.
- Gomez Jara Fco. y Bohor Luis M.-Sociología. México. Editorial Tercer Mundo 1969.
- Gorz Andre-Historia y Enajenación. México. Editorial Fondo de Cultura Económica 1978.
- Granados Chapa M.A.-Examen de la Comunicación en México. México. Editorial El Caballito 1980.
- Horney Kare-El Nuevo Psicoanálisis-México. Editorial Fondo de Cultura Económica 1974.
- Jung C.G.-Metamorphoses de l'ame et ses Symboles. Ginebra. Ed. Geor & Cie. S.A. 1976.
- Laing R.D.-El Cuestionamiento de la Familia. Buenos Aires. Editorial Paidós 1972.

- Lenin V.-Estado y Revolución.Moscú.Editorial Progreso.
- Idem-Imperialismo Fase Superior del Capitalismo.Moscú.
Editorial Progreso.
- Leon Portilla Miguel-La Filosofía Náhuatl.México UNAM 1959.
- Idem-Trece Poesías del Mundo Azteca.México.UNAM 1975.
- Leontiev A.N.-El Hombre y la Cultura.México.Editorial
Grijalbo 1969.
- Lopez Gallo M.-La Economía y Política en la Historia de
México.México.Editorial Fondo de Cultura Económica 1965.
- Lovera Sara-Las Trabajadoras de los Medios de Comunicación.
Tercer Simposio de Estudios e Investigación Sobre la Mujer.
México.UNESCO CONAPO CEESTEM 1983.
- Marcuse Hebert-El Fin de la Utopía.México.Editorial Siglo
XXI 1975.
- Marx Karl-El Manifiesto del Partido Comunista.Moscú. Edito-
rial Progreso.
- Idem-Introducción a la Crítica de la Economía Política.
Moscú.Editorial Progreso.
- Idem-Contribución a la Crítica de la Economía Política.
Moscú.Editorial Progreso.
- Idem-Manuscritos Económico-Filosóficos de 1844-México.Edi-
torial Grijalbo 1968.
- Idem-El Capital T 1, V 1 libro primero cap. 1. T 1 V 2
caps XII y XIII, T 1 V 1 y 2. México. Editorial Siglo XXI
1977.

- Marx K. y Engels F.-La Ideología Alemana.México.Ediciones de Cultura Popular. 1979.
- Marx K; Engels F, y otros-La Emancipación de la Mujer. México.Editorial Grijalbo. 1970.
- Marx K. y Engels F.-Escritos Económicos Varios.México.Editorial Grijalbo 1966.
- Mattelart Armand y otros-Los Medios de Comunicación de Masas.Caracas.Editorial El Cid. 1977.
- Mattelart Armand-La Cultura Como Empresa Multinacional.México.Editorial Era 1974.
- Menéndez Antonio-Comunicación Social y Desarrollo.México. Serie Estudios 24.Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM 1977.
- Moreno M. Manuel-La Organización Política y Social de los Aztecas.México.Instituto Nacional de Antropología. 1962.
- Morgan H. Lewis-La Sociedad Primitiva.México.Editorial Librerías Allende S.A.
- Mortensen C. David-La Comunicación.El Sistema Interpersonal.Buenos Aires.Editorial Tres Tiempos 1977.
- Read H. William-Mercaderes de la Comunicación.Madrid.Editorial Guadarrama.1977.
- Reed H. Blake y Haroldsen EdwinO.-Taxonomía de Conceptos de la Comunicación.México.Editorial El Ateneo. 1983.

- Reich W.-La Irrupción de la Moral Sexual. Buenos Aires. Editorial Homo Sapiens. 1973.
- Idem-La Lucha Sexual de los Jóvenes. Buenos Aires. Editorial Diez. 1976.
- Rendón G. Leopoldo-La Participación de la Mujer en la Fuerza de Trabajo; significado e implicaciones. El Caso Específico del Estado de México. México. Secretaría del Trabajo y Previsión Social. 1977.
- Ruyer Raymond-Eloge de la Societé de Consommation. Francia. Colección Liberté de l'esprit. 1969.
- Sanchez Osornio Silvia-Análisis Sociológico de la Participación de la Mujer Como Objeto y Sujeto en la Sociedad de Consumo. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM 1981.
- Sepúlveda Bernardo y Chumacero Antonio-La Inversión Extranjera en México. México. Editorial Fondo de Cultura Económica 1983.
- Schaff Adam-Marxismo, e Individuo Humano. México. Editorial Grijalbo. 1967.
- Skinner B.F.-Más Allá de la Libertad y la Dignidad-Barcelona. Editorial Fontanella S.A. 1973.
- Suárez Guerrero Rubén-La Participación de la Mujer en la Fuerza de Trabajo. Tercer Simposio de Estudios e Investigación Sobre la Mujer. México. UNESCO CONAPO CEESTEM 1983.
- Sara Lovera-Las Trabajadoras de los Medios de Comunicación. Tercer Simposio de Estudios e Investigación Sobre la Mujer. México. UNESCO CONAPO CEESTEM 1983.

-Vance Packard-Las Formas Ocultas de la Propaganda.México.

Editorial Sudamericana.1983.

-Zillah R. Eisenstein y otras-Patriarcado Capitalista y

Feminismo Socialista.México.Editorial Siglo XXI. 1980.