

7/1 67

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ECONOMIA



El Desarrollo Agroindustrial y sus Efectos sobre los
Hábitos Alimenticios adquiridos por la Población

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ECONOMIA
P R E S E N T A
JOSE EUGENIO DIAZ MADRIGAL

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

MEXICO, D. F.

1982



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 esta 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.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

INDICE

	Página
INTRODUCCION	1
CAPITULO I. EL DESARROLLO AGROINDUSTRIAL	5
A. Generalidades	5
B. La Revolución Verde	13
C. La Agroindustrialización	19
D. La Multinacionalización	38
CAPITULO II. LA INDUSTRIA ALIMENTARIA	56
A. Estructura e Inversiones de la Industria Alimenticia	56
B. El Crédito a los Agricultores	63
C. El Papel que Juegan las Empresas Transnacionales en la Industria Alimentaria	69
D. Implicaciones del Crecimiento de las Empresas Transnacionales	75
E. Características y Ubicación de la Industria Alimenticia	81
CAPITULO III. HABITOS ALIMENTICIOS, NUTRICION Y DIETAS	91
A. El Patrón Alimenticio Tradicional y Causas de su Evolución	91

	Página
B. Dietas Básicas Prevalcientes	98
C. Requerimientos y Niveles Nutricionales	104
 CAPITULO IV. LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION COMO UN FACTOR DETERMINANTE EN LA DISTORSION DE LOS HABITOS ALIMEN- TICIOS, ESPECIFICAMENTE, LA TELEVISION	115
A. La Televisión de Estado	115
B. Televisión, Consumo e Ideología	121
C. La Distorsión de los Hábitos Alimenticios a Través de la Televisión	129
 CONCLUSIONES	140
 BIBLIOGRAFIA	144

INTRODUCCION

A través de la última década hemos visto como se han sucedido una serie de crisis que han afectado al mundo en su totalidad; crisis energética, crisis económica, crisis política, crisis alimentaria, crisis ambiental y algunas otras más. Pero en realidad, esto se traduce en que estamos frente a una única crisis que enfrenta la humanidad en su conjunto con diferente grado de afectación, según las particulares condiciones de cada país. Esta crisis que enfrenta peculiarmente la sociedad capitalista es precisamente la de su forma de relacionarse, por una parte, con su estructura misma y, por otra, con la naturaleza, la cual le proporciona los medios de subsistencia, además de los bienes materiales.

Como se desarrolla en la actualidad el orden internacional de la relación-producción -distribución de los alimentos, se hace evidente la presencia de todo tipo de contradicciones. En el último tiempo se ha observado que la tendencia a la escasez de alimentos es general, pero esto ocurre de un modo notorio, en los pueblos hambrientos del Tercer Mundo.

No obstante, la penuria de alimentos no se debe al aumento sostenido de las tasas demográficas, sino a que los mecanismos que determinan la producción, distribución y consumo de los bienes en el mundo mercantil, sufren toda clase de influencias, complicaciones y desviaciones.

Es una característica que tipifica al sistema capitalista imperante la utilización de toda variedad de dispositivos artificiales para lograr la comercialización de cualquier artículo.

En la actualidad, el método descrito anteriormente lo llevan a la más rigurosa práctica las firmas multinacionales, particularmente con los alimentos, mismos que se han revelado como el principal de los productos con los cuales especulan dichas empresas. Entre otros muchos e importantes factores, destaca el hecho de que sea a través de la mencionada especulación con los alimentos como las citadas empresas adquieren el carácter de monopolios y en consecuencia les confieren a sus países de origen posiciones estratégicas de poder tanto en lo político como en lo económico y de esta manera aquéllos puedan acudir a los correspondientes foros internacionales de negociación con una marcada autoridad, la cual les permite alcanzar los objetivos que persiguen. Del mismo modo, tenemos pleno conocimiento de los diversos efectos de otra índole, los que, igualmente, han sido ocasionados por los manipuleos de dichas compañías.

Por otro lado, es fácilmente comprobable tanto en los medios masivos de comunicación como en revistas científicas especializadas y artículos publicados sobre el tema, que actualmente; el 85% del trigo y del maíz, el 80% de la soya y el 20% de todas las materias primas de origen animal o vegetal vendidas en los mercados internacionales provienen de Estados Unidos. Esto significa que las tres cuartas partes de la humanidad dependen de ese país para su aprovisionamiento de alimentos, especialmente cereales.

Pero lo más grave reside en el hecho de que se prevé que por los esfuerzos de las firmas transnacionales se realice, en 1985, el 70% de la producción alimentaria mundial. Evidentemente que estos grupos acelerarán el proce-

so de homogeneización de los sistemas de consumo, entre otras cosas, para incrementar sus ganancias.

Por otra parte, está sucediendo un hecho de relevante significado para los países del Tercer Mundo, y este es el que las oficinas de estudios de las multinacionales elaboran, por su parte, planillas de clasificación que se utilizan para dictaminar la seguridad y la rentabilidad de una inversión en un determinado país. Se infiere entonces, que si una multinacional quiere evitar pagar el salario mínimo norteamericano, siempre puede ir a instalarse en el Tercer Mundo donde sabe que encontrará mano de obra barata, así como un sinnúmero más de otro tipo de canonjías.

De esta manera, el objetivo primordial de la presente tesis se propone exhibir, desde sus inicios, el proceso de transnacionalización que ha sufrido el sector agroindustrial en nuestro país, y asimismo, exponer sus principales consecuencias en los diferentes ámbitos, sobre todo, en el alimenticio.

En el primer capítulo, se tratarán de describir los motivos cardinales que originaron dicho proceso, e igualmente, de que manera se sucedieron las etapas que dieron por resultado la consumación del mismo. El segundo capítulo intentará realizar un análisis de la industria alimentaria en su conjunto, partiendo de su estructuración, así como de las inversiones realizadas en ella. Seguidamente se expondrá la importancia primordial que tiene el crédito como forma de controlar la producción campesina, además de otros los mecanismos comprendidos en el otorgamiento del

primero. Después se verá el papel que juegan las empresas transnacionales en la industria alimenticia, principiando por las funciones que la división internacional del trabajo, a través del capitalismo norteamericano, le ha asignado a nuestro país en la agroindustrialización. Posteriormente se presentarán algunas de las más graves implicaciones producidas por el crecimiento de las empresas transnacionales alimentarias en los diferentes ordenes. Por último, se explicarán las características que distinguen a la industria alimentaria, así como su ubicación geográfica. El tercer capítulo versará sobre el patrón alimenticio tradicional y las causas que han provocado su evolución, del mismo modo, se mencionarán las dietas básicas que prevalecen. Por otro lado, se indicarán los requerimientos nutricionales y los niveles de los mismos que existen entre la población. Por último, el cuarto capítulo evidenciará como a través de los medios masivos de comunicación, específicamente la televisión, en alianza con las empresas transnacionales de la rama alimentaria, han logrado distorsionar en forma alarmante los hábitos alimenticios de la población, con las consecuentes repercusiones a mediano y largo plazo sobre el crecimiento y desarrollo económico del país.

CAPITULO I
EL DESARROLLO AGROINDUSTRIAL

A. GENERALIDADES

El mundo actual está caracterizado en esencia, por la transnacionalización de la economía. Si es verdad, según la hipótesis de Marx, que el capitalismo universalizaría el producto, parece aconsejable pensar hoy, en términos rigurosamente científicos que esa universalización se caracteriza y define por tres supuestos centrales: la internacionalización del producto-mercancía, la internacionalización de la producción y la internacionalización de su circulación.

En sentido estricto puede hablarse ya de la existencia de una estructura productiva que descansa y gravita en hechos económicos nuevos.

Hay que considerar, por ejemplo, un factor sobresaliente y excepcional: la magnitud de las ventas de las compañías transnacionales norteamericanas en el mundo. Los datos que se refieren a 1979, expresan, en ese sentido, un testimonio bastante claro.

Efectivamente, en el año mencionado, las ventas de las empresas estadounidenses (solamente las de capital hereditario) en los mercados locales (donde están establecidas) elevaron a casi 65 mil millones de dólares, en dólares (servicio continuación).

CUADRO N° 1

VENTAS DE LAS COMPAÑIAS NORTEAMERICANAS EN LOS MERCADOS EXTERNOS A LOS ESTADOS UNIDOS (solo las de capital mayoritario)		
MILLONES DE DOLARES		
1977	1978	1979
547 588	594 116	656 569

FUENTE: Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos (S.A.R.H.), Documentos de Trabajo para el Desarrollo Agroindustrial, N° 4, México, diciembre de 1980, P.11.

Si se toma en cuenta que los intercambios mundiales totales ascendieron, en ese mismo año, a 991 830 millones de dólares se puede comprender la dimensión de la estructura transnacional norteamericana.

Es también bastante significativo que el sector secundario constituye ya, para las grandes empresas norteamericanas, el núcleo fundamental de sus acciones. Entonces ha quedado atrás la etapa de control directo de los productos primarios. Esta situación se ha transferido a los países que sufrían antes, en el periodo colonial, dos carencias: la carencia de soberanía y la ausencia de derechos nacionales sobre sus recursos naturales renovables o no renovables.

Es necesario decir que la transformación de las relaciones no ha modificado, en muchos casos, los factores de dependencia. En última instancia puede hablarse, desde otro nivel del dominio, de una acentuación de las formas de explotación porque a la internacionalización del producto-mercado, la internacionalización de la producción y la internacionalización de la circulación se añade hoy la internacionalización del sistema repetido

rio que actúa y funciona, de una manera totalizada, a favor de esa macroeconomía transnacionalizada.

En el caso latinoamericano existen sólo dos países -Brasil y México- que tienen un PNB superior a la cifra de ventas de la primera empresa transnacional de los Estados Unidos. Y, si se añade el valor de los activos, solamente Brasil.

En el caso de África no hay ningún país que posea un PNB mayor que la cifra de ventas (sin sus activos) de las primeras tres empresas estadounidenses (General Motors, Exxon y Ford Motor) lo que sirve para hacer una evaluación de la situación que prevalece actualmente. En Asia sólo tres países contaron con un PNB superior a la cifra de ventas de la General Motors en 1976. Es necesario afirmar, no obstante, que uno de los tres, China Popular, es el mayor país del Tercer Mundo con el 24% de la población de la tierra y un ingreso por habitante de sólo 110 dólares. El segundo es Irán, cuyo aparato de producción y cuyas fuerzas sociales no pueden significar ni suponer un factor de integración y respuesta.

El tercer caso le corresponde a Japón. Pero su proyecto socioeconómico es, sin duda, el de un país industrializado y, en gran medida, sus empresas y la dirección de sus inversiones tienden a reproducir, y no a cambiar el modelo transnacional esbozado. El Japón primera nación industrializada, repite, en sus grandes firmas, el programa exterior de los Estados Unidos.

Esto se da porque fundamentalmente uno de los problemas actuales del capitalismo altamente desarrollado consiste en la contracción de la tasa de beneficio. Ese factor es básico para comprender el proceso transnacional y las contradicciones crecientes entre los polos y las vanguardias avanzadas del sistema capitalista. La iniciativa norteamericana de trilateralizar las decisiones (Estados Unidos, Japón y Alemania Occidental) no corresponde a ninguna misteriosa disposición sino a la necesidad de mantener una alta tasa de beneficio.

Los factores primordiales para que esto ocurra revelan, en el interior del sistema, las crisis y las contradicciones generales. Así es, la tasa de plusvalía, la rotación del capital y su composición orgánica plantean una vasta operación de síntesis y reorganización que se refiere, en pocas palabras, a la relación, entre el capital constante y el capital variable.

En primera instancia el capitalismo obtiene la posibilidad de un equilibrio interno por vía de las inversiones directas en el exterior, es decir transnacionalizando, en grandes conglomerados, sus empresas y sus ventas.

Abandonos de nueva cuenta en el contexto del continente americano, y específicamente en América Latina podemos afirmar con seguridad que de todos los países que se localizan en ésta, México se distingue porque su economía experimentó, de 1960 a 1975 la tasa de crecimiento más elevada y más regular. Hecho tanto más notable porque, hasta 1973, año que marcó

el inicio de una fuerte ola inflacionaria en el mundo entero, los precios dieron muestra de una estabilidad extraordinaria. "Entre 1960 y 1975, en efecto, el aumento del PIB se mantuvo en una tasa real media cercana al 7%, esto es, el doble de la tasa anual de crecimiento demográfico (3.45%)."¹

Así durante esos quince años, el PIB aumentó, en términos reales, en un 160%, al pasar de 150 000 millones a 390 000 millones de pesos, (en pesos de 1960); por habitante se elevó, siempre en términos reales (pesos de 1960), en un 55%, es decir pasó de 4 310 a 6 600 pesos.

No obstante, durante el mismo período, las tasas de crecimiento, tomadas ya no en un período de quince años sino en grupos de cinco años, registraron una desaceleración debida a una serie de obstáculos estructurales privativos de México y también a la influencia de las fluctuaciones cíclicas de la economía mundial sobre la economía mexicana. "Así, la tasa media de crecimiento del PIB cayó del 7.2% a que había llegado entre 1960 y 1965, al 6.9% en los cinco años siguientes y disminuyó de un modo mucho más sensible, entre 1970 y 1975, hasta el 5.6%."²

La importancia dada por México, desde fines de los años 30, a la industrialización fundada en la sustitución de importaciones provocó cambios constantes en la distribución sectorial del PIB en favor del sector se -

1. R. Montavon, en "La Implantación de dos empresas multinacionales en México", Ed. La Red de Jonás, México 1980, P. 13.

2. Ibid.

cundario. De ese modo la participación de ese sector en el PIB pasó de 1960 a 1975 del 29.2% al 35.7%.

En 1973, la participación de la industria manufacturera en el PIB era del orden de 24%. Mientras que en 1960 la mayor parte del subsector industria manufacturera producía bienes de consumo en su mayoría no duraderos, la década de los 60 y la primera parte de los 70 vieron la aparición en México de una industria dinámica de bienes intermedios y de bienes duraderos así como el comienzo de una industria de bienes de producción.

El crecimiento dinámico del sector secundario y en particular de la industria manufacturera se efectuaron en detrimento del sector primario, cuya participación en el PIB disminuyó entre 1960 y 1975 del 15.9% al 9.6%, como nos lo menciona Rémy Montavon: "El debilitamiento del sector primario como consecuencia del desarrollo dinámico del sector secundario sacó a la luz dos hechos. En primer lugar la difícil situación de la agricultura y la zanja cada vez mayor entre, por una parte, la agricultura comercial de gran productividad situada en el norte y en el noroeste del país y, por otra, la agricultura de subsistencia del centro y del sureste. En segundo lugar, la poca importancia dada por la estrategia oficial de desarrollo a la explotación de los recursos minerales con excepción del petróleo."³

Hay que señalar también que la participación del sector terciario en el PIB permaneció sin cambios notables durante esos últimos quince años:

3. *Ibid.*

54.9% en 1960 y 54.7% en 1975. Pero también en su caso, como en el del sector agrícola, el sector terciario, que, por lo demás, es el que ofrece más empleos en el país, se compone esencialmente de dos subsectores muy diferentes. Uno de ellos moderno, situado en las zonas urbanas, cerca de las grandes industrias, que se caracteriza por un alto grado de capital y una productividad elevada; el otro, en cambio, comprende esencialmente pequeñas empresas de servicios intermedios de tipo tradicional y el conjunto de los empleados domésticos de la ciudad.

La tasa anual media de crecimiento industrial, que se elevó a 7.4% entre 1960 y 1975, fue el resultado de diferentes ritmos de desarrollo para los tres subsectores de la industria manufacturera, el de bienes de consumo no duraderos, el de bienes intermedios y el de bienes de consumo duraderos. En los años 50, la reducción progresiva de los márgenes de sustitución de importaciones de bienes no duraderos, la persistencia de la inflación y la concentración del ingreso provocaron un crecimiento relativamente lento del subsector de bienes de consumo no duraderos y un crecimiento más rápido de la industria de bienes intermedios.

Esas diferencias de ritmo de crecimiento provocaron cambios significativos en la estructura industrial del país. En 1950 la industria de bienes de consumo no duraderos representaba el 15.3% del valor global del sector manufacturero, la de bienes intermedios, el 15.4% y la de bienes de consumo duraderos el 9.3%.

Desde 1960, una serie de factores dió al sector manufacturero las capaci-

terísticas de una economía más avanzada. Fueron, especialmente, la -
afluencia de las inversiones extranjeras y el desarrollo de las indus -
trias automovilística y petroquímica.

Citando nuevamente a R. Montavon, el cual al respecto dice: "La demanda-
de bienes de consumo no duraderos siguió creciendo a un ritmo muy lento.
Así pues, la estructura industrial del país, en 1975, es muy diferente -
a la de 1960: el subsector de bienes de consumo no duraderos, que fue ob-
jeto de una modernización considerable, representa, en 1975, el 51.8% -
del valor global de la industria manufacturera; el de bienes intermedios
el 29.1% y el de bienes de consumo duraderos y bienes de producción, el-
19%."⁴

Es así como se puede decir que una de las principales características de
la industria mexicana en 1975 es una gran heterogeneidad intersectorial-
y una concentración creciente de la producción en grandes unidades indus-
triales. Para ejemplificar el nivel de concentración industrial en Méxi-
co, basta mencionar que en 1970, es decir, treinta años después de haber
sido adoptada la sustitución de importaciones, 0.5% de los estableci -
mientos industriales, de hecho la gran industria, controlaba, según el -
censo industrial de 1970, casi el 30% del capital invertido y el 24% del
valor agregado de la industria manufacturera. Por otra parte, si se con-
sidera las 230 ramas que componen el conjunto de la industria manufactu-

4. Ibid.

rera, se constata que, para 46 de ellas, las cuatro empresas más grandes suministraban el 75% de la producción. Para cada una de esas ramas, los cuatro establecimientos más grandes elaboraban, en promedio, el 43% de la producción industrial. Como sería de esperarse, el nivel de concentración era mucho más grande todavía en las ramas controladas por el capital extranjero.

Se puede aseverar también que el grado de concentración de la producción industrial es asimismo muy elevado, geográficamente hablando. El 75% del PIB industrial fue realizado, en 1970, en solo ocho Estados de la República que representaban el 49% de la población total y el 58% de la población urbana. Tan sólo tres de ellos, el Distrito Federal, el Estado de México y el de Nuevo León, que contaban con el 22.5% de la población total y el 34.4% de la población urbana, proporcionaron el 54% del PIB industrial; de hecho, la zona metropolitana de la Ciudad de México, por sí sola, producía el 45%.

B. LA REVOLUCION VERDE

Está ampliamente admitido que la tecnología nueva es un ingrediente necesario del desarrollo. En los primeros años en que se empezó a tomar una nueva conciencia de la importancia del desarrollo económico, después de la Segunda Guerra Mundial, se suponía que la tecnología con que se contaba en los países industriales podría ser fácilmente transferida a los países menos desarrollados. Pero se ha revelado de manera cada vez más clara que hay que descubrir nuevas técnicas, o adoptar las ya existentes,

de acuerdo con las condiciones climáticas, ecológicas e institucionales específicas, así como con la proporción relativa de los factores en cada país.

En los últimos años se han conseguido considerables avances en la obtención de nuevas variedades de alto rendimiento, especialmente de trigo y arroz. Estas nuevas variedades, junto con una serie de técnicas de cultivo, entre las que figuran el empleo de altas dosis de fertilizantes y la utilización controlada del riego, han sido adoptadas en determinadas zonas de diversos países asiáticos. Este fenómeno llamado la "Revolución Verde", ha tenido hasta el momento muy poco impacto en Africa y en América Latina con la excepción de México.

La "Revolución Verde" es, sin duda, un progreso necesario y deseado. Ofrece a los países con mayor densidad demográfica del mundo una esperanza para el sustento de su creciente población hasta que puedan conseguir un control más efectivo de sus tasas de crecimiento demográfico y la expansión de sus sectores industriales. Ciertamente ha cedido la amenaza de una inminente muerte masiva por inanición, lo cual fue objeto de numerosas controversias, especialmente a raíz de la notable sequía sufrida por la India a mediados de la década de 1960.

A pesar de estos positivos resultados conviene prestar atención a diversos puntos débiles y a ciertos nuevos problemas planteados por esta revolución. La superficie cubierta por estas nuevas variedades es todavía modesta, incluso en los países en que se han sembrado con mayor profusión.

Así, por ejemplo, en la India, donde la superficie sembrada se ha expandido rápidamente, sólo el 7% de la superficie de arroz y poco más del 25% de la de trigo se sembró con las nuevas variedades en 1968-1969. En el Sur y el Sureste de Asia, durante la campaña 1968-1969, las nuevas variedades cubrían alrededor del 13% de la superficie de arroz y el 21% de la de trigo. En muchos casos el empleo controlado del riego que se requiere para la obtención de los máximos beneficios de estas nuevas variedades ha dado lugar a ciertas disparidades regionales. Incluso en zonas donde se disponía de agua de riego, debido a los imprescindibles factores de producción complementarios que se necesitan, sólo los agricultores que tienen acceso al crédito han podido adoptar y recoger los beneficios de estas nuevas técnicas. Hasta la fecha no se ha centrado con el mismo vigor la investigación y la experimentación en la mayoría de los demás cultivos, ni en la producción ganadera. El desarrollo desigual de las nuevas técnicas y su rápida adopción, por parte de los agricultores más acomodados han hecho aumentar las desigualdades en las rentas. Las mayores producciones y las ocasionales presiones a la baja de los precios crean un agobio adicional a los agricultores menos favorecidos, lo que conduce a mayores desigualdades y disparidades regionales.

En este contexto se reorientaron las políticas que buscaban un incremento de la producción agrícola. La solución fue expandir la producción a través del aporte de capital y de bienes intermedios de origen industrial. Esta política fue aplicada sobre todo al sector de agricultura comercial dentro de los países del Tercer Mundo, en algunos casos obteniendo resultados espectaculares en algunos rubros de producción.

Esta "nueva estrategia" para la agricultura aparece, quizás en su forma más acabada, en el Cuarto Plan Quinquenal de India aprobado en 1965.

Ella se tradujo en la inserción de vastos sectores de la agricultura de los países en desarrollo en el circuito agroindustrial de bienes de capital y de insumos para la agricultura y también en el de las materias primas agropecuarias "estratégicas". Perceptible en ciertos países grandes como Brasil y México desde el fin de los años 50, el nuevo patrón de desarrollo rural se expandió en los últimos quince años. El alza de los índices de mecanización agrícola, del consumo de fertilizantes, durante este periodo, demuestran la intensidad que revistió en muchas regiones la transformación de las técnicas de producción.

Para el conjunto de los países de menos desarrollo, el consumo de fertilizantes se multiplicó por cuatro entre 1961-1965 y 1975. El aumento significativo del empleo de tractores en la agricultura se refleja en la drástica reducción de la superficie agrícola por tractor: el índice baja de 100 a 46 durante el mismo periodo. La superficie irrigada creció 27% mientras que la superficie agrícola se expandió a un ritmo mucho más lento que el del conjunto de los factores tecnológicos.

Este proceso se desarrolló en forma desigual en las diferentes zonas geográficas y presentó variaciones importantes según los países.

El modelo de "Revolución Verde" ha tenido un impacto significativo sobre las estructuras agrarias. Históricamente, las reformas agrarias abrieron-

el camino, no directamente sino indirectamente, a la expansión de la agroindustria transnacional. Sin embargo, la "Revolución Verde" parece no solo facilitar el crecimiento agroindustrial sino, al mismo tiempo, vinculada a las corporaciones transnacionales.

El tipo de tecnología asociado al acelerado proceso de capitalización de la producción agrícola no consiste solamente en la aplicación indiferenciada de un paquete tecnológico. Aparte de estar vinculada a la expansión de determinados cultivos y rubros de producción, está también estrechamente ligada a la capacidad de incorporación de nuevos servicios, infraestructurada de la producción agrícola y a la tasa de retorno del capital. La "nueva estrategia" opera por lo tanto, selectivamente. La distribución de los recursos tecnológicos, así como de los servicios institucionales que los acompañan, es selectiva entre distintas regiones. La asignación de los recursos se orienta sobre todo hacia áreas ya dotadas de obras de infraestructura y en las que se desarrolla una agricultura comercial y con potencialidad de expansión. Punjab y Haryana en la India, la región sur del Brasil y el norte de México, son ejemplos de regiones donde se concentra la aplicación de tecnologías y cuya expansión en los últimos años demuestra la naturaleza desequilibradora y excluyente de este modelo de desarrollo agrícola basado en la "Revolución Verde". Es en este sentido como lo expresa Ivan Restrepo: "Cálculos recientes estiman en 800 millones los seres afectados en el medio rural por estos hechos; la mayor parte de ellos son pequeños agricultores, arrendatarios y trabajadores del campo sin tierra ni empleo.

Estos cientos de millones de pobres son los que, de una u otra forma, hicieron posible que la "Revolución Verde" beneficiara, a partir de la década de 1960, a la población rural rica e influyente."⁵

Solo cuatro estados del norte de México disponen de los niveles más elevados del país en materia de mecanización agrícola: casi un 100%. Su superficie fertilizada corresponde a un 95% de la superficie bajo fertilizantes en todo el país. Estos cuatro estados concentran 53.8% del área bajo irrigación más del 25% del crédito estatal para la investigación agrícola y el 38% del personal especializado a nivel de doctorado.

"En Sonora, México, antes de la "Revolución Verde" la dimensión promedio de las explotaciones era de 161 hectáreas. Después de 20 años de modernización, efectuada con fondos públicos, la superficie promedio se elevó a 809 hectáreas en torno a la ciudad de Hermosillo, eje de la "Revolución Verde"; algunas explotaciones llegaron a ser de 10,117 hectáreas".⁶ En contraste, alrededor de tres cuartas partes de la fuerza productiva de Sonora carecían por completo de tierra.

La desigualdad en la asignación de recursos se refleja igualmente en la naturaleza selectiva y concentradora de las transformaciones tecnológicas a nivel de las estructuras productivas. Diversos estudios sobre la eg

5. Iván Restrepo, en "Conflicto entre ciudad y campo en América Latina" Ed. Nueva Imagen, México 1980, p.17,

6. Iván Restrepo, en "Nutrición y Desarrollo agroindustrial", en Comercio Exterior, vol. 28 núm. 3, México, marzo de 1978,

trategia de desarrollo en Asia, Africa y América Latina, basados en un modelo de utilización intensiva de recursos tecnológicos de origen agroindustrial, señalan una evolución de las estructuras agrarias, caracterizadas por la heterogeneidad y polarización crecientes. Las tradicionales desigualdades derivadas de la concentración de la tierra se producen y refuerzan al introducirse la nueva tecnología agrícola.

C. LA AGROINDUSTRIALIZACIÓN.

La disputa reciente sobre el desarrollo agroindustrial ha requerido un esfuerzo de ubicación conceptual. Ello ha sido necesario, por una parte, porque el análisis convencional abordó por mucho tiempo los proyectos agroindustriales como si fuesen agrícolas o industriales, sin reconocer la naturaleza esencialmente intersectorial de la agroindustria. Como consecuencia se produjo una estructura institucional fragmentada.

Con el propósito de dar un marco analítico apropiado al estudio de las agroindustrias, se ha planteado la necesidad de someter el análisis y concepción de los proyectos correspondientes al enfoque sistemático, que permite considerar de manera adecuada sus aspectos estructurales, organizativos y estratégicos. Este enfoque necesita complementarse con técnicas de análisis financiero y de análisis económico. De hecho el marco analítico global de la agroindustria, formado por el concepto de sistemas, las técnicas financieras y el análisis económico, debe ser visto como una unidad integral de elementos interactuantes, y en el proceso respectivo de toma de decisiones han de intervenir muchas otras variables, en particular las

políticas.

Esto ha llevado a distinguir la agroindustria de la industria rural, como segmentos de la realidad que merecen tratamiento específico; el de la industria rural por las condiciones socioeconómicas asociadas a su localización y el de la agroindustria por su carácter intersectorial, que la relaciona con todas las actividades de transformación de alimentos o materias primas de origen agropecuario, sea cual fuere la ubicación, dimensión y características de las plantas. Un concepto más complejo, dentro de este enfoque sistémico, denomina agroindustria integrada a la unidad funcional y económica que abarca, por lo menos, una actividad agropecuaria o forestal, una actividad industrial y/o una actividad comercial, ligadas por relaciones de insumo producto. Esta definición supone la existencia de un centro de decisiones común para todas esas actividades, y plantea como requisitos de cada proyecto la viabilidad técnico económica del conjunto y de cada una de sus partes.

Por otro lado, la cuestión ha exigido dar mayor precisión conceptual a la distinción teórica que trata de aclarar el diverso significado de la operación agroindustrial como manera de producir y como mecanismo de determinación y control de la producción agropecuaria.

El desarrollo agroindustrial puede ser visto, en primer término, como expresión de una tendencia histórica de la producción, asociada al avance tecnológico: la manera industrial de producir sería, desde ese punto de vista, una forma superior a la manera campesina, en cuanto supone un apro

vechamiento más extenso e intenso de los recursos naturales y una mayor productividad del trabajo. Es éste un aspecto fundamental del desarrollo del hombre, cuyo creciente dominio de la naturaleza la humaniza: el hombre emplea así la técnica, el instrumento, para que se canse y desgaste en lugar suyo, eleve la potencialidad productiva de su esfuerzo y reduzca su dependencia de las fuerzas y calamidades naturales. Con el tiempo, por esta vía del progreso humano, la agricultura no se distinguirá de la industria manufacturera actual, pues tenderá a igualarse al grado de avance tecnológico en todas las actividades productivas.

"La detección de la oportunidad tecnológica pueden hacerla el productor, los técnicos de la unidad productiva, los obreros o jornaleros, los agentes especializados externos a la unidad productiva, dedicados a labores de consultoría, ingeniería, asistencia técnica, extensionismo, investigación y desarrollo experimental, o los promotores del desarrollo. El desarrollo de tecnología puede hacerse también dentro o fuera de la unidad productiva. Fuera, por personal especializado o por inventores no profesionales; dentro, por unidades especializadas o por personal dedicado a la operación y mantenimiento. Esto es, el desarrollo de tecnologías puede ser una labor especializada, a cargo de personal dedicado a ella exclusivamente, realizada en unidades diferenciadas, o una actividad estrechamente ligada a la práctica productiva".⁷

7. Julio Boltvinik Kalinka, en "S.A.R.H., Documentos de Trabajo para el Desarrollo Agroindustrial", No. 3, México, diciembre de 1979, p.66.

Pero el desarrollo agroindustrial no solo tiene ese significado: define también el proceso que supedita progresivamente la producción agropecuaria a las exigencias y orientaciones de la industria. Este proceso supone la relativa pérdida de autonomía de la actividad agropecuaria y la transformación de sus móviles de producción. En contraste con la actitud del campesino tradicional, que produce para atender directamente sus necesidades, la agricultura moderna se orienta en función de las necesidades sociales, tal como se definen en el mercado. Este, a su vez, se configura en los términos del desarrollo industrial, que así determina la actividad agropecuaria, a partir de una doble homogeneización social: de las necesidades mismas y de las condiciones de producción. Como el desarrollo industrial no se da en el vacío sino en una realidad socioeconómica concreta, arraigada en la historia, aquí no se trata ya, simplemente, de las necesidades de alimentos de una población creciente, sino de las necesidades tecnológicas de la alimentación envasada, empaquetada y sometida, por tanto, a la organización del desarrollo contemporáneo; no se habla de alimentación a secas sino del uso y las reglas de la organización alimentaria como conjunto; no se trata solamente de alimentos sino de manejo, conservación y control de su circulación social.

En Estados Unidos, el escándalo del gran capital envuelto en la agricultura e industrias conexas ha levantado clamor público en el país pero no ha disminuído el control que la gran empresa monopólica ejerce sobre el destino económico de los pequeños agricultores y sobre la política del gobierno.

El término agronegocio (agribusiness) nació en el campo de la administración de empresas, con el propósito de someter a análisis un conjunto de actividades, aparentemente dispersas, que realizaba una heterogénea variedad de agentes económicos, ocupados, en escalas muy diversas, de la producción, el procesamiento, el transporte, el almacenamiento, el financiamiento, la comercialización y la regulación de artículos de origen agropecuario. Hoy, el agronegocio, es una realidad económica y política, en rápida expansión, que tiende a adoptar una forma orgánica de existencia y desemboca muy naturalmente en el poder alimentario. De hecho, agribusiness y foodpower resultan hoy sinónimos, como aproximaciones analíticas a las cuestiones de la alimentación mundial.

La más reciente crisis de alimentos, -"Hace cinco años se dió la crisis de alimentación más seria y de mayor amplitud que registre el mundo después de la década de 1941-50. Este hecho aparece hoy tan olvidado como en su tiempo revistió gravedad y alarma. Lo que dicha crisis produjo sirvió para que se recordara, de pronto, la existencia de un agudo y profundo problema de alimentación y desigualdad que abarca a cientos de millones de personas cuya aspiración a llevar una vida normal aún no puede realizarse pese al fantástico desarrollo científico y tecnológico"⁸, cuyas manifestaciones más dramáticas se hicieron evidentes a partir de 1972, desató considerables esfuerzos de investigación en todas partes del mundo. Los más importantes resultados de tales esfuerzos pueden resumirse de la siguiente manera :

8. Ivan Restrepo, en "Conflicto entre ciudad y campo en América Latina", Ed. Nueva Imagen, México 1980, P. 17.

- a. Se despejó el mito de que la crisis alimentaria es simplemente un fenómeno natural, atribuible al tiempo o a las calamidades naturales.
- b. Se destruyó el argumento de que la crisis se origina en el crecimiento de la población, que ha sobrepasado el de la producción de alimentos. Al respecto se afirma: "Si el exceso de población fuera causa de hambre debería esperarse que ésta fuese más grave en los países que tienen más población por hectárea cultivada. Pero no existe tal correlación. Compárese China con la India, por ejemplo. La cantidad de hectáreas cultivadas por persona en China es la mitad que en la India"⁹. Sin embargo, en sólo 25 años China logró eliminar la desnutrición aparente, mientras muchos hindúes padecen por escasez de alimentos.
- c. Se demostró que hay y ha habido más que suficientes alimentos para satisfacer las necesidades nutricionales básicas de todos los habitantes del planeta. Es por ello que se dice: "Se produce sobre la Tierra una cantidad de granos suficiente para proporcionar a toda la población suficientes proteínas y 3,000 calorías por día, o sea, la ingestión de calorías del norteamericano medio. (Una tercera parte de esas calorías potenciales se emplea actualmente para alimentar al ganado). Esta dosis de 3,000 calorías, además, no incluye frijoles, tubérculos, frutas, nueces ni carne producida a base de granos"¹⁰.

9, Dr. Benedict Stavis de la Universidad de Cornell, en "El hambre en el mundo diez mitos", Copider México P.10.

10. Cálculos basados en los anuarios de producción de la FAO: estimaciones recientes muestran que la producción mundial de granos es de aproximadamente 4 billones por persona por día.

d. Lo que resultó mas importante fué, que se identificó el origen de la crisis en la espera de la economía política del capitalismo.

La política económica instrumentada en México, a partir de la segunda mitad de los años cuarenta sustentó, como ya antes lo mencioné, un patrón de industrialización orientado hacia la sustitución de importaciones. El esquema de medidas de política económica que se construyó para tal objeto, comprendió un proteccionismo indiscriminado a todo tipo de producción industrial interna: exenciones y subsidios para facilitar e incrementar la capitalización de estas plantas; crédito preferencial e intermediación financiera por parte de la Banca Oficial; inversiones públicas e infraestructura productiva, enfocadas a la creación de las condiciones adecuadas para el crecimiento industrial, e inversión directa por parte del Estado en industrias básicas. Como lo apunta René Villarreal "Posteriormente fue necesario reorientar la política económica (básicamente la comercial e industrial) para proteger a la industria naciente de la competencia externa, que, conjuntamente con la acción directa del Estado como inversionista en obras de infraestructura y sectores estratégicos permitió que la economía mexicana avanzara en su proceso de industrialización y sustitución de importaciones"¹¹. Con estas acciones, el Estado ha subsidiado la producción industrial.

Lo anterior se acompañó de una política comercial interna que favoreció el abaratamiento de los recursos que esos procesos industriales exigen,

11. René Villarreal, en "El desequilibrio externo en la industrialización de México" (1972-1975), I.I. F.C.I., México 1976, P.64.

manteniendo bajos los precios de las materias primas de origen agropecuario y forestal y los de los bienes salario, que determinan el costo del trabajo."... la inversión agrícola crece al 16.4% promedio anual en el periodo 1939-1958, siendo aún mayor en el decenio de los 40 (1939-1950), en que crece al 27%. Dicha inversión (principalmente en obras de riego, de almacenamiento y distribución de productos agropecuarios), junto a la profundización en la reforma agraria desde el periodo cardenista, vinieron a permitir que el sector agrícola cumpliera con su papel de apoyo al proceso de desarrollo industrial, esto es, proporcionar mano de obra y materia prima al sector industrial, alimento a la población rural y urbana (a través de exportaciones) que permitieran financiar parte de las importaciones de bienes intermedios y de capital para la industria." ¹²

El modelo de industrialización nacional supuso, así una creciente descapitalización del Sector Agropecuario y Forestal. En su interior parecían encontrarse condiciones propicias para tal proceso: los productores primarios enfrentaban una retracción de su participación en el PIB y las organizaciones de productores tenían limitada su capacidad de negociación frente al mercado.

Esto condujo a una modificación en las relaciones de intercambio sectorial, donde el primario vio reducidas sus capacidades de generación y retención de excedentes, en un contexto de masificación acelerada, con el argumento de

12. *Ibid.*

que el desarrollo industrial eventualmente revertiría los beneficios de su proceso al conjunto económico global. Todo lo anterior determinó un desarrollo sectorial polarizado con la habitual secuela de desequilibrios y asimetrías.

El modelo aceleró el proceso de diferenciación entre productores agropecuarios. Las grandes obras hidráulicas y de infraestructura, el crédito, la asistencia técnica y otros apoyos similares, fueron orientados a ciertas regiones y a cierto tipo de productores seleccionados por su más inmediata capacidad de respuesta productiva.

En el marco de este esquema de crecimiento económico, se estructuró, en lo particular, el tipo de desarrollo agroindustrial: el terreno económico propicio para todo tipo de inversiones internas, la disponibilidad de una oferta abundante y barata de materias primas y la presencia de bajos niveles organizativos y de capacidad negociadora, por parte de los productores agrícolas, favorecieron la profundización y extensión del proceso.

Es en este contexto donde la agroindustria se ha desarrollado en forma dinámica, de tal manera que, en el período 1960-1975, su tasa promedio de crecimiento alcanzó incluso valores superiores al 7% anual. Al mismo tiempo, su crecimiento originó, de manera similar a lo que se observó en el proceso general de industrialización, una planta industrial orientada, principalmente a satisfacer una estructura de demandas solventes, a partir de los intereses de los estratos más altos de la población. "La agricultura sigue siendo una actividad organizada en forma tradicional, sometida

da a sus propias reglas, para convertirse en una rama de la producción, - modernizada por la acción del capital y la absorción de nuevas técnicas e integrada de forma cada vez más estrecha a un sector productor de alimentos, que se caracteriza por la creciente importancia que tiene, frente a la producción de materias primas agrícolas, las fases industrializadoras y comercializadoras de una cadena agroalimentaria que conduce a la producción moderna de alimentos" 13.

Esta planta fué incapaz de generalizar y sus productos y beneficios con una lógica que pudiera asemejarse a la de la satisfacción de las necesidades sociales. "Así en México prevalece una situación en la que el 33% de las familias sólo percibe el 7% del ingreso y otro 33% de ellas el 70% del mismo; lo cual favorece y mantiene la distorsión del aparato productivo" 14.

Es conveniente señalar que a la agroindustria corresponde un papel destacado en la generación de divisas, ya que su participación relativa, en el total de las exportaciones de los tres sectores básicos de la actividad económica, manifiesta una tendencia ascendente, pasando en términos de la matriz de insumo producto, del 30% en 1960, al 41% en 1970 15.

13. Fernando Rello, en "Investigación Económica" No. 150, México octubre-diciembre de 1979, p. 133.

14. S.A.R.H., "Plan Nacional de Desarrollo Agroindustrial" (1980-1982), México 1980, p. 16.

15. *Ibid.*

Aún cuando el crecimiento agroindustrial alude a una dinámica muy importante en sus ramas de producción, que se expresa en una tasa media anual de 6.1% para el período 1960-1975 su comportamiento presenta una contracción para el último quinquenio al pasar su tasa media anual de 7.1%, en 1960-1970, a 4.5% en 1970-1975 ¹⁶.

Las tasas medias de crecimiento anual de cada uno de los subconjuntos agroindustriales, alimentario y no alimentario, son: para el primero, de 6.2% en el período 1960-1965; de 6.1%, en 1965-1970, y de 4.1%, en 1970-1975; y, para el subconjunto no alimentario, en los mismos períodos, de 7.7%, 7.7% y 4.8% respectivamente ¹⁷. Este comportamiento de la producción agroindustrial, similar al de la economía en su conjunto, ha determinado que su participación en el PIB se haya mantenido alrededor de 11%, del que corresponden 6% al subconjunto alimentario y 5% al no alimentario. De igual forma, con relación al producto industrial, la agroindustria, que participaba con el 40% del PIB del sector en 1960, para 1975 representó el 31%, como resultado del dinamismo que observó el Sector Industrial en su conjunto. Con respecto a los subconjuntos agroindustriales, para 1960 correspondió al alimentario el 22% y al no alimentario el 18%; relación que se modificó sustancialmente para 1975, cuando el primero cubrió el 15.7% y el segundo el 15.3% de la participación agroindustrial en el PIB del sector (SIPI) ¹⁸.

16. Ibid.

17. Ibid.

18. Ibid.

El proceso de saturación constante de los mercados a que estuvo dirigido el producto agroindustrial, constituye la explicación central de la tendencia antes señalada.

En cuanto a la composición del crecimiento agroindustrial, es importante subrayar que el subconjunto alimentario presentó una dinámica menor que su complemento, el agroindustrial no alimentario.

Lo anterior es resultado del cambio en la estructura de la producción agroindustrial, que enfatizó el grado de sofisticación en los productos y no atendió los requerimientos del consumo básico. Esto radica en la desproporción creciente entre la capacidad productiva instalada y la demanda social. Esta contradicción efectiva entre la estructura del aparato productivo y las necesidades sociales, en la que los alimentos ocupan un espacio esencial, constituye el centro del conflicto. Esta contradicción tiene su correlato evidente en la concentración del ingreso que, objetivamente, es el elemento fundamental del problema. Por esa concentración, que tiene características regionales precisas desde el punto de vista de las áreas urbanas, el modelo privilegió la demanda de los núcleos que controlan el segmento más considerable del ingreso y desatendió, por la inercia misma del proceso los sectores de los bienes salariales y de los bienes de producción.

Así como la industrialización tiende a concentrar la producción y a los capitales ya existentes, como un proceso inherente al modelo adoptado, la producción agroindustrial manifiesta la misma tendencia combinada con un

fenómeno de atomización, que consiste en la persistencia y proliferación de la pequeña empresa.

Para 1975 y a nivel de estratos, a la grande y mediana empresas les correspondió una participación en el valor agregado, personal ocupado y remuneraciones del 75, 50 y 71% respectivamente, del total agroindustrial ¹⁹.

Con respecto al subconjunto alimentario, la mediana y gran industria representaron el 0.95% del total de establecimientos de la agroindustria, participando con el 39.1% del valor agregado, el 24% de la fuerza de trabajo y el 34.7% de las remuneraciones pagadas ²⁰.

De igual forma, y para las mismas variables, los establecimientos grandes y medianos del subconjunto no alimentario representaron el 0.95% del total, alcanzando el 36.1%, el 26.3% y el 37.7%, respectivamente ²¹.

Paralelamente, la gran empresa agroindustrial, en el lapso de 1965-1975, disminuyó su número de establecimientos en un 10%, aumentando tanto su participación en los tres rubros antes señalados como su eficiencia en términos de productividad siendo esto expresión de los procesos de concentración y de centralización.

19. Ibid.

20. Ibid.

21. Ibid.

Por su parte, la mediana empresa, que incrementa su número de establecimientos en un 34%, registra los mayores aumentos en los rubros indicados, de los que 58% corresponde al subconjunto alimentario y 16% al no alimentario ²².

La pequeña empresa tiene baja productividad por establecimiento y por persona, además de escasa rentabilidad y mínima capacidad de inversión productiva. Este estrato, al enfrentarse en desventaja competitiva con la mediana y grandes empresas muestra la sucesiva aparición y desaparición de sus establecimientos, que determina la proliferación de los mismos.

Así la gran agroindustria alimentaria ha desarrollado una mayor concentración y centralización con respecto a la gran agroindustria no alimentaria. La mediana empresa en ambos sectores se comporta de manera similar a la grande, en general, la pequeña empresa tiende a proliferar y a atomizarse.

La concentración puede considerarse como la característica central del proceso de agroindustrialización, también la influencia cada vez mayor de las empresas de participación extranjera es un fenómeno de importancia semejante.

Parte de la agroindustria en México ha sido integrada a las necesidades concretas que se derivan de inversiones foráneas que no sólo se basan, como anteriormente ocurría, en el intercambio de productos primarios contra

22. *Ibid.*

productos industriales, sino en la regulación progresiva y por segmentos de un sistema de producción mundial que tiene su lógica propia: la concentración del capital industrial y la dominación tecnológica, bien sea como transferencia de recursos o de tecnología. En ese sentido lo expresa Fernando Rello al decir: "La agroindustria moderna se caracteriza por un proceso de absorción de nuevas tecnologías en la producción agrícola e industrial, por cambios en los procedimientos de producción, por la creación de nuevos productos, por el mejoramiento en los sistemas de transporte y conservación de alimentos, por innovaciones tecnológicas en el empaque y presentación de productos finales, por nuevos sistemas de mercadeo y distribución y por métodos de organización más eficientes" ²³.

Las consecuencias y características de esta nueva situación se expresan, en todo su valor y dimensión, en el Sector Agropecuario y sobre todo en el área de la agroindustria alimentaria. Tiende esta última a ser controlada no sólo por los dispositivos tecnológicos, financieros y de mercado de las empresas transnacionales, sino por la dieta y hábitos alimenticios como se verá más adelante que se desprenden de sociedades que no son comparables, ni cultural ni socioeconómicamente, con países como el nuestro.

En lo anterior concurren las condiciones de mercado de los productos perecederos que, por necesidad deben ser objeto de tratamiento para conservar-

23. Fernando Rello, en "Investigación Económica No. 150", México octubre - diciembre de 1979, P. 157.

su capacidad de uso. De esta forma y cada vez más, el producto agropecuario se ve sujeto a procesos agroindustriales que modifican su estado original antes de llegar al consumidor.

El proceso de transformación agroindustrial, por las características que le son inherentes, se han integrado de manera vertical y, dado su mayor peso específico como proceso económico, ha subordinado, significativamente, la producción primaria.

Así, el desarrollo agroindustrial influye de manera definitiva en los patrones de cultivo, en las formas de organización para la producción y aún en los sistemas de distribución generando un control y condicionamiento de la oferta agropecuaria. Esto ha llevado a que decisiones sobre tecnología y especialización de la producción comercial sean tomadas en esferas externas a este sector y, sobre todo, que los productores agropecuarios y forestales sean sometidos a las modalidades de control del capital financiero. Así lo expresa Fernando Rello "Otra forma de subordinación es la inclusión de los productores agrícolas en la organización de la producción de empresas agroindustriales, en calidad de apéndices de ella" ²⁴.

Resulta explicable que las distorsiones de la estructura productiva agroindustrial se filtren en todo el ámbito de la producción primaria. Conse

24. Ibid.

cuentemente, a una estructura agroindustrial, que atiende preferentemente - como ya se dijo - las exigencias de una demanda solvente de productos con alto grado de elaboración, ha correspondido una orientación especial de la producción de materias primas, originando, entre otras cosas, que se desatienda la producción de alimentos básicos de alto valor nutritivo. De esta forma, la injerencia de la actividad agroindustrial y, en particular, la de las grandes empresas, mediante la inducción del patrón tecnológico en las actividades primarias, ha contribuido decisivamente al desplazamiento de los cultivos básicos tradicionales y, por tanto, al incremento en las importaciones de granos.

El patrón tecnológico establecido en la agroindustria es el que corresponde a los intereses de las grandes empresas cuyo fin ha sido conservar el mercado que, en la mayoría de los casos, el socio extranjero antes abastecía desde su lugar de origen.

Este esquema tecnológico ha redundado positivamente en la productividad, aumentándola de manera considerable, abatiendo costos de producción. No obstante, por la inexistencia de una correlación directa, entre costos y precios, es de suponerse que este abatimiento se ha canalizado a fines publicitarios y pago de regalías por tecnología externa, con lo que el consumidor final no se ha beneficiado por la mayor productividad.

La relación comercial que se gesta entre las instancias de transformación y las de producción primaria opera con productores generalmente desorganizados, en un sistema de contratación individual. Esto permite a las prime-

ras decidir con holgura sobre todas las fases del proceso productivo, desde el abastecimiento de insumos hasta la comercialización del producto terminado.

Por otro lado tenemos que el impacto de la agroindustrialización sobre la producción agropecuaria, es difícil de evaluar; la discusión se da fundamentalmente en torno a la "Revolución Verde" y a sus beneficios y costo para los países menos desarrollados. Quizá sea aceptable para todos la conclusión de que las firmas transnacionales, al fomentar un modelo de agricultura, son capaces de aumentar considerablemente la producción y la productividad de la misma.

Según datos globales de la FAO, los volúmenes totales de la producción de alimentos aumentaron.

Sin embargo, la correlación positiva entre el incremento de recursos tecnológicos y el aumento de producción no habría de traducirse necesariamente en el aumento positivo del índice de producción per cápita. Los efectos demográficos parecen contrarrestar el crecimiento de la producción global. Sin embargo, este efecto positivo está sin duda limitado a ciertos productos y no a todos, es decir, aquellos ligados a la agroindustria de transformación y distribución, así como a aquellos dirigidos al mercado internacional. Esto no implica, por lo tanto, una seguridad alimentaria mayor para el país en su conjunto, y menos aún para los sectores más pobres de la población.

La implantación de agroindustrias de procesamiento de productos agrícolas en los países del Tercer Mundo, ha producido también en muchos casos nuevas cargas para la balanza de pagos. Esto está expresado de dos maneras : En primer lugar, por el hecho de que la mayoría de las firmas importan sus equipos desde los países desarrollados. Las inversiones necesarias para la instalación completa de dichas plantas varían de un mínimo de dólares para una industria frigorífica, 3.5 para una industria de leche, hasta 24.7 para trituradoras y refinadoras de aceite y 42.9 millones de dólares para los ingenios azucareros ²⁵. En segundo lugar, porque estas implantaciones agroindustriales implican un pago anual de regalías y servicios tecnológicos. -lo que ya se mencionó- aparte del repatriamiento de las ganancias. Los factores mencionados tienen una fuerte incidencia en el endeudamiento externo en la medida que las agroindustrias son financiadas mediante préstamos internacionales garantizados por el Estado.

El desplazamiento de bienes alimenticios de consumo corriente por la producción dirigida de las firmas transnacionales, genera también en muchos casos la necesidad de importar alimentos para el consumo de la población, como actualmente está sucediendo. Hay numerosos ejemplos que ilustran esta aseveración, entre ellos tenemos a México, que de país exportador de maíz, llega a ser en los últimos años importador neto; las importaciones alcanzan alrededor de 10 millones de toneladas anuales con tendencia a

25. Gonzalo Arroyo, en "S.A.R.H., Documentos de Trabajo para el Desarrollo Agroindustrial", No. 1, México diciembre de 1979, P. 57.

· aumentar. El maíz base de la dieta alimenticia del pueblo mexicano, es desplazado por sorgo, legumbres y carnes, productos ligados a la exportación. Otro ejemplo es Brasil que es exportador de soya pero debe importar frijoles, los cuales antes exportaba, y además 3.5 millones de toneladas de trigo para compensar la baja en el consumo de frijol.

D. LA MULTINACIONALIZACION

Un rasgo distintivo del sistema económico mundial actual es la multinacionalización de las actividades industriales, entre ellas la agroindustria. Esto se puede analizar concretamente a partir de las inversiones directas de capital extranjero en los países de menor desarrollo. En efecto, las empresas transnacionales, dentro de su programación a nivel mundial de la producción, establecen subsidiarias o filiales en cada país donde operan. Esto es diferente de la inversión de portafolios en tiempos en que la empresa nacional no era controlada directamente por la firma extranjera.

Si se considera el status jurídico de las empresas agroindustriales, existen las que son propiedad de una persona natural o de una familia, las sociedades locales y regionales controladas o no por grupos industriales y/o financieros nacionales, las empresas estatales y otras controladas por el Estado, las empresas cooperativas y, finalmente, las empresas transnacionales que operan a través de filiales o de inversiones conjuntas con el Estado. A menudo estas últimas extienden su control, ya sea eliminando, ya sea absorbiendo a las empresas nacionales; esto sucede sobre todo en el caso de productos agrícolas de exportación o de aquellos

transformados en alimentos para el consumo doméstico, cuyos valores son realizados en mercados de altos ingresos. Sucede también en el caso de la producción industrial y en la distribución de insumos para la producción agrícola, como son las maquinarias, herbicidas, pesticidas, fertilizantes, semillas mejoradas y otros.

Si se considera el tipo de actividad o especialización de las empresas transnacionales se pueden distinguir dos clases de agroindustrias, aunque por lo regular existen ligazones entre ellas :

- a. Productoras y distribuidoras de insumos para la agricultura, la ganadería y la producción forestal; y
- b. Procesadoras de materias primas agrícolas y distribuidoras de alimentos y de otros productos no-alimenticios como lo son textiles, cuero, calzado, caucho, papel e industrias de la madera, cáñamo y otras fibras, etc.

De acuerdo con estimaciones preliminares de las Naciones Unidas sobre las 170 principales firmas agroalimentarias operando en el mundo en 1974, 85 (50%) tenían su sede principal en Estados Unidos, 52 (31%) en los países del Mercado Común, 25 (15%) en Japón, 6 (3%) en Canadá y sólo una en Australia y Argentina ²⁶.

26. Gonzalo Arreyo en "Investigación Económica" No. 147, México enero-marzo de 1979, P. 15.

El criterio utilizado para identificar dentro del conjunto de empresas transnacionales estas 170 firmas agroindustriales se basaba primeramente en las ramas industriales en que operaban. Es decir que ellas mismas señalaban que su actividad principal se desarrollaba en la industria de alimentos y bebidas o en su comercialización al mayoreo. Un segundo criterio era la cifra anual de negocios, reteniendo sólo aquellas cuyas ventas anuales fueran superiores a los 500 millones de dólares durante el año 1974 ²⁷.

Los productos procesados o no, que fueron considerados por el listado, son los siguientes :

1. carnes y subproductos
2. lácteos
3. pescado y productos del mar
4. frutas y legumbres
5. cereales
6. aceites
7. azúcar y subproductos
8. bebidas
9. especias

De acuerdo con estos datos resulta evidente la predominancia de las empresas de origen norteamericano. Sus ventas anuales alcanzan los 204 mil millones de dólares, es decir, dos tercios del total de ventas incluidas en-

27. *Ibid.*

la muestra ²⁸.

Las principales de ellas se dedican al comercio de granos (Gargill y Continental Grain), a los alimentos procesados y diferenciados por marcas registradas (Beatrice Foods, General Foods y Kraftco), a los alimentos concentrados para animales (Ralston Purina), frutas y legumbres (United Brands), leche (Borden), bebidas (Coca-Cola y Pepsico), supermercados (Stafeway) y otras ²⁹.

Sin embargo, las dos firmas agroalimentarias más grandes son de origen europeo. La primera es Unilever, de nacionalidad británico-holandesa. Opera mediante filiales en 74 países y se especializa sobre todo en aceites comestibles, margarinas y alimentos en base a pescado. La segunda, Nestlé, tiene su sede principal en Suiza y se especializa en productos lácteos, manteniendo filiales en 42 países. Unilever posee fábricas en los cuatro rincones del mundo : en Europa se la encuentra en Italia, Reino Unido, Francia, España, Dinamarca, Bélgica, Austria, Noruega, Países Bajos, República Federal Alemana, Suiza y Portugal. Particularmente importantes en Estados Unidos y Canadá, existen también en América Latina (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, México y Venezuela), en Africa (Ghana, Kenya, Nigeria), en Asia, desde Turquía hasta Australia, pasando por Pakistán, la India, Hong Kong y Japón. Nestlé no tiene nada que envidiar a su rival,

28. Ibid.

29. Ibid.

aunque su extensión mundial no sea tan vasta" ³⁰. Existen también algunas industrias alimenticias de magnitud que operan en el mundo a partir del Japón (Mitsubishi y Mitsui), de Canadá (George Weston) y de Francia (Gervais Danone).

Otra investigación realizada por el Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier, identifica las 100 empresas transnacionales más grandes que en 1975 desarrollaban actividades en la producción, procesamiento y distribución de alimentos. Según estimaciones del autor, los 100 primeros conglomerados agroalimentarios realizan alrededor del 40% de la producción mundial en el sector, es decir, 145 mil millones de un total de 330 millones de dólares, un activo total de 900 millones, beneficios netos de 44 millones y capital circulante de 84 millones de dólares ³¹.

Del estudio de estas 100 firmas se deduce una tendencia clara a la concentración progresiva del capital en un menor número de empresas; es decir, existe una ventaja económica de escala positiva para los conglomerados más grandes. La firma agroalimentaria tipo manifiesta además un coeficiente rápido de rotación del capital y una alta productividad del trabajo. Esta última es más elevada para los productos de carne, mediana para la leche y débil en la conservería, destilería y cervecería, donde la rentabilidad es relativamente alta (12%) pero la tasa de ganancia es más

30. Gérard Carreau, en "El negocio de los alimentos", Ed. Nueva Imagen, México 1980, P. 20.

31. Gonzalo Arroyo, en "S.A.R.H., Documentos de Trabajo para el Desarrollo Agroindustrial", No. 1, México diciembre de 1979, P. 49.

débil.

Una segunda tendencia observada en la muestra de las 100 firmas es la diversificación sobre todo intrasectorial, es decir, dentro de la producción alimenticia, bajo marca registrada, pero también extrasectorial orientada hacia transportes, restaurantes y hoteles. De la misma manera otros grupos transnacionales cuya actividad principal es diferente, tal es el caso de la ITT y Greyhound, que integran actividades de producción y distribución de alimentos. "La agricultura se convirtió aparentemente, en un sector demasiado sensible como para ser dejado en manos del campesinado tradicional. Las inversiones de las firmas industriales en este sector son cada vez más frecuentes y fomentadas en un cierto número de países. En Estados Unidos, Boeing cultiva también papas, ITT crifa pavos, John Hancock Mutual Life (seguros) comercializa comidas para asar y Getty Oil, almendras" ³².

Una tercera tendencia desde el punto de vista tecnológico es la creación de fábricas con líneas de producción múltiple de gran capacidad, que asocian diversas operaciones técnicas, desde el tratamiento de la materia prima hasta la fabricación de alimentos diversificados. Un ejemplo son los buques fábrica de pesca. Pero esto se da más bien en las empresas grandes. Así es, pues las más pequeñas subcontratan a otras empresas nacionales ciertas operaciones industriales. De esto resulta que las empresas locales son incapaces de regular las distintas fases del ciclo agroindustrial,

32. Gerard Garreau, en "El negocio de los alimentos", Ed. Nueva Imagen, México 1980, P. 12.

como lo hace la firma transnacional que logra llegar en forma excluyente a los mercados nacionales e internacionales y a un mayor control de los precios.

El desarrollo de las firmas transnacionales ligadas a la agricultura no es algo reciente en los países del Tercer Mundo pero en los últimos años avanza más rápidamente y se modifica cuantitativa y cualitativamente. Son tres los periodos que marcan las diversas etapas de multinacionalización.

- a. Un primer periodo se extiende desde fines del siglo pasado hasta la Segunda Guerra Mundial. En ese entonces y en las primeras décadas de este siglo aparecen firmas extranjeras que se dedican, mediante la explotación directa de la tierra o el control y procesamiento de materias primas agrícolas, a la exportación de éstas para los mercados del hemisferio norte; los principales productos son frutas, cereales, carne, azúcar, algodón, cacao, especias, caucho, etc. Un segundo tipo de actividad es la producción de alimentos básicos para el mercado interno de los países donde están implantadas.

Esto es, que en este periodo estas firmas se dedican por lo menos a dos tipos de actividades: exportación de materias primas agropecuarias desde los países de África, Asia, y América Latina, y producción y distribución local de alimentos básicos para sectores amplios de la población de países que en ese tiempo tenían un desarrollo relativamente mayor, como eran los de América del Sur. Esta última actividad se desarrolla más bien en las primeras décadas de este siglo y tiene en el conjunto un peso menor que

las actividades de exportación de materias primas agropecuarias de los países coloniales a los mercados metropolitanos, sobre todo de Europa.

b. Un segundo período se extiende a partir de la Segunda Guerra Mundial - hasta el fin de los años 60. Esta es la época del surgimiento de muchas nuevas firmas transnacionales, sobre todo de Estados Unidos, que extienden inicialmente sus operaciones con preferencia hacia el Mercado Común Europeo y Japón. Surgen, así mismo, empresas agroindustriales en otros países industrializados como Gran Bretaña, en Europa y más tarde en Japón, aunque las de este último tienden a especializarse en la obtención de materias primas agropecuarias. Diversos estudios muestran hacia 1955 las inversiones de Estados Unidos comienzan a afluir en mayor medida hacia países del hemisferio sur. En esta época los mercados de los países industrializados de Europa Occidental están ya relativamente saturados de alimentos procesados y la competencia con firmas agroindustriales locales es mayor. Por consiguiente, la tasa de rentabilidad y de ganancia tiende a disminuir.

Las inversiones agroindustriales se dirigen sobre todo hacia los mercados más grandes de América Latina y hacia los países donde hay mayores posibilidades de desarrollo agrícola. Como lo manifiesta Fernando Rello: "La estrategia de implantación del agronegocio transnacional, en los países subdesarrollados, consiste en el dominio del mercado. Por ello las empresas transnacionales prefieren instalarse en sectores de la industria alimenticia que tienen un amplio mercado (o que tienen un mercado potencial importante) y en sectores en los cuales tienen una ventaja relativa frente a

otras empresas, ya que esto les permite regir el mercado con mayor facilidad" ³³. En estos países se da un proceso de industrialización como resultado de una acción estatal más enérgica en el plano económico. Esto trae como consecuencia una urbanización acelerada y a menudo desordenada. La penuria de alimentos comienza a hacerse sentir en forma visible en las ciudades. Es entonces que se hacen presentes firmas que se dedican a la distribución de insumos importados para la agricultura. Esta tiende a modernizarse, aunque en forma desigual, dada la heterogeneidad de la estructura agraria y del tipo de producto producido. Las empresas agrícolas medianas y grandes sufren una transformación más acelerada que las pequeñas unidades, así como los cultivos orientados a la transformación agroindustrial y/o a la exportación.

En varias regiones del mundo se inician algunas reformas agrarias y el Estado ayuda al desarrollo de la agricultura comercial mediante obras de infraestructura, políticas de precios, de créditos y de investigación agrícola, dentro de un modelo de desarrollo que pone énfasis en el crecimiento industrial. Tal es el caso de América Latina, donde opera la propuesta denominada "Alianza para el Progreso", entre Estados Unidos y las naciones del Sur, y en grado menor en la mayoría de los países africanos,

En esa misma época las firmas transnacionales, ya en pleno auge de la multinacionalización del sistema productivo, desarrollan la producción agroa-

³³, Tema 4, 110, en "Investigación Económica" No. 150, México octubre-diciembre de 1979, p. 161,

alimentaria no sólo de productos básicos, sino sobre todo de alimentos de alto valor agregado orientados a mercados urbanos de ingresos elevados. Numerosas firmas implantan entonces sus filiales en los países más grandes del Tercer Mundo y en aquéllos pequeños más o menos limítrofes de los grandes mercados de Estados Unidos. Esto se da en América Latina, en algunos países del Mediterráneo, en naciones grandes de Asia como Filipinas y en otras naciones más desarrolladas del hemisferio sur, como África del Sur y Australia.

Esta presencia de firmas agroalimentarias impone hábitos alimenticios de los países industrializados mediante la oferta de un mismo producto, pero diferenciado y publicitado bajo diversas marcas según técnicas de transformación, presentación, empaque y mercadeo propios de los países desarrollados: subproductos sofisticados de carne, leche y aceite, cereales de desayuno, platos preparados o congelados, confitería, biscochos, bebidas y jugos etc., como se verá en el tercer capítulo.

Estos alimentos de lujo, en relación al conjunto de la población, son de alto valor agregado y de rentabilidad mayor que los alimentos básicos de la población. Al respecto se opina: "Lo mismo puede decirse de otros productos, como las golosinas o papas fritas, comercializadas en México a través de la compañía Pepsi-Cola y promovida por compañías publicitarias de gran envergadura; si la compañía compra al campesino el kilo de papas a tres pesos, lo vuelve a vender, bajo la forma de bolsas de papas fritas y aditivos, a 150 pesos el kilo, o sea con una diferencia de 147 pesos por

Kilo" ³⁴. Esta rentabilidad elevada se debe al control oligopólico de los mercados urbanos de altos ingresos que las filiales de firmas transnacionales logran ejercer en los países donde la competencia de firmas agroindustriales nacionales es baja.

c. Un tercer período se abre en los años 70. Las agroindustrias Transnacionales al parecer no aumentan considerablemente las inversiones directas en agroindustrias de alimentos. En los países en que ya están implantadas acuden más bien a la reinversión local de una parte de las ganancias, como lo demuestra el caso de Brasil, y acuden, además, al crédito interno para expandir sus operaciones. En los años 1972 y 1973 los precios internacionales de las materias primas agrícolas sufren un alza considerable y después de la crisis de la energía, la recesión acompañada de inflación afecta a casi todos los países industrializados y repercute sobre los países menos desarrollados. Debido a la alta tasa de ganancia obtenida por las filiales en estos últimos países, sería conveniente afirmar que entonces se opera una aceleración en la implantación de nuevas firmas de alimentos en el Tercer Mundo.

Las dos grandes firmas mundiales, Unilever y Nestlé, han sido las primeras en lanzarse a la implantación en el extranjero, desde inicios del siglo XX, tras una primera fase de desarrollo de las exportaciones.

34, Marie Christine Renard, en "Sociología del Desarrollo Rural", Universidad Autónoma de Chapingo, Tomo I, México 1980, P. 65.

La historia de Nestlé y Unilever presenta muchas similitudes, aunque los sectores de actividades sean diferentes. Las antecesoras de estas dos firmas fueron fundadas a mediados del siglo XIX sobre la base de innovaciones tecnológicas que permitían la utilización industrial de dos productos agrícolas: leche y cuerpos grasos (leche condensada por Nestlé y margarina y jabón por Unilever).

El crecimiento se desarrolló muy rápidamente por la exportación y luego por la implantación en el extranjero. Se pasó de sociedades familiares a sociedades anónimas y después a los holdings.

En cambio, las firmas agroalimentarias norteamericanas siguieron el proceso inverso, se continentalizaron antes de internacionalizarse, es decir, que su ámbito de expansión fué, en primer lugar, el continente americano: Canadá y América latina.

Después de 1950, y sobre todo en 1960, las inversiones de Estados Unidos se desarrollaron rápidamente en las industrias agroalimentarias europeas.

La instalación en el extranjero de las firmas lecheras de Estados Unidos se efectuó desde el comienzo de siglo: 1889, Borden lo hace en Canadá; en 1916 Carnation se instala también en ese país; en 1923, Carnation (inicialmente en asociación con Pet Inc.), en Francia; en 1925, Kraftco en Gran Bretaña; en 1953, Tetra Pak se implanta en Hong Kong; en 1961 Beatrice

Foods lo hace en Francia ³⁵.

Entre 1900 y 1967, según un relevamiento efectuado por el equipo de la *Multinational Enterprise Study* dirigida por el profesor Vernon, las firmas instalaron 134 filiales en el mundo: 27 en Canadá, 42 en Europa y 65 en los países en vías de desarrollo; 56 filiales fueron creadas y 69 son el resultado de la adquisición de empresas nacionales ³⁶.

La multinacionalización se refiere, especialmente, a los productos de buena conservación: leches condensadas y en polvo, quesos fundidos y de pasta semidura. Los mercados apuntados son los de los países industrializados (América del Norte y Europa) para la leche condensada y los quesos, la leche en polvo para el Tercer Mundo.

Desde el punto de vista tecnológico, las presiones tienen una localización indispensable en zona lechera. La producción de leche nunca es tomada a cargo (contratos) por razones evidentes. Los mercados de consumo pueden estar alejados. Se tiene entonces una instalación de fábricas, de gran tamaño y polivalentes en Canadá y en el noroeste de Europa y un mercado mundial, particularmente para las leches industriales. Kraftco se destaca por su posición dominante para los quesos fundidos, y las pastas semiduras (75% del mercado inglés y 50% del mercado alemán compartido con Unilever). Borden es

35. Gérard Carreau, Op. Cit.

36. Ibid

un gran exportador de leche en polvo hacia América Latina y Asia. Carnation es un especialista en leche condensada sobre los cinco continentes, en Francia Gloria en posición de duopolio con Nestlé. Beatrice Foods tiene una estrategia de adquisiciones muy numerosas del tipo aglomerado (cremas-heladas en España, filial con Gervais Danone en Bélgica).

En el sector de la conserva vegetal, se destacan los nombres de Heinz, instalada desde 1917 en Gran Bretaña, Delmonde en 1956 en Canadá, Campbell, en 1958 en Italia, Castle and Cook y Libby. Estas firmas suman un total de 91 filiales creadas entre 1900 y 1967, de ellas 15 en Canadá, 30 en Europa y 46 en los países en vías de desarrollo ³⁷.

Estas firmas dependen para sus materias primas de zonas tropicales y mediterráneas, de allí su esfuerzo por localizarse en ellas. En cambio, los mercados están situados en las zonas septentrionales. En algunos casos (piñas por ejemplo), generalmente existe integración de plantaciones (Del Monte en Kenia, Libby en Suazilandia, Castle and Cook, Islas del Pacífico). Existe pues, preocupación por minimizar los precios de costo (insumos mano de obra), la valorización del producto se obtiene por la elaboración cada vez más sofisticada (sopas, salsas, cocktails de frutas, platillos siempre preparados, etc.) y además por una política de marca (Heinz, Libby, Del Monte, Campbell, etc.).

37, *Ibid.*

Las firmas de Estados Unidos en la industria de los cereales totalizan en el extranjero más de 200 filiales. Allí también el mecanismo de adquisición incide sobre el de creación. Se debe mencionar que esta industria es compleja: harinera (primera transformación), biscochera, cereales y snack foods (segunda transformación), alimentos del ganado.

La multinacionalización en países en vías de desarrollo se refiere, sobre todo, a la primera transformación, siendo los productos elaborados producidos y comercializados esencialmente en América Latina y en el norte de Europa. La producción de materia prima (cereales) en este caso nunca es integrada. La cosecha y el almacenamiento son, a menudo, la obra de firmas que se enfrentan sobre un mercado oligopólico, aunque multinacionalizado: General Mills y Pillsbury para la molinera, Nabisco y los dos precedentes para la biscochería, Kellogg y Quaker Oats para los cereales.

Es un hecho evidente el que la economía transnacional evoluciona, indiscutiblemente, hacia la reducción del problema alimenticio a un problema de control económico y político, esto por la vía de la estrategia del foodpower o agripower.

La transferencia de un creciente sector del capital orgánico hacia los complejos agroindustriales conforma hoy una política global. Representa al igual que en la industria, la implantación de las técnicas de dominio.

El fenómeno histórico del incremento poblacional -mil millones de habitantes en 1830; 2 mil en 1930; 3 mil en 1960 y 4 mil en 1976- incide sobre el-

problema alimenticio de una manera prioritaria.

Es importante establecer que en cada una de las crisis de la alimentación - subyace, de fondo, una decisión o una indecisión política. Dicho de otra forma: la economía del hambre es uno de los mayores negocios de este siglo. El problema del hambre como el de la población no son insolubles. Representan el correlato lógico del caos organizado al servicio de los más fuertes. Como lo mencionó el Presidente de la Massey -Ferguson en una reunión de la asociación mexicana de distribuidores de sus equipos: "No estamos en el negocio de fabricar y vender tractores y maquinaria agrícola; es tamos en el negocio de producir alimentos" ³⁸.

Esto es claro en el campo agroalimenticio. En 1985, 100 compañías, 100 empresas producirán el 50% de toda la producción agraria del mundo. En las naciones industrializadas ese problema comienza a ser un hecho cotidiano: concentración de la producción y control de la circulación y comercialización. En los Estados Unidos la producción agrícola por unidad de tierra cultivable ha aumentado el 80% entre el período 1971-1975. La producción de trigo se ha incrementado el 90% y la de maíz 2.8 veces más en el mismo período. En la Unión Soviética, la producción media de 1971-1974 es dos veces más importante que entre 1946-1950 y la producción de algodón ha crecido entre 2.6 y 2.8 veces más ³⁹.

38. Ralph Ramsay, Presidente de Massey-Ferguson de México, en "Memoria de la V Convención Nacional de Distribuidores" Pattecuaro, México 1973.

39. Enrique Ruz García, en "S.A.R.H., Documentos de Trabajo para el Desarrollo Agroindustrial" No. 1, México diciembre de 1979, P. 17.

América Latina duplicará su población en 25 años; Africa en 28; Asia en 30. Si esas diferencias son apreciables se debe, en el caso de Africa y Asia, a una tasa mucho más elevada de mortalidad infantil ⁴⁰. En la India supone, - en efecto, el 65% de la mortalidad global; el 68% en Egipto mientras que no llega al 4.3% en los Estados Unidos donde, sin embargo, el aumento de la población descende ya del 1% anual y la duplicación de la población, al igual que en el caso de la Unión Soviética, puede considerarse en un límite cercano a los 80 años, Europa Occidental, creciendo poblacionalmente al 0.4% anual duplicaría su población, teóricamente, en 163 años ⁴¹.

Si se tiene en cuenta que existe la posibilidad de contar con una población de 6 mil a 7 mil millones de habitantes en el año 2 000 y que los países en vías de desarrollo representarían el mayor porcentaje, se entenderá la importancia excepcional de la elección de una política agroindustrial. Según el Banco Mundial, en el año 2 000 los habitantes situados en el estrato máximo de la pobreza serán 2 mil millones, siendo bastante conservador el cálculo.

La alimentación se ha transformado, así, en un problema estratégico que posee, sin duda, una connotación específica: las necesidades del capital orgánico y, en síntesis, las del capitalismo transnacional. Su proyecto no coincide de manera alguna con los objetivos y requerimientos de los países menos desarrollados.

40. Ibid.

41. Ibid.

CAPITULO II

LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

Los Estados Unidos, con el 3.4% de su población activa en la agricultura, alimentan a 217 millones de norteamericanos (3 318 calorías per cápita de las cuales (324 son de origen animal) y exportan 25 mil millones de dólares, es decir, una cifra que representa casi la cuarta parte de las exportaciones totales de la primera maquinaria productiva del mundo ⁴². Controlan además, en buena medida, las exportaciones de cereales, y de otros productos claves en la alimentación y, por tanto, en el equilibrio mundial. Difícilmente podría pensarse una situación paralela en ninguna otra etapa de la historia. Más grave, aún, si se considera que 100 compañías transnacionales establecidas en el sector de la alimentación hacen una cifra de negocios superior ya a los 150 mil millones de dólares anuales ⁴³.

No existe país del mundo, al margen, hoy, de ese gran consorcio que extiende su control directo de la producción a la transformación de los productos e impone, en consecuencia, normas, regulaciones y políticas alimenticias que no siempre representan los intereses globales de las naciones, los continentes y, sobre todo, de las grandes mayorías de la tierra.

⁴². Ibid.

⁴³. Ibid.

A ESTRUCTURA E INVERSIONES DE LA INDUSTRIA ALIMENTICIA.

Actualmente, los cien primeros grupos alimentarios representan cerca de la mitad de la producción mundial con una cifra global de operaciones de 145-mil millones de dólares. La magnitud promedio de los líderes es considerable : 1.4 mil millones de dólares de operaciones libres de impuestos, 900-millones de dólares de activo y 400 millones de dólares de ganancias netas. El número uno mundial, Unilever, se acerca a los 14 mil millones de dólares en su monto de operaciones, lo que lo ubica en los primeros puestos de las firmas industriales. Los resultados económicos de los mayores de la industria agroalimentaria son elevados : coeficiente de capital del orden de los 0.5; productividad del trabajo de 83 mil dólares por salario, rentabilidad de los capitales propios casi del 12% ⁴⁴.

Nestlé llega al segundo puesto en la clasificación de las cien mayores empresas agroalimentarias del mundo (Suiza encabeza, igualmente, las veinte-mayores empresas farmacéuticas del mundo con Hoffman Laroche). Este récord es tanto más destacable por cuanto el mercado nacional suizo es muy reducido : es evidente que para el 95% de su producción Nestlé concreta sus negocios en el extranjero. Este grupo de los cien está, sin embargo, ampliamente dominado por Estados Unidos : 48 firmas realizan casi los 2/3 de la ci-

44. Rémy Montavon, Op. Cit.

fra total de operaciones seguidas por el Reino Unido con 23 firmas.

La mayoría de estas firmas están diversificadas, es decir que tienen actividades por encima o que avalan al sector agroalimentario o que incluso están fuera de él. Por encima, por ejemplo, algunas firmas han creado vastos dominios en relación con la producción : es el caso de Castle and Cook, que posee 100 mil hectáreas de piñas en las islas del Pacífico, Ralston Purina y Central Syca controlan criaderos integrados. Unilever posee plantaciones en África, adquiridas con el objeto de controlar el aprovisionamiento de materias primas.

En cambio, Nestlé inversamente a empresas de similar tamaño que practican la integración vertical, no posee ni plantaciones, ni establecimientos ganaderos. Este fenómeno de integración vertical es particularmente claro, por ejemplo, en Brasil, donde los inmensos establecimientos aparecieron desde hace algunos años con ayuda del financiamiento del Banco Mundial o de la FAO.

La alta rentabilidad explica que un número siempre mayor de sociedades multinacionales ya instaladas adquieran campos de 200, 300 o 500 mil hectáreas, lo cual, en su oportunidad se mencionó.

Refiriéndonos ahora a la significación que reviste la industria alimentaria en cualquier tipo de sistema económico, podemos afirmar que este es el sector industrial más importante del país : representa, en términos corrientes, la séptima parte de las inversiones brutas de la industria de la transfor-

cción, casi un quinto del valor bruto de la producción industrial global y, excepción hecha de la refinación petrolera y de la petroquímica primaria y secundaria, la quinta parte de los empleos ofrecidos por la industria.

Las estadísticas oficiales dividen la industria alimenticia en dos grandes sectores. El primero comprende unos 50,000 establecimientos de tipo familiar que dan empleo hasta a cinco personas y elaboran artesanalmente productos alimenticios a base de harinas de trigo y de maíz, y especialmente, tortillas, así como diversos alimentos sencillos destinados al consumo local en el lugar mismo en que son preparados. El segundo cuenta aproximadamente con 8,400 establecimientos de los que cada uno emplea a más de cinco personas.

El valor medio bruto de la producción anual de cada uno de los 50,000 establecimientos de tipo artesanal fue, en 1975, del orden de 200 000 pesos (16 000 dólares). Y era de 1 millón de pesos por cada uno de los 8 400 establecimientos de la segunda categoría ⁴⁵.

Este promedio no resulta muy revelador en cuanto a la estructura de la industria alimenticia; pues, de esos 8 400 establecimientos alrededor de 8 000 son de pequeña y mediana dimensión, mientras que los 4 000 restantes son considerados como grandes empresas. Debiento agregar además que cuatro

45. Ibid.

empresas del ramo representaban ellas solas, en 1970, el 21.5% de la producción total de la industria alimenticia mexicana ⁴⁶.

Ese alto grado de concentración industrial es sin embargo menos importante que el de la industria de las bebidas no alcoholizadas, en la que las cuatro empresas más grandes controlaban, en 1970, el 30% de la producción nacional.

En cuanto a la evolución reciente del sector, hay que subrayar que la rápida expansión demográfica y la urbanización del país provocaron un fuerte aumento en el número de establecimientos medianos y grandes que pasaron, de 1970 a 1975, de 4 800 a 8 400 ⁴⁷. Debido a la mecanización y a la concentración creciente de la producción en las grandes empresas la creación de empleos en la industria alimenticia fue muy lenta, datos oficiales expresan que en 1975, los 8 400 establecimientos de más de cinco personas cada uno, daban empleo a 228 600 personas, mientras que en 1970, las 4 800 empresas de la misma categoría ocupaban a 202 000 ⁴⁸.

Las 400 empresas que constituyen la gran industria alimenticia elaboran más de 2 500 productos diferentes registrados ante las autoridades de control sanitario y que son vendidos en todo el territorio nacional, sin em-

46, Ibid.

47, Ibid.

48, Ibid.

bargo si se toma en cuenta las diferentes presentaciones de los mismos, su número sería aproximadamente de 3 700. Las 400 compañías a que aludo líneas arriba poseen 500 fábricas. Y las sesenta más importantes, que lanzan al mercado más de diez productos, cuentan sólo ellas con 200 fábricas que elaboran 1 600 artículos diferentes, esto es, que trabajan simultáneamente en diferentes líneas de productos. Elfas Pando, S.A., por ejemplo, una empresa alimenticia nacional, tiene nueve fábricas y produce cerca de 200 artículos, por lo cual ésta ocupa el primer lugar en cuanto a la diversidad de productos. El segundo lugar es ocupado por una compañía estadounidense, esta es Gerber Products, S.A. que, en una sola fábrica, elabora más de 100 productos para la alimentación de lactantes y niños en la primera infancia.

Por otro lado la industria de productos lácteos constituye la rama más dinámica de toda la industria alimenticia, los siguientes hechos así lo demuestran. En 1975, contaba con 261 empresas, contra 271 en 1970, 223 en 1965 y 135 en 1960. Entre 1960 y 1975, el valor de su producción bruta, a precios corrientes, se multiplicó por 15; entre 1970 y 1975, se triplicó, al pasar de 3 900 a 11 400 millones de pesos. Tanto así, que la producción de la industria lechera representaba, en 1975, casi un 15% de la producción total de la industria alimenticia, contra 7.6% de 1960⁴⁹.

En cuanto a los efectivos de personal empleados en el ramo, pese al gran aumento de la producción sólo pasaron, de 1960 a 1975, de 12 200 a 13 100

49. Ibid.

personas, lo que confirma que la política mexicana de industrialización, basada en la sustitución de importaciones, no resolvió el problema del empleo.

Por otra parte, analizando el rubro de las inversiones extranjeras, se puede afirmar que en la industria mexicana, el sector químico es el que más inversiones atrae, el sector alimenticio está en la segunda posición. Según el Departamento de Comercio de los Estados Unidos, las ventas de las empresas alimenticias extranjeras establecidas en México representaban, en 1974, el 17% del total de ventas de las compañías con capital mayoritario extranjero. La siguiente cita es bastante elocuente: "Las empresas transnacionales participaban con el 22% de la producción industrial de alimentos, 30% en la de bebidas, 97% en la del tabaco y 33% en la de celulosa y papel" ⁵⁰.

Se sabe además que México ocupa el cuarto lugar en el mundo después de Canadá, Gran Bretaña y Alemania Federal en cuanto al volumen global de las filiales estadounidenses de industrias alimenticias.

El valor de las inversiones extranjeras en la industria alimenticia aumentó rápidamente, en los últimos veinte años, de 20 millones de dólares en 1950 a 63,4 millones en 1960 y a 235,5 millones en 1970, lo cual represen

50, F. Fajnzylber y T. Martínez Tarragó, en "Las Empresas Transnacionales", Ed. F.C.I., México 1980, p. 153.

ta para esos mismos años, respectivamente, 13.4%, 10.5% y 11.3% del total de las inversiones extranjeras ⁵¹. Se estima que en 1975 su valor rebasaba los 300 millones de dólares. En el período 1950-1975, se nota sin embargo que las inversiones extranjeras se dirigen más bien hacia los sectores que registran las tasas de crecimiento más elevadas, tal es el caso de la industria de aparatos eléctricos y los medios de transporte.

Debido a la proximidad de los Estados Unidos, el porcentaje de las inversiones estadounidenses ha sido siempre muy alto. No obstante, mientras que la aparición de las inversiones europeas, a principios de los años 60, en la industria química, en la industria mecánica y en el sector automovilístico, hizo bajar el porcentaje de las inversiones estadounidenses en la industria alimenticia aumentó regularmente; pasó de alrededor del 75% en 1960 al 93.7% en 1970. En 1970, el 6.3% restante provenía, por orden de importancia, de Canadá, Suecia, Suiza y Venezuela. Posteriormente, empresas de origen francés y de Alemania Federal se establecieron en México.

La mayoría de las filiales estadounidenses del sector alimenticio que se establecieron en México en esos últimos veinticinco años no nacieron de compras o de absorciones de empresas mexicanas. Pero, a partir de 1966, el número de las compras por parte de compañías extranjeras fue en constante aumento: entre 1966 y 1973, el 75% de las nuevas filiales extranjeras era producto de adquisiciones.

51. Rény Montayon, Op. Cit.

Es bastante probable aunque se carece de la información correspondiente - que el porcentaje de la participación media del capital extranjero en las industrias alimenticias sea más grande que en los otros sectores. En realidad parece que un número mucho más alto de empresas de ese sector entra en la categoría de las empresas cuya participación de capital extranjero es por lo menos del 75%.

De las 39 principales compañías que elaboran productos para la alimentación humana y animal, así como bebidas no alcoholizadas, y cuyo nombre figura en la lista de las 500 compañías más grandes del mundo que publica la revista Fortune, 32 estaban establecidas en México. A título de comparación, de esas mismas 39 compañías, había 31 en Canadá, 23 en Francia, 22 en Venezuela y 18 en Brasil. Si pensamos en las más grandes compañías alimenticias de los Estados Unidos y se las clasifica según sus ventas solamente en el mercado estadounidense, se constata que de las diez primeras siete están representadas en México. Se trata de Kraft Corp., Bismark, Beatrice Foods, General Foods, Borden, Ralston Purina y Coca-Cola.

B. EL CRÉDITO A LOS APLICADORES.

Uno de los fenómenos que en años recientes se ha manifestado en el campo mexicano - como ya antes se dijo - es el establecimiento de agroindustrias que entran en relación con pequeños agricultores.

A través fundamentalmente del crédito, logran estas empresas controlar la

producción campesina y obtener de ella una serie de excedentes. Las agroindustrias se aseguran un producto de la cantidad y calidad que ellas necesitan, con la enorme ventaja de que lo logran sin arriesgar su capital. "La concesión de créditos o de insumos está condicionada a la firma productora, y viceversa; de la misma forma, la adquisición de un elemento de los insumos necesarios está condicionada a la compra del conjunto presentado como paquete tecnológico" ⁵².

En nuestro país hemos notado como se han instalado en años recientes numerosos complejos agroindustriales y agrocomerciales en zonas donde no se puede despojar de sus tierras a los campesinos y en donde el terreno es apto para cultivar artículos en los que la burguesía está sumamente interesada principalmente por dos razones, a saber :

- a. son productos de exportación, pudiendo financiarse con ellos la importación de maquinaria.
- b. porque son productos que pueden ser utilizados como materia prima por parte de los complejos agroindustriales (por ejemplo, la caña, la fresa y la piña entre muchos otros de ellos).

La burguesía, al no poder producir estos productos en las cantidades que

52. Francis Mestres, en "Sociología del Desarrollo Rural", Universidad Autónoma de Chapingo, tomo I, México 1980, P. 48.

requiere, se ve obligada a financiarlos obligando a los campesinos a venderle dichos productos como condición central para entregarles el crédito. Por lo general son cultivos con un alto costo de producción por hectárea.

Este proceso se inicia en México entre 1930 y 1940 cuando varias empresas nacionales y extranjeras comienzan a financiar la producción. En un principio, el único compromiso de los campesinos con estas empresas consistía en venderles el producto que ellos habían financiado. Sin embargo, paulatinamente empiezan por exigir al agricultor la introducción de una serie de cambios en su forma de producir, posteriormente logran controlar y decidir más aspectos de la producción del campesino, hasta llegar al extremo de dar los créditos sólo si el agricultor sigue las instrucciones de las empresas al pie de la letra.

Los campesinos, de esta manera, se ven obligados a seguir las instrucciones del capital ; es decir, pierden la dirección de su proceso productivo, siendo el principal mecanismo de esta subordinación el crédito ya que el otorgamiento del mismo faculta a las empresas para :

1. seleccionar de las parcelas contratadas las tierras más aptas para el cultivo de que se trate.
2. decidir qué labores agrícolas deben realizarse, cuando deben efectuarse estas y con qué tarifas, y finalmente cómo deben hacerse y bajo qué especificaciones técnicas.

3. realizar cuantas operaciones consideren convenientes.

4. revisar, clasificar y pesar el producto.

5. formular un calendario de recibo.

6. dar la orden de corte o cosecha.

7. determinar los insumos a adquirir.

8. asegurar, por cuenta del campesino, la siembra.

9. solicitar datos sobre el estado de los cultivos.

10. realizar avalúos.

11. determinar el monto del crédito.

Este mecanismo de subordinación también les permite determinar el calendario para cada una de las actividades agrícolas, la clase de semilla que se va a sembrar, los fertilizantes que se van a emplear, el tipo de insecticida, la clase de fungicidas y los herbicidas que sean necesarios.

En lo referente a la forma en que se entrega el crédito, podemos señalar lo siguiente :

1. los créditos no son entregados individualmente, sino a grupos con responsabilidad ilimitada y solidaria.
2. el crédito sólo se entrega previa inspección y recomendación de los inspectores de campo, los cuales son los agentes del capital.
3. la forma de pago es la cosecha.
4. en el caso de la piña explícitamente se señala a los campesinos que podrán gozar de crédito, esto conduce indudablemente al control político de los beneficiados.

Por lo tanto quien planea, organiza, dirige y supervisa estos procesos es el capital y que, por tanto, el campesino se ha convertido en una especie de obrero o de empleado de las empresas, en particular de las alimenticias. Como lo manifiestan Ruth Rama y Raúl Vigorito : "Parte importante del crédito al que tienen oportunidad de acceder los agricultores proveedores de la industria, corresponde, de alguna manera, a su relación productiva con las empresas alimenticias transnacionales" 53.

A diferencia de aquel productor que al no poder obtener ganancias traslada su capital a otra rama de la economía, aquí el campesino no puede ha-

53, Ruth Rama y Raúl Vigorito, en "El complejo de frutas y legumbres en México", Ed. Siglo Veintiuno, México, 1980, P. 205.

cerlo porque no dispone de capital. El es alguien que se endeuda para invertir, pero no se endeuda para hacerlo como mejor le parezca, sino para sembrar un determinado producto y bajo las instrucciones precisas de la empresa.

La importancia de la vinculación con las empresas transnacionales a efectos del acceso al crédito se observa también en lo que se refiere a la banca oficial. Es así que, en el caso de la fresa, las firmas empacadoras conceden apoyo a sus proveedores para el otorgamiento de crédito en BANRURAL y en el momento de la cosecha, se prestan a deducir el financiamiento oficial del aporte en producción realizado. En los casos en que la firma sale de aval ante un banco, los pagarés son firmados conjuntamente por ella y por el agricultor, de manera que la empresa es responsable ante la institución de crédito en el caso de incumplimiento de su proveedor. Desde luego que, en estas condiciones, las firmas sirven de avales ante la banca únicamente cuando se trata de agricultores con los cuales han tenido tratos por periodos bastante prolongados y que son merecedores de su más absoluta confianza.

Por otro lado, para que le sea otorgado el crédito, quedan en calidad de prenda o garantía la cosecha; los insumos adquiridos y, en general, lo que se invierte con el dinero de este; los bienes muebles o semovientes, propiedad del campesino; y, finalmente, en el caso de la pequeña propiedad, la parcela misma. Es por esta razón que en los contratos se establece con toda claridad que los campesinos no pueden "vender, enajenar, gravar, cambiar de lugar o disponer en forma alguna" de los productos que

hayan sido financiados; no pudiendo el agricultor, asimismo dar a su cosecha otro uso que no sea el de venderla a la empresa que la financió.

El campesino no puede disponer libremente de su producto y además no tiene la propiedad real sobre él debido a que, por medio del contrato, se convierte en un depositario judicial de su propia producción. Esto es se transforma en alguien sin ninguna facultad o atribución sobre el producto, queda exclusivamente como encargado de la custodia de éste y se coloca en la misma situación que la de una albacea de una herencia.

El campesino, formalmente es dueño de la tierra; sin embargo no puede disponer libremente de ella -al igual que su producto, como ya se mencionó- toda vez que las empresas le indican no sólo como trabajarlas sino que, además, estas pueden escoger dentro de la parcela las tierras o porciones que consideren más aptas para el cultivo que vaya a realizarse.

C. EL PAPEL QUE JUEGAN LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA.

En la actualidad, la gran especialización de la economía y la división internacional del trabajo, han producido un gran auge en la agroindustrialización, misma que es auspiciada por el imperialismo norteamericano debido a su afán insaciable de ganancias; en este contexto, las funciones que se le han asignado a nuestro país son :

- a. productor de hortalizas de exportación (el 60% de las hortalizas que se consumen en Estados Unidos durante el invierno, se producen en México).
- b. importador de granos de alimentación básica, en 1980. México importó de Estados Unidos 10 millones de toneladas de granos.
- c. productor de materias primas agrícolas, fundamentalmente para la industria alimenticia transnacional ubicada en Estados Unidos, o en México (tabaco, algodón, café, barbasco, frutas, hortalizas, oleaginosas etc.)
- d. importador de maquinaria agrícola, herbicidas e insecticidas y otros insumos agrícolas.

Las empresas transnacionales participan no sólo en un país o en el sector agrícola, sino que cubren todos los sectores de la economía y su influencia la extienden a la mayoría de los países capitalistas periféricos.

En México, como se apuntó anteriormente, participan muchas de las 100 transnacionales más importantes a nivel mundial. En ese sentido hace la siguiente aseveración Fernando Rello : "De los 50 más grandes agronegocios norteamericanos que operan en el mundo, 32 están instalados en Méxi-

co; algunos de ellos son productores de lácteos como Carnation y Nestlé, de frutas y hortalizas procesadas como Del Monte United Brands, Clemente-Jackes, de alimentos balanceados como Ralston Purina y Anderson Clayton, etc. 54.

A nivel mundial, y en la rama alimentaria, participan las siguientes empresas transnacionales.

CUADRO N° 2

AÑO	EMPRESAS TRANSNACIONALES	VENTA ANUAL EN MILLONES DE DOLARES
1978	Unilever (inglesa-holandesa)	18 843
	Nestlé (suiza)	11 001
	Beatrice Foods (norteamericana)	6 313
	Esmark Swift (norteamericana)	5 827
	General Foods (norteamericana)	5 376
1977	Kraft (norteamericana)	5 238
	Greyhound (norteamericana)	3 841
	Purina (norteamericana)	3 756
	Taiyo Fishery (japón)	3 752
	Coca-Cola (norteamericana)	3 559
	Pepsi-Cola (norteamericana)	3 515
	General Mills (norteamericana)	3 481

Fuente: Año 1978, Alponse Juan Ma., los negocios en el campo, Crítica Política No. 3

Año 1977, Rufz García Enrique, México 1980 "La estructura de la economía transnacional, S.A.R.H. Documentos de trabajo para el desarrollo Agroindustrial, No. 1, México 1979.

54. Fernando Rello, en "Economía informal" N. 13-14, México enero febrero 1978, P. 2.

Las transnacionales controlan en México el 70% de la producción bruta de frutas y vegetales congelados y envasados, así como jugos y mermeladas. También 130 transnacionales con 500 establecimientos (empresas agropecuarias, plantas procesadoras, fábricas y supermercados), controlan 27 de un total de 40 alimentos que son sometidos a algún tipo de transformación industrial.

Los establecimientos de las filiales transnacionales han empezado a incrementarse más rápidamente en los últimos años, tal como lo podemos observar en el siguiente cuadro :

CUADRO N° 3

ESTABLECIMIENTO DE FILIALES DE TRANSNACIONALES EN MEXICO EN LA RAMA DE ALIMENTOS	
AÑO	NUMERO
1950	27
1960	62
1970	146
1975	190

Fuente: Luñiga J. A. "La estructura agropecuaria - para servir a 130 transnacionales" proceso No. 168, México 1980.

Las transnacionales controlan en la industria alimentaria : el 97% de la leche evaporada, condensada y en polvo; el 86% de la elaboración de concentrados, jarabes y colorantes; el 73% de la fabricación de palomitas de maíz, papas fritas, charritos y otros; el 96% del café soluble y el te; el 95% de los cereales y el 100% de los alimentos infantiles. Este último renglón es controlado por 4 transnacionales, una de ellas, Gerber Products, cubre el 85% del mercado y, en un año, salió al extranjero, por

importación de tecnología en este rubro, la cantidad de 5 mil millones de pesos.

Dentro del total de la agroindustria, el rubro de los alimentos (molinos de cereales y otros granos, azúcar, frutas y legumbres etc.), representa el 73% y es controlado en una gran parte por las transnacionales, como a continuación se demuestra.

CUADRO N° 4

EMPRESA	NUMERO DE PRODUCTOS QUE PRODUCEN
Del Monte	58
Anderson Clayton	29
Campbells de México	17
General Foods de México	21
Productos de Mafz	12
McCormick de México	55
Kraft Foods de México	67
Kellogg's de México	61

Fuente: Uno más Uno "México, el país de América Latina que padeció mayor penetración" México 13 abril de 1980.

En la industria refresquera, las empresas transnacionales Pepsi Cola y Coca Cola controlan el 90% del mercado (50% directamente y 40% a través de su control de Fanta, Mirinda, Orange y Delicias). El control de la producción de las refrescadoras en México lo ejercen las multinacionales que controlan el 60% de la producción de refrescos en el país, los cuales están en

refrescos), esto a partir del rápido proceso de control que estas empresas han ido ejerciendo sobre la industria refresquera: por ejemplo, en 1930 existían 2 300 fábricas de refrescos y el control era casi del 100% de los capitalistas mexicanos; para 1970, existían sin embargo sólo 120 fábricas y las empresas transnacionales controlaban el 90% de ellas.

En la industria de alimentos balanceados para animales, las transnacionales controlaban en 1970 el 55% y, para 1980, solo 3 transnacionales controlaban el 80% (Clayton, Hacienda y Purina). Para 1978 existían en este ramo en México, 14 establecimientos de Anderson Clayton y de Ralston Purina.

En la producción agrícola la situación es muy semejante, especialmente si sabemos que el destino de dicha producción crece en su participación dedicada a la industria. Esta última es controlada en su mayoría por las empresas transnacionales, como se observa a continuación.

CUADRO N.º 5

AÑO	DESTINO INDUSTRIA, %
1960	25
1970	41

Fuente: Rama Ruth, Transnacionalización de la Agroindustria Mexicana, S.A.R.H., Documentos de Trabajo para el Desarrollo Agroindustrial, No. 3, México 1979.

El 60% de la horticultura que se consume durante el invierno en los Estados Unidos, proviene de México, y es controlado por los intereses transnacionales, especialmente por los agricultores mexicanos

del Noroeste, y en estrecha fusión con las grandes transnacionales, controlan dicha producción.

Los intermediarios (Brokers) controlan el 70% de la producción de fresa fresca y congelada y toda se exporta a Estados Unidos o a Europa vía Estados Unidos. Como atinadamente lo señala Ernest Feder : "... los ocho brokers que firmaron las 13 recomendaciones antes mencionadas, presentadas en la reunión de Guanajuato de junio de 1975, manejan el 90% del total de la fresa fresca que se exporta desde México" ⁵⁵.

Solo una transnacional, la Anderson Clayton (que produce aceites de cocina, margarina, mezclas para pasteles y galletas, gelatinas, dulces miel de maple, alimentos para ganado, especias, sopas, pollos, etc.) controla el 30% de la producción de algodón en México.

D. IMPLICACIONES DEL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES.

El rápido desarrollo de las firmas multinacionales favoreció una toma de conciencia, tardía pero muy real, por parte de los responsables políticos. La constitución de un poder económico dominante en la mayoría de los sectores industriales no es ajena a esta situación. La OCDE, la ONU, la Comisión Europea "trabajan" en la elaboración de un código de buena conducta para estas empresas gigantescas, quienes suscitan tomas de posición que no siempre reposan sobre la observación de los hechos que, por cierto, no son fácilmente mensurables. El control de las actividades de estas sociedades-

55. Ernest Feder, en "El Imperialismo Fresa". Ed. Campesina, México 1977, p.31.

no es fácil; aparecen, simultáneamente, como monstruos capaces de tragarse al comercio internacional y a los pueblos o bien como empresas benefactoras de la humanidad. Las colosales sumas de dinero que acumulan es lo que les permite dedicar dos o tres veces más créditos a la investigación fundamental o tecnológica que la mayoría de los países en los que han emplazado filiales.

Es cierto que las prácticas de un consorcio como la ITT en Chile, por ejemplo, han empañado seriamente la credibilidad de esta tesis. Al participar con la CIA, en el derrocamiento del gobierno de Allende y la instauración del fascismo en Chile, la ITT puso en evidencia que el poder político de una firma podía ser comparable al de la primera potencia mundial. Este poder de las multinacionales es muy real: sus reservas monetarias son de dos a tres veces superiores a las de todos los bancos centrales.

De las cien mayores potencias económicas mundiales, 49 son estatales y 51 de empresas privadas. El presupuesto de la General Motors es más importante que el de Italia o Japón. El crecimiento de este tipo de empresas conduce, en un plazo más o menos largo, al control del 50% de la producción mundial y del 75% de los países no comunistas por parte de 200 o 300 firmas. Los especialistas observan, en efecto, una tasa de crecimiento del 7% al 8% para las firmas, mientras que la tasa de crecimiento del PNB en Estados Unidos, por ejemplo, no alcanza más que la mitad de esta cifra. Hasta la fecha se ha hablado, sobre todo, de las sociedades petroleras o químicas y de las sociedades norteamericanas. El escándalo protagonizado por la Lockheed durante el verano de 1970, referido a las gratificaciones, ha

vuelto a poner al orden del día las prácticas de estas firmas. Se considera que las firmas europeas no son, por lo general, bastante poderosas como para entrar en la categoría de multinacionales. Es una idea totalmente falsa, en el sector alimentario -como ya se planteó-, el número uno mundial es mixto y no norteamericano. Es la firma Unilever, Angloholandesa, la cual en 1975 concertó operaciones por 15 mil millones de dólares. Por cierto Unilever no es un grupo puramente alimentario, como por ejemplo sus competidores Swift o Kraft Co., pero la magnitud de los grupos alimentarios no es menos impresionante, pues de ellos 20 superan en 1970 los mil millones de dólares y 11, los 500 millones de dólares.

A título de comparación, el primer grupo francés (Gervais Danone) no alcanzaba, en el mismo año, más que a 500 millones de dólares. Sin embargo los gigantes alimentarios son liliputienses comparados con los monstruos de otros sectores industriales : 20 mil millones de dólares para la General Motors (800 mil empleados), 16 mil millones para la Standard Oil y la Ford.

El número uno de las firmas alimentarias norteamericanas es apenas el número 22 en la clasificación general de sociedades, establecida por la revista Fortune. Estas pequeñas firmas agroalimentarias, si se les compara con las más grandes, no son ajenas multinacionales que las de origen norteamericano, excepto tres de ellas : Unilever, Nestlé y Associated British Foods. Además, su influencia se ejerce en un sector particularmente sensible : el de la alimentación, privilegiando ciertos modelos de consumo y de producción, que estas firmas tienen como meta en la búsqueda del mayor

beneficio posible. Es así como Fernando Rello se expresa al respecto :
"En su afán de obtener las mayores ganancias posibles, las empresas transnacionales y las empresas de capital privado que operan bajo su dominio en el campo de la agroindustria tienden a integrarse verticalmente formando lo que se llama sistemas agropecuarios, o sea, sistemas de producción que abarcan no sólo la producción de alimentos en el campo sino su procesamiento, manufactura, distribución y comercialización"⁵⁶.

Las implicaciones del desarrollo de las multinacionales en el Tercer Mundo, específicamente en México, son de todos conocidas. Modifican hábitos de cultivo y alimenticios al introducir cosechas industriales y la producción de alimentos de lujo destinados a la exportación hacia países ricos, que, a su vez, privan a la población de productos alimenticios destinados al consumo local. También se da la tendencia dominante al abandono progresivo del cultivo de los productos de subsistencia y reemplazarlos por aquellos que interesan a la firma agro-industrial. Es así que se pasa de una policultura de subsistencia a una agricultura especializada que exige utilizar la totalidad o la mayor parte de las tierras para producir un solo producto. De esta forma específica los productores especializados en un solo producto, se ven obligados a participar en el mercado para adquirir alimentos de consumo que antes ellos mismos producían. Como resultado de este proceso tiende a producirse una diferenciación entre los productores. En primer lugar, aquellos que disponen de más o mejores tierras, de capital y por consiguiente de acceso al crédito, pueden acompañar el proceso

56. Fernando Rello, en "Economía Informa" No. 13-44, México enero-febrero 1978, P. 2.

de modernización y especialización inducido por las firmas agroindustriales, en mejores condiciones y con menores riesgos. Más aún si se organizan en asociaciones o cooperativas de productores que cuenten con algún apoyo estatal. En segundo lugar, los pequeños productores no resisten económicamente en situaciones de crisis y son por consiguiente desplazados. Esto implica una tendencia a la concentración de la tierra en menos manos.

Por otro lado, la expansión de la producción dirigida a la transformación agroindustrial y/o a las exportaciones, ha resultado la mayoría de las veces en cambios radicales del sistema ecológico en las áreas donde esto sucede. En efecto, la utilización de maquinaria moderna exige por motivos de rentabilidad una ampliación de los campos de cultivo. Esto implica la destrucción de bosques o de setas que separaban campos de dimensiones reducidas pero que los protegían contra los vientos. Esto permitía reducir o impedir la erosión de los suelos. En general una agricultura mecanizada o intensiva que busca hacer en poco tiempo una gran ganancia, desechando rotaciones culturales capaces de contribuir a la conservación de los recursos naturales, puede destruir la capa vegetal del suelo.

En ciertos países en desarrollo y sobre todo en regiones de tierras vírgenes o inexploradas, el desbroce indiscriminado de nuevas áreas para sembrar pastos y desarrollar una ganadería extensiva, puede llevar a resultados dramáticos en términos de erosión y de desequilibrio ecológico. Un ejemplo es el de Volkswagen en la región amazónica del Brasil. La transnacional alemana a través de su filial en esa región realizó una quema de alrededor de 50 mil hectáreas de bosques que provocó un inmenso incendio. En

Brasil también existe preocupación sobre el futuro de la región no solo porque la selva amazónica es un "pulmón del mundo" sino además se teme que el cultivo indiscriminado de tierras, una vez destruidos los bosques, pueda producir la pérdida de fertilidad de los suelos en pocos años.

Otra de las graves implicaciones lo es la utilización indiscriminada de pesticidas, herbicidas y otros productos químicos en la agricultura, los cuales tienen un efecto nocivo sobre la flora y la fauna, especialmente en aquellos países donde el control por parte de las oficinas sanitarias es deficiente. Al respecto nos comentan Roger Burbach y Patricia Flynn : "Los latinoamericanos padecen efectos todavía más devastadores por el uso de plaguicidas. Como las restricciones estadounidenses al empleo de plaguicidas no son aplicables a la exportación o a la producción de plaguicidas en el exterior, algunas firmas estadounidenses como Dow Chemical, Eli Lilly, Dupont, Monsanto y Chevron a veces venden en otros países plaguicidas que han sido prohibidos en Estados Unidos"⁵⁷. Los abusos más flagrantes en América Latina se producen en las plantaciones de algodón, donde la producción depende del empleo intensivo de plaguicidas. En un esfuerzo por aumentar los rendimientos, los productores de algodón aplican actualmente plaguicidas 30, 40 e incluso 50 veces al año, por 7 aplicaciones que habían con anterioridad. Los aviones fumigadores aplican los plaguicidas, dispersando indiscriminadamente sustancias químicas tóxicas sobre alojamientos y poblaciones de trabajadores y de otras personas que viven en las cercanías de las plantaciones.

57. Roger Burbach y Patricia Flynn, en "Reconstrucción Económica" No. 147, México, D.F., 1977, p. 104.

E. CARACTERISTICAS Y UBICACION DE LA INDUSTRIA ALIMENTICIA.

la industria alimenticia tradicional se ha caracterizado por sus técnicas de producción, no pocas veces de corte artesanal, por sus restringidos mercados locales de materias primas y, sobre todo, de artículos de consumo final, por sus lentas tasas de crecimiento y por no haber sido, hasta hace unas tres décadas, un campo preferido del capital monopolista nacional y extranjero. Si bien es cierto que a través de esta industria alimenticia tradicional ya se venía consumando la integración de la agricultura a la industria, ésta última no tenía una incidencia importante sobre la producción agrícola, ni mucho menos sobre la tecnología y las formas de producción agropecuarias, tampoco ejercía mayor influencia sobre los sistemas de comercialización y mercadeo. Las empresas alimenticias tradicionales y sus vínculos y relaciones con la agricultura y el comercio no constituían un sistema agroindustrial, entendido este como una totalidad articulada de relaciones agroindustriales.

Por el contrario, la agroindustria moderna surge de la penetración y la acción de empresas monopólicas que convierten esta rama productiva en un campo de la inversión, la ganancia y la acumulación ampliada del capital. Es por ello, que se hace necesario comprender el movimiento de estandarización tecnológica a nivel mundial que comienza después de la 2a. Guerra Mundial, y que fue facilitada (no impuesta), a los países del Tercer Mundo con la política de ayuda alimenticia y de créditos, de los Estados Unidos y la de los organismos financieros internacionales de desarrollo más

o menos controlados por Estados Unidos. Estas ayudas y créditos fueron condicionados en general por la adopción de modelos técnicos americanos en los países beneficiarios. Además, estos cambios han sido promovidos por el éxito espectacular de la agricultura norteamericana durante el decenio 1950-1960, éxito basado, para ciertas producciones agrícolas, en una verdadera revolución tecnológica (cereales y ganadería), lo que permitió a los Estados Unidos convertirse en el principal exportador agrícola mundial, lo cual le dio poder de negociación económica y un acrecentado poder político.

Este impulso agrícola les permitió desarrollar una poderosa agro-industria que se convirtió en un complejo integrado de dimensiones multinacionales; el agro-business, dirigido por unas cuantas decenas de grandes firmas muy diversificadas, que controlaron posteriormente desde los insumos para la agricultura (máquinas agrícolas, semillas, abonos, pesticidas, productos veterinarios, etc.) hasta la transformación, el transporte y la distribución de los productos alimenticios, y también de sus substitutos de origen químico.

Todos estos avances tecnológicos, generados en los países desarrollados y traídos en su mayoría por empresas transnacionales, no son solamente el resultado de la acción de estas empresas, sino, sobre todo, una condición necesaria para la expansión del capital en la rama agroindustrial,

Si bien la industria alimenticia no es el sector de la industria de transformación en el cual se den las tasas más altas de absorción de nuevas tec

nologías, han sido ciertos desarrollos tecnológicos, ocurridos dentro y fuera de ella, los que han hecho posible la entrada del capital monopolístico y la transformación de los métodos de producción y mercadeo. Como siempre ha sucedido en la historia de la producción, han sido avances tecnológicos los que han creado las bases técnicas de modificaciones, en ocasiones radicales, de los métodos de producción. Este es el caso de la revolución agrícola moderna, producto de los avances de la ciencia y técnicas agronómicas y de la industrialización de la agricultura, que ha producido en los países desarrollados, un abaratamiento sin precedentes de ciertos productos básicos, como los cereales y las oleaginosas. Esta revolución agrícola ha tenido marcadas repercusiones, no solo ha producido cambios en la división internacional del trabajo, surgiendo los Estados Unidos y otros países desarrollados como verdaderas potencias alimentarias, y ha concentrado la tierra y transformado las relaciones sociales rurales en los países desarrollados y subdesarrollados, sino que también ha sentado las bases para la expansión del capital transnacional en ciertas ramas agroindustriales dominadas hasta entonces por capitales que producían para mercados regionales. Este último es el caso de la ganadería moderna o ganadería industrial, la invención de técnicas de congelamiento y de conservación de la carne y la aparición del transporte refrigerado había permitido ya el surgimiento de una ganadería extensiva ligada al desarrollo de un creciente mercado mundial y a la acción de empresas comercializadoras que operaban a nivel internacional. Sin embargo, no es sino hasta el nacimiento de la ganadería intensiva, basada en el consumo de granos forrajeros abarataados por la revolución agrícola, que esta actividad experimenta una restructuración productiva bajo el influjo de empresas transnacionales que controlan todos los

insumos que implica la nueva tecnología y que dominan el mercado internacional. En forma similar el nacimiento del sistema soya fue posible gracias al incremento de la productividad de cultivos como la soya, el sorgo y el maíz, a los nuevos métodos de extracción de aceites, los cuales les permitieron la utilización de las harinas proteicas en la alimentación animal y a las nuevas razas de aves y cerdos que aprovechaban óptimamente los nutrientes de las raciones para animales. En la industria de los aceites y grasas, la característica que la distingue fue el mejoramiento de los sistemas de extracción y las nuevas técnicas de hidrogenación y tratamiento de aceites crudos, lo cual hizo posible la expansión y el dominio del capital transnacional. En el campo del empaque y conservación de frutas y legumbres, éste se caracteriza por los avances de la técnica agrícola, promovidos por las mismas empresas transnacionales, que elevaron los rendimientos y produjeron variedades más adecuadas para la comercialización, así, como en el mejoramiento de las técnicas de conservación, estandarización, empaque y transporte. Como nos lo menciona Francis Mestries : "... el secreto de su poder es el control de los medios de transporte, de una red de comunicaciones internacionales y de las fuentes de abastecimiento de materias primas..."⁵⁸.

Además de la base tecnológica y de los nuevos sistemas de mercadeo y organización, los cuales le dan a las empresas transnacionales su carácter de empresas líderes, su hegemonía de mercado y, en último caso, las posibilidades de expansión de capital monopolista en el campo de la agroindustria; de

58, Francis Mestries, Op. Cit.

que pueda lograr directa o indirectamente un control relativo de todas las etapas del sistema agroindustrial o cuando menos de las más importantes, - entre ellas la producción de materias primas agropecuarias.

Para asegurarse un control sobre la oferta agrícola las empresas se caracterizan por desarrollar estrategias que van desde el financiamiento de la producción y la intervención directa en el proceso productivo, mediante la agricultura de contrato, hasta una participación marginal cuando el estado toma bajo su responsabilidad el financiamiento, la investigación y la extensión agrícolas. Con todo, las innovaciones técnicas y los nuevos métodos de cultivos son inducidos desde fuera de la agricultura, la cual tiende a industrializarse y a quedar paulatinamente subordinada a la industria y al comercio o, mejor dicho, a los intereses de las empresas agroindustriales que han tomado el control relativo de las etapas de producción y procesamiento que van desde las materias primas agropecuarias hasta la comercialización de los productos finales.

El dominio de los mercados finales es la característica básica de las empresas transnacionales y para ello desarrollan nuevos productos, no siempre de gran valor nutritivo, nuevos sistemas de empaques y presentación, transforman los sistemas de mercado y distribución de estandarización de productos y crean canales de comercialización internacional. Ambas etapas - producción agrícola y comercialización de artículos de consumo final, se hallan relacionadas, ya que para inundar los mercados nacionales e internacionales y para producir y comercializar productos de consumo refinado, es preciso contar con una oferta agrícola adecuada en cantidad y calidad. La-

noción de núcleo agroindustrial hace comprender mejor las características del agronegocio transnacional. Partiendo de esta concepción hay, dentro de cada sistema agroindustrial, una etapa a partir de la cual es posible ejercer un dominio sobre el resto de las etapas y de los agentes del sistema. El control de esta etapa clave le confiere a las empresas líderes un gran poder sobre otras empresas localizadas en otras etapas, a las cuales puede incluir en el proceso productivo comandado por las mencionadas empresas. Asimismo le confiere la capacidad de apropiarse de una parte importante del excedente producido en el sistema al tener el mando de las etapas más lucrativas, dejando a empresas nacionales de corte mediano y pequeño aquellas que dejan menos ganancias. El núcleo agroindustrial es distinto en cada sistema, estando relacionado con la estructura que adopta cada uno de ellos. Surge a partir de los siguientes elementos :

- a. las nuevas tecnologías y del poder que éstas le dan a las empresas que las monopolizan.
- b. el dominio del mercado, a través de métodos más eficientes y agresivos de comercialización, publicidad, presentación, etc.
- c. el control de las fuentes de financiamiento a nivel internacional.

La característica de implantación del agronegocio transnacional, en los países subdesarrollados, consiste en el dominio del mercado. Es por ello que las empresas transnacionales prefieren instalarse en sectores de la industria alimenticia que tienen un alto grado de concentración, o un mercado potencial

importante, y en sectores en los cuales tienen una ventaja relativa frente a otras empresas, ya que esto les permite regir el mercado con mayor facilidad. Generalmente las empresas transnacionales operan de preferencia, en sectores y con productos cuya tecnología, métodos y comercialización, etc., les permitieron tener una importante participación en el mercado. Las empresas transnacionales reproducen éstos métodos de producción y comercialización, los cuales son la base de la constitución de núcleos agroindustriales, en los países huéspedes, asegurándose así no sólo el dominio del mercado, sino también el control relativo de cada sistema agroindustrial.

De esta manera, encontramos que en México la mayor implantación de empresas transnacionales se halla en clases industriales que reúnen los siguientes requisitos: las más dinámicas y las que producen artículos para un amplio mercado de clase media, el cual pueden cubrir a través de los sistemas de supermercados (sopas y legumbres enlatadas, cafés y té solubles, leche condensada y en polvo, gelatinas, chocolates, etc.) o bien se producen artículos de estas características pero que puedan promover con eficientes sistemas de distribución y propaganda (diferentes tipos de botanas, refrescos mostazas y otros muchos condimentos, además de cereales para el desayuno). En otros casos, como en el de la industria avícola o ganadera, es el control ya antes descrito del proceso técnico y de la producción de los insumos que integran los nuevos paquetes tecnológicos, lo que hace atractivo para el capital transnacional estos campos. "... la expansión de la producción de carne para responder a la demanda externa y a las necesidades de las clases urbanas acomodadas que han adoptado el modelo de consumo de los países industrializados ha provocado una ganaderización de-

la agricultura, transformando las tierras cultivables en pastizales y sustituyendo los productos agrícolas destinados a la alimentación humana por cultivos destinados a la alimentación del ganado..." 59.

Por otra parte se observa que no hay presencia importante de transnacionales en las siguientes clases industriales: fabricación de ates, jaleas, frutas cubiertas y otros dulces regionales, en donde existe una tecnología tradicional autoctona; fabricación de harina de trigo, de harina de maíz, molienda de nixtamal y fabricación de tortillas, en las que además de emplearse una tecnología poco refinada y de haber una influencia estatal importante (sobre todo en las harinas), se trata de productos de consumo que no son susceptibles de ser diferenciados o empacados para venderse en las grandes tiendas comerciales; en cambio si existen empresas transnacionales en clases industriales que se dedican a procesar y elaborar productos refinados derivados del maíz y del trigo, como por ejemplo la fabricación de galletas, hotanas, cereales para el desayuno y harinas para tamales, pasteles y hot-cakes. Otras clases industriales de nula penetración transnacional son el beneficio de café tostado y molienda de café, etapas relativamente rudimentarias, prefiriendo implantarse las empresas transnacionales en la fabricación de café instantáneo, producto más elaborado, de presentación diferenciada y de venta masiva en las grandes cadenas de supermercados; fabricación de piloncillo y panca y tratamiento y envase de miel de abeja, en las que predominan técnicas tradicionales y cuyo mercado

59, *Ibid.*

es poco dinámico; fabricación de azúcar y productos residuales, en las que hay un monopolio estatal.

Las grandes empresas nacionales son copiadoras e importadoras de tecnología que producen las empresas transnacionales del ramo e imitadoras de los nuevos productos de punta, debido a que carecen de departamentos de investigación y experimentación de nuevos productos. También es un hecho que no obstante que siguen la estrategia de integrarse vertical u horizontalmente, las compañías mexicanas grandes no han llegado a tener los grados de integración y diversificación de las empresas transnacionales, lo cual representa una ventaja importante de éstas sobre aquéllas. Complementariamente, las empresas grandes no tienen tanta diversificación en cuanto a productos y recaén más en la suerte de uno o dos mercados, mientras que las empresas transnacionales pueden estabilizar su tasa de beneficio al operar en varios mercados nacionales e internacionales. "Su principal fuerza reside en una producción masiva y diversificada, una alta productividad del trabajo, y un coeficiente rápido de rotación de capital"⁶⁰. En virtud de estas y otras características, las empresas transnacionales cumplen el papel de empresas líderes, de empresas dinámicas que tienden a permear la estructura de los sistemas agroindustriales que más crecen, a crear productos y tecnologías nuevos y a crear su propio mercado, gracias a la influencia de la publicidad sobre los hábitos alimenticios, como lo veremos en el último capítulo.

60. *Ibid.*

Geográficamente hablando, la gran industria alimenticia está implantada en los grandes centros de consumo o en las zonas agrícolas o ganaderas de tipo industrial. El 60% de las 500 fábricas pertenecientes a las 400 empresas más grandes se encuentra en la misma capital o en sus alrededores, es decir, en la zona más industrializada del país. El 20% de las empresas que sigue establecido al norte de Baja California, en Sinaloa y en Jalisco - así como en una importante zona agrícola y ganadera de los Estados de Guanajuato y Querétaro. En cambio, en el sureste y en la costa sur del Pacífico, región inminentemente agrícola, no hay por así decirlo, ninguna industria alimenticia, siendo la excepción la fábrica Nestlé en el Estado de Chiapas.

CAPITULO III

HABITOS ALIMENTICIOS, NUTRICION Y DIETAS

A. EL PATRON ALIMENTICIO TRADICIONAL Y CAUSAS DE SU EVOLUCION.

Los datos históricos nos revelan el hecho notable de que las características de la alimentación mexicana han sido muy constantes a través del tiempo; desde la Conquista hasta la fecha han predominado los alimentos autóctonos : maíz, frijol, chile, jitomate y varios más. La Colonia, a pesar de haber representado un impacto cultural muy brusco y el choque de dos tipos de alimentación tan distintos, no causó en la población natural los cambios que se hubieran esperado; se puede decir al respecto que más alimentos aportó México a España y al mundo, que lo contrario. Aquí, quizá el cambio más importante fue de tipo negativo, una gran disminución en el consumo de la alegría, importante variación del maíz considerado por los naturales un alimento de los dioses, el cual finalmente fué prohibido; las principales adquisiciones : café azúcar y productos de trigo no son muy valiosos nutricionalmente. Los alimentos de origen animal, carne, leche y huevos, fueron más para los criollos, las mayorías sólo los aceptaron dentro de sus hábitos como comidas excepcionales, para los días de fiesta o de mercado.

Pero en los últimos veinte años los hábitos alimentarios del país han estado recibiendo un impacto mayor que el que han tenido en todos los 450 años previos. Esta tendencia al cambio se debe fundamentalmente a que México ha dejado de ser un país esencialmente agrícola para pasar a ser lo que ahora se denomina como país en transición, además de que a través de los medios de comunicación, fundamentalmente por conducto de la televisión

se han distorsionado los hábitos alimenticios de la población. A ese respecto se expresa Marie Christine Renard : "Al crecer la influencia de las transnacionales en la determinación de los productos que se van cultivando, los patrones de consumo de la población se van modificando mediante campañas de publicidad orquestadas por las mismas compañías" ⁶¹. La mitad de la población ya no se dedica a la agricultura y la otra mitad está cambiando sus prácticas. Lo fundamental para la alimentación es que las familias rurales, que todavía hace veinte años eran esencialmente autoconsumidoras, o sea que confían lo que ellas mismas producen, ahora se están integrando muy rápidamente al sistema comercial. Practicamente ya se acabó en el país la milpa tradicional; es raro encontrar terrenos con maíz y frijol mezclados, entre los que se noten las hojas de calabaza y bordeados por chiles y tomates. Este tipo de plantación, que hace veinte años dominaba en el mismo valle de México, es difícil encontrarla aún en las zonas más aisladas. Los pocos que cultivan su propia tierra producen para vender y con el dinero se sienten en posibilidad de escoger, los demás son asalariados a un nivel muy bajo y tienen que comprar los alimentos. Es muy importante recordar que el sistema prevaleciente en la actualidad no les permite realmente tener dinero, sino que lo que en realidad tienen es crédito en la tienda del comerciante cacique, al cual le pagan con cosechas, salarios, dinero de la renta de las parcelas, animales, etc.

Entre los factores sociales que más directamente están afectando los hábi

61. Marie Christine Renard, Op. Cit.

tos de consumo de alimentos se pueden anotar :

a. Se ha presentado una verdadera explosión de los medios masivos de comunicación; en la década de 1960 se extendió el radio de transistores, - que rápidamente alcanzó a la mayoría de las familias rurales, y, en esta década, primordialmente se está extendiendo la televisión, es, a través de esta, que está apareciendo una tremenda expansión de varios sistemas comerciales, de red nacional, que, a partir de la Ciudad de México y otras grandes ciudades, penetra cada vez más hasta las pequeñas - comunidades, vendiendo alimentos atractivos por su sabor y presentación tales como : refrescos, pastelillos, pastas, galletas, bebidas alcohólicas, botanas, chocolates en sus diferentes modalidades, jugos de frutas, yogurt de sabores, gelatinas, flanes, quesillos, etc. Este desarrollo - comercial está relacionado con el crecimiento de determinadas industrias y transnacionales que tienen mayores márgenes de utilidad, - como ya se enfatizó- debido a una mayor y mejor tecnología de producción y - distribución; así, por ejemplo, se sabe que una sola compañía de harinas refinadas ha logrado cerca de 400 mil puntos de venta en el país. - Los que dirigen los medios de comunicación, esencialmente la televisión tratan de inducir el cambio a lo que llaman modernización en la alimentación, que corresponde al consumo indiscriminado de los productos industrializados, los cuales fueron mencionados anteriormente, los que no poseen ningún valor nutritivo, y sin embargo son bastante caros, como se tratará al final de este trabajo.

b, Está cambiando rápidamente la estructura de la demanda de alimentos, -

debido al crecimiento desmesurado de polos de atracción; por un lado, - las grandes ciudades, que crecen inmensurablemente en poder adquisitivo y en población, y por otro el crecimiento de grandes compañías procesadoras de alimentos, sobre todo de forrajes, que absorben más de la tercera parte de los granos disponibles.

C. En los últimos años se ha agregado la propia crisis alimentaria, que - agudiza las tendencias al cambio y que, por lo tanto, tiende a reproducirse. Al faltar el maíz o frijol, obliga a consumir otro tipo de productos, lo que acelera el cambio. La inflación condicionada que los caciques comerciantes tiendan a cobrarse las deudas recogiendo todas las cosechas, para después vender a los propios campesinos los mismos productos pero a precios más altos, o los nuevos productos que les dejan - mayores utilidades.

El cambio dietético más significativo ha sido la tendencia a abandonar la llamada dieta indígena de maíz y frijol, que tradicionalmente consume el 70% de la población total del país, casi la mitad de ellos en forma exclusiva. Así lo asevera Marie Christine Renard, al decir : " Los cultivos - que se siembran no son los que corresponden a las necesidades alimenticias del país; sino que están determinados por el precio mundial y las posibilidades de incrementar las ganancias a corto plazo, aún a costa de - una explotación desvastadora de los recursos naturales. Así se dió un desplazamiento de cultivos como el maíz, el frijol, etc., a favor de cultivos como el sorgo, maíz procesado, constituye un alimento balanceado paraguano, que se exporta, y que, en todo caso, no es consumido por

millones de mexicanos; o bien, a favor de cultivos de lujo como las hortalizas, que enlatadas se exportan o son consumidas por las clases medias altas urbanas" 62.

Los últimos estudios que se han realizado en 220 comunidades rurales a través del Sistema Alimentario Mexicano, por medio de un programa de cooperación entre el Instituto Nacional de Nutrición y CONACYT, SSA, y COPLAMAR, muestran que las tendencias al cambio se han agudizado en éstos últimos cinco años, y, aunque faltan resultados definitivos, es posible mencionar, en forma general, los siguientes efectos :

- a. Básicamente persiste la misma estructura alimenticia, tanto porque el maíz sigue dando la mayor parte de la energía como porque las familias hacen esfuerzos por conseguir frijol.

Esta dieta de origen indígena tiene todavía muchos puntos de resistencia como serían los factores cultural y económico; todavía el maíz y el frijol son los alimentos más baratos, en función de los nutrientes que proporcionan. Sin embargo, recientemente, y considerando sólo su aporte energético por peso gastado, el azúcar proporciona más calorías que el maíz y en algunas regiones los productos de trigo más que el frijol. Esto acelerará el cambio porque las personas de muy bajo ingreso solo consideran su satisfacción energética y no el valor nutricional.

62, Marie Christine Renard, *Op. Cit.*

b. El consumo de frijol ha decrecido mucho, ya no se consume dos o tres veces al día como antes, sino que ahora en muchas regiones ha bajado a tres veces por semana. Esto desde luego está en relación al precio, que se vincula directamente con su baja disponibilidad. La "crisis de los frijoles", que llegó a su máximo en 1974, no ha terminado en muchas regiones rurales, a pesar de la buena cosecha de 1975, pues después ha seguido deficitaria, sobre todo en 1977.

c. También están desapareciendo de la dieta rural varios productos que otrora eran muy aceptados como el pulque, los quélites, las calabazas, los insectos etc. Su producción ha decrecido mucho y su prestigio es bajo, algunos de ellos, por ser escasos, han subido mucho de precio y la población rural ya no los puede consumir.

d. Se ha incrementado muchísimo el consumo de derivados del azúcar, sobre todo en forma de refrescos, bebidas alcohólicas y productos industrializados dulces; ésta ha sido una verdadera invasión en el medio rural. Su precio, como ya se dijo, es alto y su valor nutritivo casi nulo, y su aceptación no puede ser mejor, la población rural los busca con avidez y los tiene en muy alta estima.

Otro cambio importante y que sustituye a los frijoles es el incremento en el consumo de productos con base en harinas refinadas, sobre todo pan, pastas, galletas y pasteles, que en diversos formas industrializadas, han tenido su prosperidad en los últimos años. La población rural los consume principalmente. Su precio es superior al de los frijoles, aunque en

no requieren tanta cocción y su sabor ha sido de aceptación popular; aunque su valor nutritivo sea pésimo.

Es indudable que estos cambios están rompiendo con lo tradicional de nuestra dieta, pero también con la adaptación del mexicano a su ecología. Se ha dicho que el maíz y el frijol han sido a la vez la dicha y la desgracia del mexicano; la dicha porque le han permitido sobrevivir, pero la desgracia porque lo han mantenido en un nivel precario de desarrollo individual y colectivo. Esta dieta de maíz y frijol no satisface energéticamente a las personas; tiene poco sabor y es muy voluminosa, por lo que sacia demasiado.

La introducción de los productos del azúcar y las harinas refinadas, que son de digestión y asimilación mucho más rápida y fácil, por un lado está ayudando a resolver el problema calórico, pues estos producen más apetito y ayudan a que se coma más cantidad, pero, por otro, su bajo contenido de otros nutrimentos, desbalancean la dieta y la hacen más deficiente. Definitivamente, estos nuevos alimentos de la dieta mexicana, desde el punto de vista nutricional, son los más malos que pudieran haberse adoptado; tanto los derivados del azúcar como los de harinas refinadas tienen energía concentrada, pero son sumamente pobres en proteínas, vitaminas y minerales. Esto significa que si bien se está saliendo de una dieta mala, por pobre, se está entrando a otra peor por desbalanceada y escasa en valor nutritivo. Aunque la mayoría de los alimentos procesados están concebidos para los mercados de las élites urbanas, algunos de ellos, como los dulces, la goma de mascar y los refrescos procesados se venden a los sectores más pobres de la

población. En México, anualmente se consumen 14 mil millones de botellas de bebidas gaseosas, aproximadamente cinco botellas semanales por habitante, hombre mujer o niño. Debido a la intensa publicidad, la gran mayoría de los habitantes del país ha adoptado la bebida gaseosa como parte integral de su dieta" ⁶³.

B. DIETAS BASICAS PREVALECIENTES.

La dieta básica es la que suministra todos los elementos nutritivos que necesita el ser humano para alcanzar su desarrollo óptimo y llevar una vida plenamente activa, y no aquella que sólo proporciona el mínimo de calorías necesarias para subsistir. Es decir, la dieta básica debe contener proporciones adecuadas de carbohidratos, proteínas, lípidos, vitaminas, minerales y agua.

Los carbohidratos, proporcionados por los cereales en sus distintas variedades, han constituido la base alimentaria de todos los grupos humanos a través de la historia. Las proteínas de mejor calidad, las que contienen los aminoácidos esenciales, tradicionalmente se han obtenido de la carne de los animales, ya sean silvestres o domésticos, entre los que ocupa un lugar preponderante el ganado vacuno; aunque también figuran el porcino, el ovino-caprino las aves y el pescado. Los lípidos se obtienen de las grasas vegetales o animales, las vitaminas y minerales se encuentran en casi-

63. Moore Lappe, Frances y Collins, Joe, Food First, Doubton, Mifflin & Co, Boston, 1977, P. 304.

todos los alimentos de origen natural y también pueden producirse en forma sintética.

Se puede asegurar que en México nadie sabe comer, cualquiera que sea su nivel económico, pues el mexicano generalmente tiende a elegir, inducido por los medios masivos de comunicación -esencialmente la televisión-, los alimentos por su sabor y otras consideraciones socioculturales, más que por su valor nutritivo. En general pueden distinguirse tres grandes grupos dietéticos, a saber :

a. El complejo del maíz-frijol

Este corresponde a una dieta ingerida sobre todo por la población indígena, con solo la adición de pequeñas cantidades de otros alimentos. Es poco variada en cuanto a ingredientes, pero muy variada en cuanto a formas, pues el maíz, que es la base, no sólo se consume como tortillas, sino también en tamales, atoles, chilatole, pozol, esquite, elotes en distintas formas, etc., y en muy escasas ocasiones carne, leche, huevos, ciertos productos enlatados y refrescos embotellados.

De esta dieta también participan los campesinos nacionales monocultores de maíz, aunque son más frecuentes las ocasiones en que consumen los otros productos mencionados.

Se puede afirmar sin temor a equivocarse que poco menos de la mitad de la población queda incluida en este patrón alimentario, entre ellos los

campesinos minifundistas, que se dedican, casi en exclusivo al cultivo del maíz o los que carecen de tierras y dependen de las plantaciones y de las grandes obras públicas para recibir su salario.

b. Patrón cultural euromestizo

Incluye, maíz-trigo (que en parte sustituye al maíz), frijol, lateria, refrescos, carne y otros productos de origen animal. Esta dieta es más balanceada, y corresponde a la población de las regiones del noroeste y nordeste de México con una agricultura altamente mecanizada y dedicada a los cultivos comerciales; en algunas partes es muy notoria la influencia publicitaria en la dieta de esas poblaciones, las que prefieren la leche rehidratada, condensada, etc., o los productos procesados y envasados industrialmente a pesar de contar con los productos frescos que ellos mismos cultivan. En este grupo alimentario también se incluyen los habitantes de las ciudades y ciertos sectores de la clase media rural.

Los que consumen esta dieta tienen una mejor nutrición, sin embargo, a través de la televisión, son persuadidos a consumir excesivamente ciertos artículos como pastelillos, pastas, galletas, refrescos, bebidas alcohólicas, embutidos, etc., y se deja a un lado el de verduras y frutas, lo cual impide que sea una dieta bien balanceada.

c. Patrón alimentario metropolitano

Incluye trigo-maíz, frijol lateria, refrescos, carne, leche, huevo, man

tequila, queso, embutidos, etc., caracterizándose además por lo variado de la dieta diaria. En este patrón aparece además un gran consumo superfluo, es decir, el de alimentos que son innecesarios, esto, como en el caso anterior, es provocado por la publicidad televisiva, la cual está distorsionando altamente los hábitos alimenticios de la población, en perjuicio irreversible de la misma. Esta dieta se observa en las grandes ciudades, y no sólo en los estratos con mayores recursos, sino también en amplias capas de los estratos medios y aún bajos. Son principalmente los habitantes de las grandes metrópolis como las ciudades de México, Monterrey, Guadalajara, Puebla, etc., los que tienen este patrón alimentario.

Los dos últimos grupos, fundamentalmente, son los que ven fuertemente influido su consumo de alimentos por las campañas de propaganda que suelen hacer las compañías empacadoras, a través de los medios de comunicación masiva, o de las falsas ofertas de las cadenas de tiendas y supermercados.

La penetración de las firmas transnacionales les favorece sustancialmente la producción dirigida al mercado internacional o bien al consumo del sector de altos ingresos. "Induciendo un proceso de sustitución de producciones alimenticias de base y de víveres por aquéllas de exportación o de productos procesables en bienes alimenticios costosos destinados a las clases acomodadas de la población..."⁶⁴. Esto produce como consecuencia un cambio de patrón alimenticio en la ciudad y en el campo, como también-

64. Francis Mestries, Op. Cit.

en el valor calórico proteico de los alimentos consumidos. En el campo, la especialización de la producción y la monetarización de la economía rural tienden a hacer desaparecer la producción de auto-consumo. El polo dominante del nuevo sistema, es, como ya se expresó, la producción dirigida sobre todo a las firmas agro-alimentarias que acaparan el producto de las tierras más fértiles y mejor localizadas, mientras que la producción de alimentos para el consumo local se hace en tierras marginales y aún fuera de la región. De este proceso resulta el encarecimiento y la relativa escasez de alimentos de consumo corriente con efectos negativos en la nutrición de la población rural.

Los estudios realizados en México, así lo demuestran. Otro ejemplo es la República Dominicana donde los campesinos inducidos a producir caña para la firma Gulfand Western deben traer los alimentos, a precios muy altos en relación a sus recursos, desde la capital, Santo Domingo. El desempleo rural y la emigración hacia las grandes ciudades, tienden a aumentar la demanda de alimentos de consumo popular, al mismo tiempo que la producción de estos tiende a decaer como consecuencia de la competencia ejercida sobre la tierra para producir para la agroindustria.

La baja capacidad de absorción de esta población migrante y pauperizada por la economía urbana, conduce a la creación de periferias miserables entorno a las grandes ciudades sobre todo en países de rápido crecimiento demográfico. Basta con mencionar algunos ejemplos dramáticos : México, Bogotá y Sao Paulo en América Latina; Laos y Cairo en Africa; Calcuta y Manila en Asia. El nivel alimenticio de esta población es altamente insuficiente,

por tanto, en términos calóricos como de consumo de proteína. La Baja producción de alimentos corrientes provoca un alza de sus precios y contribuye al abandono de dietas alimenticias tradicionales y a menudo bien equilibradas en términos nutricionales. "... al aumentar de precio estos insumos suben los precios de otros productos como los huevos, la leche, la carne, etc., que cada día son menos accesibles a las masas; estamos viviendo este fenómeno diariamente en México; además de influir en los precios de estos productos, las transnacionales contribuyen también de esta manera al empobrecimiento y abandono de la dieta de los mexicanos" ⁶⁵. El ejemplo brasileño es bien característico de este modelo. De este modo la población de bajos ingresos se vió obligada a abandonar el consumo de frijol y substituirlo en la dieta básica por pastas farináceas. Este nuevo producto agro-alimentario tiene un valor nutritivo más bajo y resulta relativamente más caro que el producto substituido.

la situación de penuria alimenticia lleva muchas veces a los gobiernos de los países en desarrollo a acogerse a los programas bilaterales o internacionales de ayuda alimentaria. Estos programas, apoyados en los excedentes de los países occidentales desarrollados, ofrecen cereales, particularmente trigo, además de leche, aceites, etc., e inducen hábitos alimenticios no correspondientes ni a la producción ni a las tradiciones culturales de los países receptores. Los nuevos hábitos de consumo crean también nuevos mercados para productos de los países desarrollados obligando más tarde a-

65. Marie Christine Renard, Op. Cit.

los países en desarrollo a adquirirlos en el mercado internacional. El caso de Corea del Sur es ilustrativo. De beneficiario de la ayuda alimentaria estadounidense pasa a ser importador básico de trigo, pese a que antes la dieta se centraba en el arroz. Este cambio del patrón de alimentación - está además fuertemente estimulado, como ya se ha mencionado, por la publicidad que promueve los alimentos que son producidos por las grandes firmas transnacionales. "En los países de América Latina, el impacto de los procesadores transnacionales de alimentos es todavía más dañino. Alientan a la gente a consumir salsa de tomate Heinz, Galletas Pillsbury y Pepsicola, - productos que sin excepción dan calorías más que proteínas. Para los millones de personas con ingresos de subsistencia, cada centavo gastado en esos productos conduce a un mayor deterioro de sus ya deficientes dietas" ⁶⁶. - De este modo el consumo de productos procesados se constituye en un símbolo de status social, pese a que los alimentos promovidos por la propaganda son, como también ya se ha dicho, de bajo valor nutritivo y de alto precio. Como ejemplo, entre una multiplicidad de ellos, se puede mencionar los alimentos para infantes introducidos en Africa por Nestlé, o de bebidas gaseosas que se transforman en una insalvable necesidad aún en aislados villorios de América Latina.

C. REQUERIMIENTOS Y NIVELES NUTRICIONALES

El ser humano requiere para su desarrollo y funcionamiento de una dieta -

66, Roger Burbach y Patricia Flynn, Op. Cit,

balanceada que contenga ciertas cantidades de los diferentes elementos nutritivos básicos, los cuales se deben tomar juntos en ciertas proporciones relativas aproximadas, para obtener los mejores resultados nutricionales y de acuerdo con la edad, el sexo, el grado de actividad y el clima.

Las dietas -como ya se mencionó- se componen de seis grupos básicos de nutrientes : carbohidratos, grasas, proteínas, minerales, vitaminas y agua - junto con sustancias agregadas para dar sabor.

Aún cuando la ingestión de alimentos es imprescindible en el curso de la vida, son tres las épocas en que resulta ser determinante para la plena maduración y formación del ser humano : el período prenatal, del nacimiento hasta los 18 meses y en la adolescencia. Toda la información de que se dispone permite establecer la conclusión de que una insuficiente ingestión de proteínas y calorías en la infancia afecta el esquema normal de maduración bioquímica y produce un retardo del crecimiento físico, que parece ser permanente para algunos tejidos, entre ellos los del sistema nervioso central; o sea, es posible afirmar que la desnutrición ocasiona un retardo irreversible del desarrollo físico, y lo que es más grave, del mental.

En la actualidad está reconocido clara y ampliamente que la desnutrición infantil es uno de los problemas más graves que afrontan los países en desarrollo, pues aún cuando las enfermedades tropicales clásicas, como el paludismo y la fiebre amarilla, son importantes problemas de salud que entorpecen el progreso de los países tropicales, tienen una significación mucho menor que la desnutrición infantil, ya que ésta no solo causa un gra

do más elevado de enfermedad, miseria y muerte, sino que además conduce a la existencia de una población dañada en sus características físicas y mentales.

De acuerdo con estudios especializados, el 18% de los mexicanos se alimenta adecuadamente, mientras que el 82% restante sufre distintos grados de desnutrición. Era sobre todo el sector campesino el que más sufría de desnutrición en nuestro país, pero la intensa migración rural-urbana, con las aglomeraciones consiguientes en las ciudades, hace suponer que la desnutrición es ya tan frecuente en el campo como en el medio urbano. El problema principal de la alimentación en nuestro país radica en el contenido de la dieta ya que su valor calórico es solo ligeramente menor al que se considera satisfactorio. Las Naciones Unidas recomiendan la ingestión de 2,600 calorías y 75 gramos de proteínas al día; México, en conjunto disponía en 1970 de 2,620 calorías y 73 gramos de proteínas por persona y por día ⁶⁷.

La base de la alimentación en México es el maíz, que aporta más de la mitad del valor calórico proteínico de la dieta, pero escasean otros elementos nutritivos, sobre todo de origen animal como carne, leche y huevos. En promedio las disponibilidades con que se cuenta son de alrededor de 23 gramos de proteínas animales por persona y por día, es decir, a cada uno de los mexicanos le correspondería un kilo de carne al mes, un huevo y medio

67, Margarita Nolasco y Clementina Zamora de Iquihua, en "Alimentación Básica y Desarrollo Agroindustrial", Hl. F.C.E., México 1977, P.36.

por semana y un vaso de leche por día, cantidades obviamente insuficientes, sobre todo para niños, adolescentes y mujeres embarazadas.

Los promedios nacionales de disponibilidad hablan únicamente de eso, disponibilidad general de los alimentos, pero no del acceso real que los distintos sectores de la población tiene a ellos. De hecho, en ciertas regiones y ciertos sectores los habitantes cuentan con más alimentos de los que realmente necesitan, mientras en otros están casi al borde de la supervivencia.

Según datos de la FAO, se requieren para sobrevivir de 1400 a 1500 calorías diarias, y (aún cuando en los campos de concentración nazi se logró la supervivencia con raciones de 500 a 1000 calorías) se considera que por debajo de 2500 calorías ya hay sub-alimentación.

Una gran parte de la población mexicana sufre de desnutrición en distintas formas y diferentes grados; la situación varía según la región, la localización rural y urbana, el estrato social y de ingresos de que se trate, la edad y aún el sexo.

Existe una zona de nutrición que en general es satisfactoria, localizada en la frontera norte y que desciende por el noroeste; en ella se ingieren 2 330 calorías y 69 gramos de proteínas por persona y por día. Una segunda zona de nutrición regular es la que comprende el norte y ambas costas, su consumo de calorías es de 2 124 y 60 gramos de proteínas, la desnutrición grave sólo llega al 11. La tercera región es la de la mala nutrición y se

encuentra en pleno centro del país; su consumo de calorías es de 2064 y 56-gramos de proteínas, la desnutrición grave afecta al 3,5%. El área de la nutrición muy mala comprende los Estados de Guerrero, Oaxaca, Chiapas y el resto del Sureste; ahí se ingieren 1893 calorías y 50 gramos de proteínas - la desnutrición grave es del 4,1%. Es típico de la pobreza de esta dieta, una muy reducida estatura y peso corporal, baja actividad física y hasta ciertos desajustes metabólicos, que en realidad corresponden a síntomas de desnutrición, pero que permiten la sobrevivencia de las comunidades. Esta situación establece un círculo vicioso que perpetua el subdesarrollo: la desnutrición propicia la inactividad y la baja producción, que favorecen la pobreza y todos los fenómenos dependientes: desigualdad social, insalubridad e ignorancia, que, a su vez, causan la desnutrición, cerrando así el círculo vicioso que impide el progreso.

Aún las regiones rurales más desarrolladas, parte de las zonas Centrooccidentales, las comunidades agrícolas del Golfo y las ganaderas y agrícolas del Norte, no alcanzan niveles nutricionales adecuados. Su dieta es más baja que la de la población urbana baja. Este fenómeno es más acentuado en México que en otros países latinoamericanos, en donde la situación es más equilibrada e incluso se ha invertido, como en Colombia y Perú, donde la dieta de los barrios urbanos ya es peor que en las zonas rurales de agricultura estable. En México, debido a los recientes problemas de crisis económica, inflación y desempleo, se ha comenzado a detectar un deterioro nutricional en los barrios urbanos, sobre todo en las ciudades más pobres.

Dentro de la ciudad de México hay grandes diferencias en el consumo de ca -

lorías y proteínas como se puede apreciar en el cuadro No. 6, ésta es tres veces mayor en los habitantes de apartamentos modestos, que son obreros o empleados de bajo ingreso, que en los de las barracas del cinturón de miseria de las ciudades.

CUADRO N° 6

CONSUMO DE CALORIAS Y PROTEINAS DE LOS DISTINTOS NIVELES RURALES Y URBANOS			
	CALORIAS TOTALES	PROTEINAS TOTALES	PROTEINAS ANIMALES
<u>U R B A N O</u>			
1. Unidades Habitacionales	2 380	86.1	45.8
2. Vecindades	2 320	67.1	23.5
3. Barracas periféricas	2 030	59.0	14.3
<u>R U R A L</u>			
1. Zonas de buena nutrición	2 330	69.0	20.0
2. Zonas de regular nutrición	2 120	60.0	15.1
3. Zonas de mala nutrición	2 060	56.1	10.0
4. Zonas de muy mala nutrición	1 890	50.2	7.9

Fuente : Adolfo Chávez Villasana, en S.A.R.H. "Documentos de Trabajo para el Desarrollo Agroindustrial" No. 4, México 1980, P. 49.

Desafortunadamente no se cuenta con datos de consumo en las clases media y alta, el cual debe ser por lo menos tres veces mayor que en los obreros y empleados mencionados, lo que realmente constituye un despilfarro económico y metabólico, cuando lo correcto debe ser de aproximadamente 20 gramos,

También, como ya se manifestó, se ha incrementado muchísimo a través de la publicidad televisiva el consumo de productos del azúcar y de las harinas-refinadas, que combinados con saborizantes artificiales, están deformando cada vez más la dieta. No son raras las familias urbanas, sino todo lo contrario, que les dan de desayunar a sus hijos refrescos con pastelillos y otras combinaciones semejantes, sin darse cuenta que lo único que están proporcionando es azúcar en distintas formas y en grandes cantidades. Las encuestas recientes del medio urbano demuestran que se están consumiendo con excesiva constancia, aproximadamente 60 diferentes tipos de productos que no tienen valor nutritivo alguno, y que al ser caros inciden mucho en el gasto familiar, disminuyendo la posibilidad de compra de alimentos mejores y mucha más nutritivos.

Este tipo de productos se vende mucho gracias a la completa ignorancia que tienen las familias pobres, por un lado, en materia de nutrición y alimentación y, por el otro, siendo el principal, las intenciones de comercialización de las compañías transnacionales. La mayoría de las familias de bajo ingreso de las ciudades son inmigrantes del campo, con gran deseo de cambio y sin ningún mecanismo de defensa contra las técnicas publicitarias. Por consiguiente son fáciles presas de los medios masivos de comunicación, que si no surten más efecto es por la falta de poder adquisitivo o por que no captan bien los mensajes.

Es bastante probable que estas tendencias a la malnutrición alimentaria en lugar, de más, en el futuro, ocasionen las negativas para la salud.

Como un ejemplo de entre varios de ellos se puede mencionar una encuesta que fue realizada en la ciudad de León ⁶⁸, en la cual se pudo comprobar el impacto negativo del alto consumo de refrescos y golosinas sobre el desarrollo de los niños. La verdad es que no existe tal modernización; pues no es más que la antigua dieta, insuficiente e inadecuada, deshecha por la introducción de varios alimentos industrializados, que, por su alto margen de utilidades, facilitan que se invierta mucho en distribución y publicidad. Los sectores de más bajos ingresos los aceptan en función de que no hay nada mejor en el mercado y porque proporcionan un sabor diferente y más agradable que los tradicionales. Asimismo, tienen energía más concentrada, lo que da lugar a una satisfacción rápida, aunque momentánea.

Como consecuencia de los cambios mencionados, tanto para el medio rural como para el urbano, se puede decir que México ya no se está enfrentando a un solo problema nutricional, la desnutrición en su forma tradicional, la causada por la falta de alimentos en la población que por sus escasos recursos no puede escoger su dieta, sino que ahora se agrega otro, el del sector que está incorporado al sistema comercial y que puede escoger sus alimentos, pero que lo está haciendo muy mal y que por lo tanto sufre de múltiples alteraciones nutricionales y aún de trastornos metabólicos, condicionados por el exceso de azúcar, de grasas, de harinas refinadas y de alimentos de origen animal incorrectamente seleccionados y consumidos. En

68. Estudio efectuado por el Instituto Nacional de Nutrición en 1979.

estas condiciones no es raro encontrar una combinación de desnutrición con obesidad, hipertensión y arteroesclerosis. Esto muestra que México se encuentra cercano ya a un curioso punto de desequilibrio nutricional, en el que la mitad de las muertes están asociadas a la falta de alimentos; en los niños pobres, por la interacción entre la desnutrición y la infección; y, la otra mitad, en los adultos del medio urbano, por causa de enfermedades arterioescleróticas, infartos, accidentes vasculares cerebrales, diabetes y enfermedades hepáticas, asociadas a dietas desbalanceadas, incluyendo el alto consumo de alcohol.

Dentro de toda la problemática nutricional actual del país los que más están sufriendo son los niños. Las cifras de desnutrición infantil aumentan y las diferencias entre sectores y regiones se ahondan.

Tradicionalmente los problemas de desnutrición se han achacado a que faltan alimentos en México. Se insiste en que el pueblo no come porque no hay suficiente producción y sobre todo en que sólo aumentándola se podrá resolver el problema. Esta aseveración no tiene ninguna base científica, lo cual ya se apuntó en uno de los capítulos precedentes, ni mucho menos algún apoyo práctico, la demostración más clara es que México ha exportado alimentos por largos periodos sin resolver los problemas de las mayorías. Entre 1965 y 1970, a pesar de las fuertes exportaciones de alimentos, se alcanzó una disponibilidad de alimentos igual a la recomendada por las Naciones Unidas, de 2600 calorías y de casi 75 gramos de proteína por persona y por día, pero no solo no se resolvieron los problemas nutricionales de los sectores de bajo ingreso, sino que, por el contrario, se agudizaron

aún más. Incluso en el momento actual, en que la disponibilidad de alimentos ha bajado significativamente y que probablemente estos proporcionarán menos de 2500 calorías por persona y por día, la población podría comer bastante mejor de lo que lo hace.

La producción de alimentos no ha podido incrementarse paralelamente a la población, pero, gracias a las importaciones, se ha mantenido una disponibilidad total aceptable. Sólo en los años 1974 y 1975 hubo escasez, que recientemente ha sido corregida.

Además del estancamiento productivo se ha presentado otro fenómeno de la misma importancia, un tremendo cambio, como ya se dijo, en el patrón alimenticio, o sea en el tipo de productos, esto, obviamente ha sido impuesto por el desarrollo de las empresas transnacionales, que a través de la publicidad han conformado hábitos alimenticios que no son correspondientes a los nuestros.

la base de la dieta popular -lo que ya se dijo-, tanto urbana como rural, ha sido el maíz en forma de tortillas, que proporciona el 77% de las calorías, 73% de las proteínas, 85% de los hidratos de carbono, 79% de las grasas, 2% de la vitamina A, 60% del complejo vitamínico B, 69% del calcio y 51% de hierro que ingerimos los mexicanos⁶⁹. A pesar de que la tortilla es un elemento rico en elementos nutritivos, para constituir una die

69, Margarita Nolasco y Clementina Zamora de Equihua, Op. Cit.

ta balanceada es necesario complementarla con otros alimentos que aporten proteínas de origen animal y que le adicionen vitaminas A, B, y C, tales como la carne, la leche, huevo, pescado, verduras y frutas. El frijol, que es otro de los componentes de la alimentación popular del mexicano, proporciona 5% de calorías, 8% de proteínas y 5% de hidratos de carbono ⁷⁰. Pero a pesar de que ambos productos son grandes nutrientes, no se puede considerar que sea una dieta balanceada la que sólo incluye tortillas y frijol, aún cuando se le agreguen el chile, los quelites, el tomate, jitomate y algunas otras verduras que constituyen la dieta básica popular de México. El chile contiene hidratos de carbono y vitaminas, y consumido en mayores cantidades podría servir de complemento alimenticio, pero debido a que se prefieren las variedades más picantes, solo sirve de condimento y no como alimento.

El valor alimentario de una proteína en particular, se determina por su composición de aminoácidos, de los cuales se consideran como esenciales 8, por ser elementos que el organismo humano no puede elaborar a partir de otros ingredientes y deben estar siempre presentes en el alimento ingerido. Los alimentos de origen vegetal suministran proteínas, pero varía considerablemente la proporción que contienen de los aminoácidos esenciales. El maíz, por ejemplo, posee algunos de ellos pero carece de otros e igual sucede con el frijol, aún cuando la presencia y la ausencia de los aminoácidos específicos es distinta en ambos productos. En cambio los alimentos de origen animal, además de ser fuente rica y concentrada de proteínas, contienen ocho de los aminoácidos esenciales.

70, Ibid.

CAPITULO IV

*LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION
COMO UN FACTOR DETERMINANTE EN LA
DISTORSION DE LOS HABITOS ALIMENTICIOS
ESPECIFICAMENTE, LA TELEVISION*

A. LA TELEVISION DE ESTADO.

Cuando se estableció en México la televisión, al mediar este siglo, el Estado decidió entregarla a la gestión de los intereses privados. Advertido tardíamente de la enorme fuerza de modelación social representada por ese medio de difusión colectiva, en la última década ha comenzado una búsqueda del tiempo perdido para tratar de lograr una participación mayor en el hacer televisivo, además del papel de regulador que desde siempre se atribuyó.

Es fácilmente perceptible que, hoy en día, el Estado participa en la televisión de dos modos: por medio de sus propios canales, y utilizando los canales comerciales concesionados para el efecto de su propia difusión. En uno y otro caso se encuentran subdivisiones: dentro de los canales operados directamente por el Estado, unos funcionan bajo un estatuto legal y administrativo típico de la televisión pública, mientras que otros se manejan con criterios semejantes, por lo menos en la forma, a los de la televisión privada. Y en lo que se refiere a la TV estatal difundida por los canales comerciales, el tiempo de transmisión correspondiente proviene del ministerio de la ley (particularmente la Federal de Radio y Televisión), o de fuentes fiscales.

En octubre de 1917, Salvador Novo viajó a los Estados Unidos y Gran Bretaña comisionado por el gobierno de Miguel Alemán, fue a observar y estudiar la televisión, con la mira de allegar argumentos imparciales y objetivos a propósito de si cuando ella adviniera a México, debía ser comercial y de empresa privada como en Estados Unidos, o de Estado como en Europa. No se conoce el texto del informe rendido por Novo. Sin embargo, es probable que sus re-

comendaciones hayan indicado la conveniencia de optar por el régimen europeo. Así parecen precisarlo las siguientes expresiones del propio escritor. " En vísperas de inaugurarse más estaciones de televisión -Novo publica este razonamiento en septiembre de 1950- parece oportuno que el gobierno se preocupe por el desarrollo de la televisión en México y provea, con un buen reglamento o con algún sistema de vigilancia un control de sus actividades, el efecto sin duda enorme que alcanzará en el pueblo este nuevo medio de penetración de las conciencias" ⁷¹.

Al iniciarse el gobierno de Adolfo López Mateos se preparó la que, promulgada el 19 de enero de 1960, sería la primera y aún vigente Ley Federal de Radio y Televisión. Aparte de las facultades regulatorias e indicativas sobre el contenido de la programación, el Estado se reservó tres posibilidades de emplear tiempo para sus propios fines en las difusoras concesionadas.

Las tres clases de tiempo derivan de los artículos 59, 60 y 62 de la Ley. De acuerdo con éste último precepto "todas las estaciones de radio y televisión en el país estarán obligadas a encadenarse cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia para la nación, a juicio de la Secretaría de Gobernación" ⁷². La difusión anual del informe que rinde el Presidente de la República, en la apertura del Congreso, por ejemplo, correspon

⁷¹. Miguel A. Granados Chapa, en "Nueva Política" Vol. 1 núm. 3, México - julio-septiembre 1970, P. 224.

⁷². Ibid.

de a este espacio estatal. El artículo 60, a su vez, dispone la obligación de los concesionarios de transmitir, gratuitamente y de preferencia, los boletines de cualquier autoridad que se relacionen con la seguridad o de defensa del territorio nacional, la conservación del orden público; o con medidas encaminadas a prever o remediar cualquier calamidad pública.

Más definidamente que en los dos anteriores, en el artículo 59 se advierte la intención de crear espacios que el Estado puede aprovechar. Dicho artículo establece que las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de treinta minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión.

El año de 1969 es singularmente importante en el desarrollo de la televisión de Estado. Durante su curso surge el tiempo de origen fiscal y se constituye la red federal de estaciones difusoras de televisión.

En la gestión del tiempo fiscal se observa de nuevo la actuación del poderoso lobby de los radiodifusores. El 31 de diciembre de 1968 el Diario Oficial publicó la ley que establece, reforma y adiciona diversos impuestos. El artículo 9 de esta ley creó un gravamen sobre el importe total de los pagos que se efectuarán por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales para el uso de bienes del dominio directo de la nación, cuando la actividad del concesionario fuera de

'clarada expresamente de interés público. Entre dichas empresas se encontraban las concesionarias de radio y televisión. El impuesto ascendía al 25 por ciento de dichos pagos y debía entrar en vigor el 1o. de julio de 1969.

Los industriales de la televisión se oponen a cubrir este tributo. La Cámara respectiva se entrevista con el gobierno en relación con el impuesto, y como producto de esa entrevista, los concesionarios obtuvieron varias salvaguardas para su interés. Se prohibió que, en el tiempo fiscal, el Estado haga transmisiones que constituyan una competencia a las actividades inherentes a la radiodifusión comercial, a cuyo efecto se precisa que cuando aquél realice campañas de interés colectivo promoviendo el mayor consumo de bienes y servicios, lo hará en forma genérica, en tanto que la industria de la radiodifusión comercial se ocupará de la publicidad y propaganda de marcas, servicios o empresas específicos.

A partir de 1955, en que los tres canales privados -2, 4 y 5- de televisión de la Ciudad de México se unieron bajo el signo de Telesistema Mexicano, la difusión televisiva sufrió los efectos adversos de la actividad monopolística, que se rompió en 1968, cuando fueron autorizados a iniciar operaciones dos canales más, el 8 y el 13. El primero propiedad de televisión independiente de México, parte del poderoso grupo Monterrey finalmente se alió con Telesistema para constituir un nuevo monopolio, Televisa. El 13 - que durante varios años vegetó difundiendo sólo programación extranjera, - tuvo otro destino. El 15 de marzo de 1972 el gobierno mexicano adquirió el canal 13 de la televisión capitalina. Unos meses antes, la financiera esta

tal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial, SCMEX, había comprado el 72 por ciento de las acciones de esa televisora, entonces en manos de particulares. El 15 de marzo recibió el 28 por ciento restante y con ello se inauguró una nueva etapa en la televisión de México.

Una clara necesidad política motivó la compra de este canal. Por una parte, se trataría de enfrentar un segmento de los problemas de la economía mexicana, los causados por la distorsión de la estructura de producción nacida del consumismo provocado por la publicidad televisiva comercial, de otro lado el gobierno emprendería acciones concretas orientadas a reducir, en alguna forma, el poder del monopolio que ejercía un grupo financiero sobre la televisión mexicana.

El 14 de julio de 1976, al ser inauguradas las nuevas instalaciones del canal 13, Enrique González Pedrero, director de esa empresa paraestatal informó sobre el desarrollo de esta experiencia del Estado en la televisión. Dió cuenta de los avances materiales: hace dos años y medio el canal 13 cubría sólo el 70 por ciento de la zona metropolitana (aproximadamente un millón de receptores); ahora, con la red nacional integrada casi por completo, la cobertura se ha cuadruplicado, hasta alcanzar 3.8 millones de telehogares, distribuidos en más de 383 localidades de veintiséis estados de la República, a través de veinticinco estaciones retransmisoras.

Asimismo, el director del canal paraestatal apuntó nuevas tesis sobre la televisión gubernamental. Dijo que al ser adquirido el 13, se reconocía la importancia política del mensaje televisado y se cobraba plena conciencia

'del riesgo que suponía no disponer de un vehículo para hacer llegar al pueblo un mensaje de integración nacional mientras que recibía, en un bombardeo publicitario, los mensajes de la sociedad de consumo.

De igual manera, dijo Gonzalez Pedrero que la televisión juega un papel cada vez más importante como fuente de información y cultura popular. La difusión de la información no es una simple distribución de mercancías que pudiera dejarse a disposición del mejor postor en un mercado supuestamente libre. La información en su más amplio sentido es base de motivaciones en la conducta social, de modo que en su operación debe quedar garantizados los valores y las concepciones culturales de la sociedad como un todo.

"La responsabilidad de la televisión pública es contribuir como agente activo al proceso de transformación social; contribuir a que el mexicano, aquí y ahora, viva material y espiritualmente mejor. En un país como el nuestro, en vías de desarrollo, la televisión del Estado debe ayudar a imprimir un mayor dinamismo a ese desarrollo e influirlo cualitativamente, en la medida en que pueda hacerlo un medio de sus características, para que adopte las modalidades de un despliegue auténticamente humano. En México, en este momento, dadas las circunstancias sociales y económicas que vivimos, la televisión tiene que llenar, pues, funciones específicas íntimamente ligadas a todo un proceso de integración nacional y, a la vez, de fortalecimiento del Estado"⁷³,

73. Enrique González Pedrero, en "El Estado en la televisión, una experiencia", en "El Estado", 15 de julio de 1970.

La tensión entre los órganos estatales dedicados a la televisión y la televisión comercial, es parte de lo que en general se observa en el sistema político mexicano entre el sector público y el privado. Contradicciones de clase, concepciones diversas sobre el modelo de sociedad que ahí ha de implantarse, intereses grupales, todo contribuye a que haya un estira y afloja permanente entre los negociantes privados de la televisión y el sector del gobierno que tiene a su cargo las tareas de regulación y participación. Hasta ahora dichas tensiones se han resuelto a favor de los concesionarios privados, quienes tienen una ley a su satisfacción y medios administrativos de aplicarla.

B. TELEVISION, CONSUMO E IDEOLOGIA.

A nadie escapa que la televisión constituye el medio informativo de mayor alcance, porque sintetiza los otros medios que en este siglo habían revolucionado los presupuestos de la antigua comunicación oral y escrita.

La era de la comunicación de masas, que se inició con los grandes diarios y revistas, la radio y el cine, asume con la televisión proporciones espectaculares. Ningún medio más apto para la actualidad, ninguno más directo. Millones de personas pueden participar de hechos históricos o científicos de trascendencia para la humanidad en el instante mismo en que están ocurriendo. Prueba fehaciente de ello son los recientes hechos ocurridos ante millones de televidentes, como lo fueron los atentados al presidente Reagan y al Papa Paulo VI, respectivamente, además de otros actos terroristas de relevante importancia, los cuales también han ocurrido a la luz pública.

El poder de penetración cultural de la televisión es extraordinario: influye en la creación y reforzamiento de valores sociales, en la configuración de patrones de conducta y de consumo, y constituye una especie de escuela para niños y adolescentes.

"Además, el impacto se puede medir; por ejemplo, cuando un nuevo producto se anuncia por televisión y suscita -como casi siempre sucede- una demanda inmediata. Esto prueba que el efecto a corto plazo de la publicidad televisiva es indudablemente mayor que el de las otras formas de publicidad: por radio, prensa, carteles. El mensaje se transmite más rápidamente y de manera más eficaz, mediante el efecto simultáneo de imagen, sonido, palabras - y, ahora, del color" ⁷⁴.

En el ámbito político se habla hoy del poder de los medios para aludir a la enorme influencia que estos tienen sobre las actividades y opiniones políticas de la sociedad industrial y post-industrial. En su expresión comercial, la publicidad televisiva ha demostrado su máxima importancia en la determinación del consumo popular. No existe duda alguna que la televisión, como instrumento de control y cambio social, según su contenido y organización actúa en forma positiva o negativa sobre las sociedades de nuestro tiempo.

Durante más de veinticinco años la televisión se desarrolló en México con-

74. Martín Esslin, en "Nueva Política" Vol. 1 Núm. 3, México julio-septiembre 1976, p. 29.

forme a los requerimientos del mercado, orientada primordialmente a su empleo eficaz como medio publicitario. Creó su propio público con base en una programación popular de alto rendimiento publicitario y de bajo costo de producción.

Concentrada en una sola empresa, especializó cada uno de los canales de que disponía para captar en cualquier momento el mayor auditorio, al mismo tiempo que, para competir mejor en la provincia, enlazaba sus cadenas conforme a una estrategia común. Formó sin proponerselo deliberadamente una cultura televisual que ahora, dialécticamente, refuerza sus operaciones y no facilita, por cierto, el éxito de una televisión que pretende ser distinta. A nadie escapa que los patrones de comportamiento, los valores y los gustos, las tradiciones y las costumbres sean modificados radicalmente.

Imagen del mundo exterior traída a la intimidad del ámbito privado, la televisión, visión de lo distante en lo cotidiano, no tendría que ser necesariamente un instrumento de fragmentación, de escisión entre el espectador y la sociedad en que vive. Tendría que ser, por el contrario, un medio de integración, de cohesión social, un lazo de unión que rompiera la soledad y propiciara la solidaridad. Pero ¿qué es lo que ocurre casi siempre?, ¿qué imagen evocamos cuando alguien menciona al telespectador, ese personaje codiciado por comerciantes y publicistas, pero no como sujeto de comunicación sino como objeto susceptible de ser atrapado en las redes tentadoras del consumo?. La imagen, atterradoramente cotidiana, es la de un individuo solitario, un poco melancólico, desligado de otros que acaso contemplan a su alrededor la misma pantalla y conectado casi compulsiva

mente con esa pantalla que le proyecta, imágenes que, sin trasladarlo a un universo de fantasía autenticamente creadora y significativa, lo desplaza-
engañosamente, de una manera ilusoria, de su existencia de todos los días,
para hacerlo partícipe de un mundo de violencia gratuita, de episodios tri-
viales, de estereotipos, de cursilería sentimental. Y es que la televisión
se inició en nuestro país como uno de los principales instrumentos para re-
lacionar a los productores de bienes y servicios con sus posibles consumi-
dores. En consecuencia, el criterio fundamental para la instalación de es-
taciones de televisión y para la producción y programación de las mismas -
ha sido, desde entonces, el aprovechamiento máximo de la televisión como -
medio publicitario.

El tipo de productos que promueve la televisión comercial es de consumo in-
mediato, con demanda flexible; un consumo suntuario o accesorio determina-
do por el impulso. El mercado de esta clase de artículos, como es lógico -
suponer, está constituido por las grandes masas de población tipificadas,
para decirlo esquemáticamente, por sus bajos ingresos, escasos niveles edu-
cativos y una vida llena de tensiones y ansiedad.

Las empresas privadas, sobre todo aquéllas de carácter transnacional, gene-
ran desde luego el grueso de la publicidad. Esta composición de los anun-
ciantes determina a menudo la transferencia indiscriminada de teorías prác-
ticas, lenguajes y anuncios publicitarios, y concentra la facturación de -
la publicidad en agencias que son sucursales, en México de organizaciones-
también transnacionales.

" Para entrar en los mercados tanto de la gente acomodada como del pueblo, los procesadores de alimentos emplean la misma táctica comercial que utilizan en Estados Unidos : la publicidad. Muchas compañías llevan a sus propios expertos en publicidad, mientras que otras trabajan mediante agencias trasnacionales como J. Walter Thompson y Mc Cann - Erickson" ⁷⁵. En contraste, la promoción a través de la televisión de los bienes y servicios producidos por el sector público tiene escaso significado en el mercado publicitario. No influye, hasta ahora, ni en la forma ni en el contenido con que se maneja la publicidad en el país. Todo el gasto en publicidad es total se canaliza y conforma de acuerdo con la estructura publicitaria urgente en el país.

En México, el Sistema Nacional de Televisión (SNT) -integrado por cuatro canales de la televisión privada y por el canal 11 del Instituto Politécnico Nacional y el canal 13 del Estado- cubre irregularmente el territorio del país. Los objetivos comerciales concentran la transmisión televisada en las regiones más densamente pobladas, que aseguran un mayor potencial de consumo.

La llamada sociedad de consumo navega en un piélago de artículos innecesarios, convulsionada por el oleaje de las necesidades insatisfechas que estimula. Los riesgos de naufragio, fácilmente determinables, provienen de la promoción de artículos inútiles o que están fuera del alcance de las mayo-

75, Roger Burbach y Patricia Flynn, Op. Cit.

rfas. la publicidad, de esta manera, crea urgencias artificiales y fracasos ficticios de explosividad acumulable. Hoy al servicio de lo superfluo y de lo suntuario.

Es evidente que la imitación de los hábitos de consumo de las sociedades opulentas crea un vehemente deseo de satisfactores que los países de economía industrial en vías de desarrollo no están en condiciones de proporcionar. Los sectores no participantes en los consumos innecesarios o suntuarios - consumos que la publicidad suele identificar con el bienestar o con el prestigio personal - proyectan su inconformidad creciente no sólo en forma de tensiones y conflictos sociales específicos, sino que además comienzan a deteriorar los cimientos de la integración interna de los distintos estratos de la colectividad.

Habría que cuestionar si cuando los publicistas proyectan una campaña encaminada a imponer o incrementar la demanda de determinado producto, son realmente concientes de la situación de la comunidad sobre la cual van a actuar; del poder de los instrumentos que se disponen a utilizar; de los intereses, nacionales o extra nacionales, que van a favorecer.

"La lista de alimentos caros muy procesados y de bajo valor nutritivo que las compañías estadounidenses manufacturaron en América Latina llegó a ser casi ilimitada. Unos cuantos ejemplos son: Kool Aid (General Foods), dulces (Beatrice Foods), goma de mascar (Wrigley y Warner Lambert), mezclas para pizza (Anderson Clayton), imitación de queso (Kraft), mezclas para golatina

' (Pillsbury), pudines (Standard Brends) y mezcla para tortilla instantánea - (General Mills)" 76.

En nuestros días la publicidad es uno de los elementos moduladores más importantes de los medios de comunicación masiva; el hecho está alterando, - en grado determinante, la fisonomía de nuestra sociedad.

En el campo de las comunicaciones, de la publicidad concretamente, la tecnología puede llegar a determinar nuestras preferencias y nuestro modo de vida y hasta las convicciones de los más seguros y ufanos.

Sobre la publicidad es pertinente aclarar que la televisión mexicana no - anuncia ningún producto que no haya sido previamente aprobado, para su venta, por la Secretaría de Comercio (SECOM). Se trata de un requisito insalvable para cualquier anunciante. Tampoco se anuncia producto alguno cuya - venta al público no esté autorizada por la Secretaría de Salubridad, así - sean tabacos o licores.

El Estado Mexicano apenas ha iniciado los estudios para planear su inter - vención en los campos de la publicidad comercial. Estos terrenos, como ya - se dijo, han estado desde los inicios, en manos de particulares que ahora, presionados por una creciente inquietud social, han accedido a reconocer - en principio, la necesidad de que el Estado cumpla un papel (subsidiario - y supletorio por supuesto) en el desarrollo de la vida comercial.

76, Ibid.

La publicidad es controlada por las agencias transnacionales (Walter Thompson, Mc Cann Erikson Stanton, Leo Burnett, Foote Cone and Belding, etc.) - que tienen muy pocas limitaciones legales en el manejo de sus técnicas y - de sus campañas de medios. Podemos afirmar que, en estas materias el país - es una selva en la que prevalece el derecho del más fuerte. Para estas a - gencias , México es un territorio libre donde organizan carreras, prueban - armas nuevas y ensayan técnicas que, en otras latitudes, aún son considera - das como peligrosas y antisociales.

Es indudable que una política publicista tan anárquica, dados su carácter - y sus propósitos, sólo puede realizarse en los países que sufren las accio - nes de un capitalismo dependiente y primitivo.

Las agencias de publicidad no se limitan a proporcionar datos objetivos so - bre las características y el precio de un producto, sino que, siguiendo - las técnicas de persuasión, buscan imponer sus artículos recurriendo, si - es necesario, a la mentira, al engaño y a los ataques en contra de las fir - mas competidoras. De esta manera, los publicistas explotan la angustia de - las clases medias por alcanzar los símbolos del Status Social, y se aprove - chan de las frustraciones, la necesidad de evasión, el anhelo de seguridad - económica, el espíritu competitivo y el temor multiforme de los habitantes - de las sociedades industriales para vender sus objetos y mantener viva y - actuante la ideología que sustenta al imperialismo económico.

La política seguida por la televisión comercial mantiene un alto grado de - coherencia con las pautas de conducta y la visión del mundo prevalente

entre los sectores medios de la sociedad. El proyecto vital propuesto por los dueños de la televisión coincide, en gran parte, con las aspiraciones y con los hábitos y costumbres consolidados por las distintas instancias socializadoras.

C. LA DISTORSION DE LOS HABITOS ALIMENTICIOS A TRAVES DE LA TELEVISION.

La publicidad comercial emitida por la televisión no sólo es ajena a las principales políticas impulsadas por el Estado, sino que, además, directamente se contrapone a ellas en la mayoría de los casos. México es un país en el que cerca de 35 millones de habitantes padecen desnutrición y subalimentación, y donde está comprobado que la publicidad por televisión distorsiona gravemente los hábitos de consumo, el Instituto Nacional del Consumidor (INCO) plantea la impostergable necesidad de legislar para regular y reglamentar esas actividades.

Se estima que en 1980 se destinaron a gastos publicitarios, en este país hambriento, más de 12000 millones de pesos⁷⁷. Esta cantidad es superior al valor del consumo nacional de huevo en ese año (11 200 millones de pesos) y al de la producción nacional de frijol (11 000 millones), y ligeramente inferior al del consumo de carne de aves en todo el país (12 500 millones)⁷⁸.

77. Francisco Ortiz Finchetti, en "Revista Proceso" No. 225, México febrero 1980, P. 11.

78. Ibid.

El consumo nacional de arroz (1 150 millones) representa menos del 10 por ciento de lo erogado en publicidad.

Según el INCO el análisis de la estructura de la publicidad, su importancia económica y la cantidad de mensajes publicitarios, sugiere la desnacionalización de los valores y de las formas de vida propias del país, lo cual se expresa en el descenso del consumo de alimentos básicos y tradicionales como maíz y frijol, lo cual ya se apuntó con anterioridad. Además se está plenamente comprobado que la publicidad televisiva no solo es indiferente a las políticas del Estado, sino que directamente promociona productos contrapuestos, por caros y por su bajo valor nutritivo. Así lo manifiesta Marie-Christine Renard "El ejemplo más conocido es la campaña realizada para la enlatadora Del Monte por su compañía publicitaria Mc Cann Erickson, a fin de abrir un mercado para sus productos en México: en efecto, en 1960, cuando la Del Monte se estableció en el país, no entraban en la dieta de los mexicanos las verduras enlatadas como el maíz dulce, los chfcharos, los espárragos, etc...."⁷⁹.

Por otro lado el bombardeo publicitario afecta principalmente a la población de bajos ingresos y en particular a los niños, produciendo en ellos serias distorsiones en sus hábitos alimenticios.

También no obstante que las familias asignan una mayor parte de su gasto a

⁷⁹. Marie Christine Renard, Op. Cit.

La obtención de comestibles, la ingestión neta de proteínas, vitaminas y minerales por día y per cápita tiende a disminuir o al menos no se ha incrementado.

Como un ilustrativo y contundente ejemplo del efecto brutal de la publicidad televisiva, se encuentra que cada niño mexicano consume al año un promedio de 152 huevos y 156 pastelillos industrializados.

La estructura de la publicidad en México está constituida aproximadamente por 190 agencias de publicidad. De ellas, 15 son las que realizan la mayor facturación de cuentas; pero 12 de ellas son filiales, o sucursales de compañías transnacionales y sólo tres son mexicanas. Entonces, el liderazgo del manejo de la publicidad comercial en México tiene su sede en el extranjero y responde generalmente a intereses extranacionales, por lo cual se interpreta que coadyuva de manera sistemática y persistente a la desnacionalización de los valores y de las formas de vida propias del país.

En el Distrito Federal y durante un mes (julio de 1980), la televisión comercial transmitió más de 35200 anuncios equivalentes en su conjunto a 306 horas de comerciales⁸⁰. De esta manera, el teleauditorio estuvo expuesto durante esos 30 días al equivalente de casi 13 días completos de mensajes publicitarios.

En ese lapso (30 días) los productos sugeridos más insistentemente por la

80. Francisco Ortiz Pinchetti, Op. Cit.

televisión en orden decreciente fueron : Gansitos Marinela, Pasitas Ricolino, Chiclets Adams, Fruty Gum, Fritos, Sabritas, Choco Milk, Quick y Knorr-Suiza ⁸¹.

De las bebidas no alcohólicas destacan fundamentalmente : Coca-Cola, Fanta, Buendia y Kool-Aid. Y entre las bebidas alcohólicas de mayor impacto el primer lugar lo ocupan las cervezas, y dentro del grupo de bebidas fuertes, - los brandys.

Las cervezas con mayor presencia publicitaria son : Carta Blanca, Tecate, - Brisa, Corona y Superior; de los brandys, Presidente, Don Pedro y Cheverny, y por los ronés el Bacardí, la inversión publicitaria de estos productos en T.V. fué, sólo en ese mes de julio, de 174.5 millones de pesos ⁸².

Es por ello que se hace imprescindible mencionar que existe una absoluta incongruencia entre los intereses que propugna el Sistema Alimentario Mexicano (SAM) y los que a su vez expresa la publicidad comercial.

Como sabemos, el SAM fué creado por el Presidente de México José López Portillo, con el objetivo principal de lograr la autosuficiencia alimentaria para el pueblo de México, entendida ésta como la posibilidad de acceso continuo en el tiempo y en el espacio a los alimentos esenciales para el desa-

81. Ibid.

82. Ibid.

desarrollo y funcionamiento normal de los individuos en sociedad. Sin embargo, esto no está ocurriendo, pues se realizó un análisis comparativo ⁸³ entre la llamada Canasta Básica Recomendable (CBR) del SAM y el conjunto de los comestibles mayormente promovidos a través de la televisión. Encontrándose que de hecho casi ninguno de los productos recomendados por el SAM es objeto de promoción por parte de la publicidad televisiva.

Las únicas coincidencias en términos muy generales, por cierto, son las que se dan en las leches Nido y La Lechera y, toda proporción guardada con la papa. No obstante, en tanto que el SAM incluye la papa, en la CBR para efectos realmente nutritivos, la publicidad comercial la presenta en forma industrializada o la considera y la promueve como una simple botana, a un precio extraordinariamente alto.

De esta manera la publicidad comercial escasamente promociona productos incluidos en la CBR; por el contrario, anuncia productos de escaso valor nutritivo.

Las características generales de los alimentos promovidos por la televisión son :

- a. Tienen escaso valor nutricional.
- b. Son agentes coadyuvantes del deterioro de la salud, porque su ingestión continua o exacerbada, como la induce la respectiva publicidad,

83. Análisis efectuado por el IMO

provoca especialmente en los niños obesidad, caries, deformación del gusto, irritación del aparato digestivo y falta de apetito.

c. Sus precios son elevados, tanto en relación con su contenido de nutrientes como por su peso específico dentro del gasto familiar.

d. Son actualmente objeto de una intensa, sofisticada y enajenante actividad publicitaria, con el consecuente encarecimiento e influencia nociva sobre los hábitos alimenticios de la población, especialmente, como ya se ha dicho, la de menores recursos económicos.

"En Estados Unidos, la mayoría de los estadounidenses están concientes de los efectos nocivos de la industria procesadora de alimentos. Algunas compañías como Kellogg, General Mills y Pillsbury gastan millones de dólares en publicidad de alimentos procesados de escaso valor nutritivo. Algunos estudios demuestran que esa publicidad crea hábitos alimenticios de toda la vida que tienen efectos nocivos para la salud" ⁸⁴.

Sin embargo la publicidad los convierte en buenos alimentos y promueve su consumo masivo. Varios estudios que han sido realizados por el INCO evidencian la influencia ejercida por la publicidad -principalmente por vfa de la televisión- en los hábitos de consumo de la población.

Por otro lado el INCO manifiesta que la influencia de la publicidad sobre

84. Roger Burbach y Patricia Flynn, p. VII.

los hábitos alimenticios de la población de escasos recursos, muestra altos índices de credibilidad en los anuncios : creen que son alimenticios diversos productos de escaso valor nutricional. Al respecto se elaboró una encuesta, en la cual el 97 por ciento de los entrevistados piensa que son alimenticios los saborizantes de chocolate como el Choco Milk y otros más, el 46.5 por ciento, lo cree de las botanas; el 87 por ciento, de los Hot-Cakes, el 68 por ciento, de los consomés; el 80 por ciento de las gelatinas; el 47 por ciento, de los refrescos en polvo ⁸⁵.

El descenso sistemático del consumo per cápita de alimentos fundamentales - como el maíz y el frijol, así como de tomate, se asocia durante los últimos años a aumentos explosivos del consumo de productos industrializados, azúcares y refrescos, al igual que cervezas, los cuales tienen una gran promoción publicitaria.

Entre 1970 y 1979 el consumo per cápita de maíz disminuyó de 197.5 kilogramos al año a 135.9; el de frijol bajó en ese lapso de 17.4 a 8.5 kilogramos; el de refrescos y gaseosas, pasó de 67.7 litros anuales a 78.4, y el de cervezas ascendió en más de siete litros : de 29.5 a 36.9 litros ⁸⁶.

Si es grave el hecho de que definitivamente los grupos mayormente influenciados por la publicidad televisiva son los de más bajos ingresos, el asun-

85. Encuesta llevada a cabo por el INCO

86. Francisco Ortiz Pinchetti, Op. Cit.

to tiene efectos dramáticos entre la población infantil.

La publicidad sobre pastelillos industrializados (Gansitos, Roles, Pingui - nos, Submarinos, etc.) implicó en sólo un mes (julio-1980) un gasto de 16 - millones de pesos en T.V.

De acuerdo con estimaciones para 1979, el consumo per cápita de estas golo - sinas entre los niños de hasta 14 años de edad fué de 6.7 kilogramos al año, y el número de piezas correspondiente fué, en promedio, de 156 unidades por niño al año, mientras el promedio de consumo infantil de huevo es de 152 - piezas per cápita.

Por otra parte señala el INCO en razón de su peso en kilogramos el consumo infantil de pastelillos al año equivale a: más de la mitad del consumo na - cional de pescado (52.6 por ciento); más de la mitad del consumo nacional - de carne de aves (55.7 por ciento); casi las dos terceras partes del consu - mo nacional de arroz (64.7 por ciento) y un poco más de la tercera parte - del consumo nacional de huevo (34 por ciento).

Estos datos revelan una situación sumamente grave, más aún si tenemos en - cuenta la creencia de muchas madres, que tienen la convicción de que tales - golosinas son nutritivas, cuando en rigor más del 86% del contenido de es - tos pastelillos son solamente carbohidratos y grasas.

"La expansión más notable en las décadas de los sesenta y los setenta ha - ocurrido en la producción de bocadillos, pastelillos y alimentos listos pa -

ra preparar los alimentos basura que en Estados Unidos se han convertido - virtualmente en artículos primordiales" ⁸⁷.

Otro ejemplo particularmente notable de distorsión de los hábitos alimenticios, es el tipificado por los refrescos y las cervezas en relación con el consumo de leche.

Tan sólo en julio de 1980 se gastaron en publicidad televisiva 72.5 millones de pesos para promocionar marcas de cervezas y 10 millones en anuncios de refrescos.

El consumo per cápita y por año de cerveza es de 37 litros; el de refrescos, 78 litros, ambos productos significan una ingestión promedio de 115 litros al año. Y el consumo per cápita de leche es de 109 litros ⁸⁸.

Considerando los refrescos solamente, su consumo corresponde aproximadamente al 75 % de la ingestión de leche. Por lo tanto es evidente que un pueblo que consume casi tantos refrescos como leche es un pueblo cuyos hábitos alimenticios han sido gravemente distorsionados.

Otro exceso publicitario es el de las bebidas alcohólicas fuertes, para cuya promoción se destinaron en el mes de julio de 1980 51,5 millones de pe -

87, Roger Burbach y Patricia Flynn, Op. Cit.

88, Francisco Ortiz Pinchetti, Op. Cit.

tos : los televidentes recibieron en 30 días un total de 201 comerciales de bebidas fuertes ⁸⁹.

Es obvio el impacto que ésta persuasión publicitaria tiene sobre la población joven y adulta, pues es altamente lesivo a su salud y a su economía.

Es así como frente a la CBR propuesta por el SAM para abatir los índices de desnutrición y subalimentación del pueblo mexicano, la televisión comercial promueve en sus anuncios un modelo alimenticio radicalmente distinto. El INCO integró lo que llama Canasta Alimentaria de la Publicidad Televisiva - con los 26 productos más intensamente promovidos por ésta y con mayor gasto publicitario (no incluyó bebidas alcohólicas, las cuales ocupan el primer lugar en inversión publicitaria).

Bastante elocuente resulta el análisis comparativo -expresado en el cuadro No. 7- entre ambas canastas.

89. *Ibid.*

CUADRO N° 7

CANASTA BASICA RECOMENDABLE DEL SAM	CANASTA ALIMENTICIA DE LA PUBLICIDAD TELEVISIVA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Maíz 2. Trigo 3. Arroz 4. Frijol 5. Papa 6. Camote 7. Jitomate 8. Chile 9. Cebolla 10. Lechuga 11. Zanahoria 12. Plátano 13. Manzana 14. Limón 15. Naranja 16. Aguacate 17. Carne de res 18. Carne de cerdo 19. Carne de aves 20. Carne de ovicaprino 21. Huevo 22. Leche 23. Mantequilla de Cerdo 24. Pescados y Mariscos 25. Aceite vegetal 26. Azúcar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gansitos Marinela 2. Adams Futy Gum 3. Fritos de Sabritas 4. Papas Adobadas Sabritas 5. Pan Integral Bimbo 6. Leche Nido 7. La Lechera (leche) 8. Cheetos Sabritas 9. Papitas Barcel 10. Pasitas Ricolino 11. Corn Flakes de Kellog's 12. Saborizante Quick 13. Saborizante Choco Milk 14. Knorr Suiza 15. Pinguinos Marinela 16. Roles Bimbo 17. Churritos Barcel 18. Gelatina Pronto 19. Doritos Nachos 20. Coca-Cola 21. Refresco Buendía 22. Fanta 23. Clic 24. Kool-Aid 25. Pepsi-Cola 26. Tang

Fuente: Revista Proceso No. 225, México febrero de 1981, P. 15.

CONCLUSIONES

- a. Al ser auspiciada la "Revolución Verde" por diversas fundaciones de procedencia extranjera, ésta dió origen a que los poseedores de vastas extensiones de las mejores tierras, sobre todo en el norte del país, fueran los mayormente beneficiados por los adelantos e innovaciones que ésta ofrecía. Puesto que los grandes latifundistas gozaban además de enormes capitales, fué así como al articular los factores productivos - implícitamente expresados - tierra y capital- con el del trabajo, provocaron una situación particular para que de esta manera se iniciara acentuadamente la concentración de la producción de materias primas.
- b. Cuando el Estado mexicano optó por la industrialización del país en base al patrón de sustitución de importaciones, las consecuencias que como producto de ello incidieron en el sector primario, esencialmente en la rama agroindustrial, crearon las condiciones necesarias para que dicha rama permaneciera casi en su totalidad sometida al modelo de producción vigente en los países capitalistas. Esto es, quedó subordinado en todos sus aspectos a las decisiones y mandatos de las empresas trasnacionales alimentarias.
- c. Es a partir, principalmente, de las condiciones de exigencia y privilegio que hoy imperan para el otorgamiento del crédito; tanto en los organismos oficiales y, asimismo, en los particulares, como las empresas trasnacionales consiguen apropiarse de la producción de determinada materia prima cuantitativa y cualitativamente necesaria para llevar a cabo la fase correspondiente a su transformación. Esto es, incorporarle valor, y conseguir de esa forma la generación de plusvalía.

d. Siendo la industria alimentaria, en todos sentidos, el sector más importante de cualquier tipo de sistema económico, ésta, consecuentemente juega un papel preponderante al interior de nuestro país por distintos y muy importantes motivos que su propia naturaleza le asignan. Sin embargo, el principal de ellos no lo cumple en lo absoluto, siendo este, el de satisfacer las necesidades alimenticias básicas de la población en general. Sin embargo, al estar sometida la mencionada industria, a través de las empresas transnacionales ubicadas en México, a la imposición de un patrón de producción empleado en los países capitalistas desarrollados, ésta realiza prácticas totalmente ajenas a las necesidades y requerimientos alimenticios de nuestra población. Esto es, elabora productos -en la mayoría de los casos- de bajo valor nutritivo con una tecnología demasiado sofisticada, lo cual provoca que el precio del producto terminado sea, para el público, excesivamente elevado, y así, dichos productos sean prohibitivos para la mayor parte de la población, con lo cual su consumo queda limitado a las clases medias y altas.

e. La implicación más grave, por diferentes motivos, que ha sufrido la clase campesina en particular, como producto del crecimiento de las empresas transnacionales ha sido la del desplazamiento paulatino del cultivo de productos básicos por aquellos cultivos que resultan más comerciales o bien por ser de exportación, provocando con ello, una ascendiente y sostenida importación de granos básicos.

f. Se ha observado que a través de nuestra historia los hábitos alimentici

cios practicados por nuestra población habían sido constantes a pesar de la Colonia. Sin embargo, en los últimos tiempos, ha ocurrido lo contrario. Se ha ocasionado una grave alteración en los referidos hábitos, por importantes y muy variadas causas. Con todo, se ha logrado identificar como la principal de ellas, a la influencia decisiva que ejercen los medios masivos de comunicación sobre los habitantes de nuestro país.

g. Se ha detectado que entre la población en general existe un nivel desnutricional bastante acentuado. Sin embargo, se localiza una zona que está ubicada al sureste del país, en donde los niveles y requerimientos nutricionales son prácticamente de sobrevivencia.

h. La televisión es el principal medio masivo de comunicación en el que, como en los restantes, prevalecen los intereses de clase de la burguesía nacional, así como de sus principales aliadas, las empresas transnacionales de toda índole.

i. La publicidad comercial emitida a través de la televisión hace de nuestra sociedad una presa alarmantemente consumista.

j. Los productos que son promovidos por la televisión se caracterizan por ser suntuarios, accesorios e inútiles.

k. La mayor parte de la publicidad comercial propagada a través de la televisión, es promovida por las empresas transnacionales.

- l. Las agencias de publicidad recurren al engaño y a la mentira con el objeto de vender la mayoría de sus productos.
- m. Es a través, primordialmente, de la publicidad comercial televisiva como se han logrado distorsionar los hábitos alimenticios de la población.
- n. El consumo anual per cápita de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, supera el consumo de leche en los mismos términos.
- ñ. Los gastos en publicidad exceden en amplio margen el valor del consumo nacional de diferentes productos básicos.
- o. Las consecuencias publicitarias afectan esencialmente a la población de bajos ingresos y en particular a los niños.
- p. El consumo anual de pastelillos industrializados, entre otros artículos, supera el consumo anual de productos que son esenciales para el organismo.
- q. La política comercial arrojada por la televisión se contrapone a las principales políticas alimenticias impulsadas por el Estado.
- r. La mayoría de los productos alimenticios que promueve la televisión contienen un bajo valor nutritivo, y sus precios, son exageradamente elevados.

BIBLIOGRAFIA BASICA

BARTRA, Roger y otros

Caciquismo y Poder Político en el México Rural
Ed. Siglo XXI, 4a. edición
México, 1978.

- Comisión Nacional de Desarrollo Agroindustrial

Plan Nacional de Desarrollo Agroindustrial 1980-1982
S.A.R.H.
México, 1980

- COPIDER

El Hambre en el Mundo, Diez Mitos
México

- DOMKE, Arthur y RODRIGUEZ, Gonzalo

Las Alternativas de la Agroindustria en México
Versión Preliminar, Anexo
México, FAO-CIDE, 1975

- DORNER, Peter

Versión de Joaquín Casas

Reforma Agraria y Desarrollo Económico
Ed. Alianza
Madrid, 1974

- ECKSTEIN, Salomón

El Estado Colectivo en México
Ed. F.C.E.
México, 1978

- FEDER, Ernest
El Imperialismo Fresca
Ed. Campesina
México, 1977

- GARREAU, Gerard
Traducción de Eva Grosser Lerner
El Negocio de los Alimentos
Ed. Nueva Imagen
México, 1980

- JAUREGUI, Jesús y otros
Tabunex
Un caso de Integración Vertical de la Agricultura
Centro de Investigación del Desarrollo Rural
Ed. Nueva Imagen
México, 1980

- MARTINEZ, de Navarrete Ifigenia y otros
Compilación
Alimentación Básica y Desarrollo Agroindustrial
Ed. F.C.E.
México, 1977

- MONTAÑEZ, Carlos y ABERTO, Horacio
Mifz
Centro de Investigaciones del Desarrollo Rural
Ed. Nueva Imagen
México, 1979

- MONTAVON, Rémy
La Implantación de dos Empresas Multinacionales en México
 La Red de Jonas
 Ed. Premia
 México, 1980

- Oficina de Asesores del C. Presidente
Sistema Alimentario Mexicano, Documento No. 1
 México, 1980

- Oficina de Asesores del C. Presidente
Sistema Alimentario Mexicano, Documento No. 2
 México, 1980

- RAMA, Ruth y VIGORITO, Raúl
El Complejo de Frutas y Legumbres en México
 Instituto latinoamericano de Estudios Transnacionales
 Ed. Nueva Imagen
 México, 1979

- Revista No. 1, S.A.R.H.
El Desarrollo Agroindustrial y la Economía Internacional
 México, 1979

- Revista No. 2, S.A.R.H.
El Desarrollo Agroindustrial y la Economía Campesina
 México, 1979

- Revista No. 3, S.A.R.H.
Desarrollo Agroindustrial, Tecnología y Empleo
 México, 1979

- Revista No. 4, S.A.R.H.

Desarrollo Agroindustrial y Alimentación
México, 1980

- Revista Investigación Económica No. 147
Editada por la Facultad de Economía de la UNAM
México, 1979

- Revista Investigación Económica No. 150
Editada por la Facultad de Economía de la UNAM
México, 1979

- Revista Economía Informa No. 43-44
Editada por la Facultad de Economía de la UNAM
México, 1978

- Revista Iztapalapa No. 1
Editada por la U.A.M. Iztapalapa
México, 1979

Revista Nueva Política, Vol. 1, No. 3
El Estado y la Televisión
Distribuida por F.C.E.
México, 1976

- Revista Textual No. 2
Editada por la Universidad Autónoma de Chapingo
México, 1980

- Revista Textual No. 3
Editada por la Universidad Autónoma de Chapingo
México, 1980

- Revista Textual No. 4
Editada por la Universidad Autónoma de Chapingo
México, 1980

- Universidad Autónoma de Chapingo
Sociología del Desarrollo Rural, Tomo I
Ed. Imprenta Universitaria de la U.A.Ch.
México, 1980