

Relación Estado y mercado II: la mercantilización del cuerpo y de la vida de las mujeres – Maria Lucia da Silveira

Podemos empezar nuestra reflexión haciendo referencia a una obra original y de grande impacto en las ciencias sociales publicada originalmente en 1944, que nos auxilia a persistir en la reflexión crítica al neoliberalismo. Se trata de la obra “*La grande transformación. Los orígenes de nuestra época*”, de Karl Polanyi.

En esa obra, Polanyi analiza la revolución liberal en el mundo occidental en el siglo XIX. El demuestra que la afirmación de los principios de la teoría económica liberal y sus consecuencias en el siglo XX, basados en la economía de mercado, nunca fue tan liberal así, hubo condiciones sociales específicas y políticas especiales que dieron origen “a la verdadera en la salvación del hombre a través del mercado auto regulable”. Son ellas: el patrón oro internacional, que permite el comercio y las transacciones financieras internacionales; el mercado auto-regulable; y el Estado Liberal no intervencionista. Son instituciones que, equilibradas por un tiempo determinado, nada tenían a ver con la ‘mano invisible’ de los intereses del *homo economicus*, que dependió de un pacto político internacional intervencionista de un sistema financiero integrado (Schwartzman, 1980) para garantizar la vigencia del patrón oro.

Ese equilibrio nada “natural”, como reza la cartilla económica liberal, fue roto en los años 20 y 30 del siglo XX.

Como estudiamos en el modulo I, las teoría económicas van definiendo la primacía del mercado. Polanyi buscó evidenciar en estudios históricos y antropológicos que la actividad económica en el pasado estuvo embutida e integrada a otras actividades sociales y que el predominio del mercado no es algo natural, sino un fenómeno moderno:

“La historia y la etnografía conocen varias especies de economía, la mayoría de ellas incluyendo la institución del mercado, mas ellas no conocen ninguna economía anterior a la nuestra que sea controlada y regulada por mercados, mismo aproximadamente”. (p.66)

El autor argumenta que el orden en la producción y distribución se daba por 2 principios: reciprocidad y redistribución. Podemos, entonces, relacionar esa reflexión y considerar la propuesta de paradigma de la sustentabilidad de la vida defendido por Cristina

Carrasco como teniendo validez teórica y histórica de larga duración, por lo tanto, una utopía realista.

En un estudio profundizado del liberalismo económico, Polanyi afirma:

“Fue solamente en los años 1820 que el pasó a representar los 3 dogmas clásicos: el trabajo debería encontrar su precio en el mercado, la creación del dinero debería estar sujeta a un mecanismo automático, los bienes deberían ser libres para fluir de país en país, sin obstáculos o privilegios. En resumen, unir mercado de trabajo, el patrón oro y el libre comercio” (p. 141) Acrecienta luego a seguir que: “hasta mismo el *laissez faire*, el libre comercio y la competencia exigían la intervención para poder funcionar” (p. 153)

Polanyi considera que solo una sociedad verdaderamente democrática, como debería ser la socialista, puede subordinar el mercado a la sociedad. El autor tenía un tono optimista, sin embargo cauteloso, no imaginaba el actual orden internacional que desprecia los análisis de los teóricos marxistas, partiendo de Marx de los Manuscritos Económicos y Filosóficos de que el ser humano es un ser social antes de ser un ser económico (ver Luckacs, por ejemplo).

Después de esa reflexión inicial, podemos detenernos en los análisis de la teoría crítica retomando la teoría marxista del fetichismo de la mercancía en la sociedad capitalista, recordando también la frase inicial de Marx de que la sociedad capitalista es un inmenso arsenal de mercancías. El fetichismo que impregna la forma mercancía, crea la ilusión de que las cosas tienen valor en si, escondiendo el esencial: de que son productos del trabajo humano en ellas invertido. Ese proceso de las cosas se relacionar entre si como se tuviesen vida y las personas pasaren a ser vistas como cosas o de se relacionar como tal cada vez más se va generalizando desde que Marx describió ese proceso en el primer capítulo del Capital.

En las palabras del propio Marx:

“Una relación social definida, establecida entre hombres, asume la forma fantasmagórica de una relación entre cosas. (...) Es lo que acontece con los productos de la mano humana, en el mundo de las mercancías. Llamo a esto de fetichismo, que está siempre pegado a los productos del trabajo, cuando son producidos como mercancías.” (Marx, 1867/1980,p.81)

En ese aspecto se detiene el concepto de reificación o cosificación (que significa tornar cosa), que se refiere al proceso de transformación de todas las relaciones en relaciones entre cosas, precisamente a la expansión de la mercantilización a todas las esferas de la vida. Tema caro a la teoría crítica de la sociedad, tratado por la Escuela de Frankfurt. Por ejemplo, Adorno cuando trata de la industria cultural, muestra como el capitalismo transformó la cultura y la arte contaminándolas con la lógica de la mercancía.

La esencia de la estructura mercantil, de las condiciones sociales y económicas del capitalismo moderno, es el hecho de que una relación entre las personas asume un carácter de “cosa”, una objetividad ilusoria, dotada de una lógica propia, que esconde su aspecto más fundamental: su aspecto de relación social.

Según Lukács, la mercancía solo puede ser entendida en su esencia “como categoría universal del ser social total”, que define no solo la evolución concreta de la sociedad sino también la conciencia de las personas a respecto de ella. La conciencia está sometida a las formas de “cosificación”. El resultado de la relación mercantil es que la relación entre personas permanece escondida, y lo que vemos en su lugar es la relación fantasmagórica entre cosas que parecen moverse solas – las mercancías y su movimiento en el mercado. Ello trasparece hoy en la forma como la cuestión de la pobreza es abordada en los discursos de las instituciones financieras multilaterales: como un problema objetivo, desconectado de las políticas de esas mismas instituciones, a ser reducido o erradicado como una enfermedad. Esa naturalización y creación de un objeto de lógica interna independiente, oculta el carácter más esencial de la pobreza – no una relación de bienes, sino una relación desigual y opresiva entre personas.

Ese fenómeno de reificación separa las personas de su propia actividad: nuestro trabajo y, por extensión, nuestra acción en el mundo nos parece constantemente dominada por leyes ajenas, las leyes de circulación de las cosas en el mercado. ¿Toda mujer a veces no se sorprende pensando que no hace idea de la razón porque tiene que tener “buena apariencia” y flexibilidad para lograr cualquier empleo? Los criterios de belleza y capacidad, de aquello que queremos ser, están siendo determinados, en ese caso, por el mercado de trabajo. Es evidente que esas leyes como son, pueden hasta ser conocidas y mismo utilizadas por un individuo para llevar alguna ventaja, mas permanecen irremediabilmente ajenas, dotadas de un poder propio intransponible. La orden Del

mercado puede hasta mismo ser utilizada en nuestro favor, esa promesa es repetida diariamente, mas no es concedida a nosotras ninguna influencia importantes sobre su funcionamiento real por nuestra propia acción y voluntad.

Pierre Bourdieu, autor de *La Dominación Masculina*, desarrolló su teoría también sobre la “economía de los intercambios simbólicos”. Ese abordaje, importante talvez para la economía feminista, recusa la separación entre los estudios materialistas y simbólicos. Bourdieu consideraba que al principio de la exclusión y la sumisión femenina es la desigualdad fundamental entre sujeto (que actúa) y objeto (que es manipulado), entre agente e instrumento, que se establece entre hombres y mujeres. En ese sistema solo es permitido a las mujeres ser objetos, símbolos cuyo sentido es definido independiente de su acción y voluntad. La mujer se torna, en la sociedad, aquello que es en las propagandas de cerveza: un símbolo cuya función es perpetuar y aumentar el poder o “capital simbólico” detenido por los hombres.

La antropología de Lévi-Strauss considera que toda la sociedad está fundada en la institución del intercambio obligatorio de mujeres entre grupos, establecida a partir del tabú del incesto. Ese fenómeno fundador, entendido por mucho tiempo como acto de comunicación feliz entre los hombres e, al mismo tiempo, la institución de la violencia que se establece a través de ellas y las reduce a instrumentos simbólicos de la política masculina. La dominación masculina hace de las mujeres objetos: *ser* una mujer es *ser percibida* por la mirada y por el discurso de los otros.

El cuerpo de la mujer es, por lo tanto, doblemente determinado por la sociedad: en primer lugar porque mismo su apariencia mas natural es definida en la sociedad (trabajo, alimentación), y en segundo lugar porque la percepción de esas características y su evaluación dependen de una posición social. Las categorías que usamos tendan a oponer y jerarquizar propiedades más frecuentes entre dominantes y dominados (delgado/gordo; grande/pequeño; elegante/grosero). Esa condición pone las mujeres en un estado permanente de inseguridad con relación al cuerpo, o mejor, de dependencia simbólica¹: ellas existen para y a través de la mirada de los otros, como objetos acogedores, atrentes, disponibles. El patrón dominante de “feminidad” generalmente no es otra cosa sino la complacencia con las expectativas masculinas reales o imaginadas. Basta mirar alrededor

¹ Bourdieu, 1998

para percibir que el mercado omnipresente de productos y servicios de la “feminilidad” se fundamenta en la explotación y en la naturalización de esa dependencia.

La globalización se caracteriza por una expansión del dominio del mercado, de la mercantilización, que algunas personas consideran semejante a los procesos que dieron origen al sistema capitalista. Ellos se basaron en el uso de la violencia para tomar campos o recursos naturales, medios de vida de las personas e integrarlas al sistema capitalista. Ese sistema no se expande apenas colonizando regiones del planeta en que las sociedades estaban organizadas de manera diferente. Y el también se expande ocupando más dimensiones de la vida en sociedad. La educación por ejemplo, ya fue parte de la vida comunitaria, ya fue organizada por la religión y entendida como un deber y función del Estado, mas hoy es organizada por el mercado, comprada y vendida como un servicio... Es en el contexto de ese avance de la globalización neoliberal, marcado por formas violentas, por mercados de la guerra y de dispositivos y servicios de seguridad, que se organizan las luchas por otro mundo posible. (SOF, mimeo)

Otro autor Frankfurtiano que contribuyó con la reflexión de los procesos de mercantilización, criticando como el capitalismo crea falsas necesidades fue Marcuse, que abordaba la cuestión del consumo y de la alienación de las personas en el capitalismo tardío. Ese autor, inspiró los movimientos libertarios en los años 60 y 70, incluso los feministas, construyendo también la crítica al consumismo que encubre el conflicto entre las necesidades dadas y las posibles y sus efectos en el deseo y en la subjetividad.

“Las criaturas se reconocen en sus mercancías; encuentran su alma en su automóvil, hi-fi, casa, utensilios de cocina. El propio mecanismo que ata el individuo a su sociedad ha cambiado, y el control social está ancorado en las nuevas necesidades que ella (la sociedad) produce” (Marcuse, 1968, p. 31)

La expansión de la producción capitalista y las consecuentes necesidades manipuladas por el sistema, naturalizando el consumo, lleva a lógica de la mercancía en la búsqueda de nuevos mercados, o sea, la “educación de las masas consumidoras” es regida por el valor de cambio.

En el modelo de acumulación flexible (Harvey, 1994) es necesario generar una demanda que de cuenta de la oferta que las empresas pueden tornar disponibles en el

mercado. De ese modo, en el circuito de la mercantilización, todas las esferas de la vida van siendo invadidas y se crean “recetas de vida”.

El filósofo Bauman (2001) trata de los efectos de la dinámica consumista acentuando la velocidad, volatilidad y transitoriedad de productos, modos y técnicas de producción, mas también de ideas, prácticas y relaciones sociales. Conforme Barman, “nuevas ‘utilidades’ deben ser creadas para abrir espacios a nuevos productos especializados aún no ofrecidos”.

Eso nada mas es de que una manifestación de la obsolescencia programada del cálculo de la racionalidad instrumental de lo sistemas del capitalismo globalizado.

Podemos con esa bagaje teórica, llegar al nuestro tema de mercantilización actual de la vida de las mujeres, una categoría social clave en el proceso de la economía capitalista globalizada.

Antes, vamos recurrir a otro actor crítico radical del capitalismo, Robert Kurz, en su artículo denominado “No rentables, uní-vos”, despatarra el hecho de que la lógica subyacente al sistema se resume en el siguiente: “en el fondo solo tiene derecho a la existencia quien o qué es rentable, (...) la avidez capitalista de chupar la energía vital humana está obligada a seguir ese patrón. Aclara en su análisis que:

“Originalmente, para que el capitalismo dejara la humanidad vivir, las ‘necesidades no rentables’ eran de la competencia de las mujeres. Mas el proceso de valorización no despreciaría de ningún modo la carne femenina, o sea, ‘el nervio, el músculo, el cerebro’ (Marx). Las mujeres serían entonces oneradas con una dupla carga. Tanto hace si se trata de las sociedades capitalistas de Estado del antiguo bloque del Este, de los centros occidentales o de las periferias del tercer mundo: tras el expediente, para ellas empezaba y aún empieza la reproducción para la parte de la vida ‘invalida’ de vivir del punto de vista capitalista.

Las mujeres solas tendrían sucumbido hace mucho tiempo bajo ese fardo o la sociedad tendría se disuelto. Por ello, el Estado, adicionalmente, tenía de crear las áreas secundarias derivadas de la “vida inválida de vivir” fuera de la rentabilidad, por medio de impuestos, tributos y sistema de seguro, por lo tanto, de cierta manera a través de la sangría del proceso rentable (..) Eso fue posible, mientras el proceso de valorización estaba históricamente, en ascensión y pudo absorber cada vez más trabajo rentable.

Sin embargo, con la tercera revolución industrial, la expansión se paralizó. La regla de medida de la rentabilidad está demasiado elevada, cada vez más validos para el trabajo caen fuera. Como consecuencia, la ‘sangría’ para las áreas secundarias se agota.

Se torna visible la cabeza de medusa de la lógica capitalista intrínseca, hasta ahora oculta. En todo el mundo, los “no rentables” tienen que experimentar la respectiva ‘invalidéz de la vida’ absoluta o relativa. (...) Ese sistema ya no se deja iludir en su

animosidad contra la vida. Es el propio absurdo del principio de la rentabilidad que tiene que caer: ¡No rentables de todos los países, uní-vos!” (Carta Capital, Brasil, 22/10/2003).

Desde el punto de vista de la exacerbación del modelo neoliberal, la expansión de la mercantilización de todos los sectores de la vida ha sido marcado por nuevas instituciones al servicio de las grandes empresas capitalistas, como la OMC. En ese nuevo espacio de pacto político económico que se sobrepone a la soberanía de los países, los intereses transnacionales vienen siendo protegidos por la mercantilización expansiva a nuevas áreas, antes terreno de los fondos públicos de los Estados, como educación, salud, producción de conocimiento, etc. Áreas no totalmente rentables, que a partir de los años 1990 caen bajo la mira del “Libre comercio”.

Es en ese escenario que adquiere centralidad la mercantilización de la vida de las mujeres en la globalización. Para introducir ese análisis vamos recorrer a un trecho del Cuaderno de la Marcha Mundial de las Mujeres de Brasil, elaborado para su Encuentro Nacional de 2006 que enumera las principales cuestiones de la problemática de la mercantilización:

“La globalización se caracteriza por una expansión del dominio del mercado. Ese sistema no se expande apenas colonizando regiones del planeta en que las sociedades estaban organizadas de manera diferente. El se expande también aumentando los ritmos de exploración del trabajo en las fábricas, hogares, oficinas, dentro de cada país y entre países. Y el también se expande ocupando más dimensiones de la vida en sociedad. Hoy las nuevas fronteras del mercado están avanzando hacia nuestros derechos, hacia el medio ambiente, la genética de los seres vivos, hacia los conocimientos, la creatividad de los seres humanos.

Las luchas feministas actuales y la construcción de la Marcha Mundial de las Mujeres se desarrollan en el contexto de esa expansión:

El crecimiento de la prostitución también es parte de la tendencia global de organización de la sociedad segundo reglas de mercado, que determinan que todo en la vida puede y debe ser vendido. Ese mecanismo de actuar y pensar en la sociedad es lo que llamamos de mercantilización: el proceso que transforma todo, todas y todos, en mercancías, como si fueran jabonetes o aspiradores de polvo. La mercancía es una forma generalizada, un modo de organización del mundo y de las relaciones entre las personas que esconde las formas de opresión y se impone cada vez más contra los derechos que ya conquistamos o aún luchamos para conquistar.

Construir conocimiento crítico sobre ese proceso, forma de organización y acción autónoma de las mujeres que respondan a esa realidad es una de las tareas del feminismo anticapitalista.

El mercado se tornó una forma de organización de la economía y, por lo tanto, una forma que nos están imponiendo para organizar nuestras vidas y para definir qué es ser

mujer. En la vida del mercado, ser mujer es ser flexible y tener paciencia para aceptar condiciones de trabajo cada vez peores, con menos salarios y más desempleo. Es sacrificarse trabajando en la informalidad sin ninguna garantía de derechos. Es después de un día de trabajo sentirse en el deber de cuidar sola de la casa, de los niños, de las personas enfermas, y creer que eso es mejor que disponer de servicios públicos de salud y educación, que servicios públicos son cosas del pasado, que si queremos hospitales y escuelas de calidad, tenemos que pagar el precio. En la vida de mercado, la mujer que después de todo ello se siente cansada, debe comprar en una farmacia las nuevas drogas que prometen poner fin a los dolores del cuerpo y del alma.

En ese sistema, que es al mismo tiempo machista y capitalista, el lugar reservado a las mujeres es tornarse mercancías, objetos. La mujer va siendo vista en la sociedad como aquello que aparece en las propagandas de cerveza: una cosa para el consumo de los hombres, cuyo valor es establecido por la voluntad de ellos. En la publicidad la mujer es constantemente representada así: como un objeto de consumo, que para tener valor tiene que seguir un patrón. Para atinjar ese, ella debe aceptar las condiciones del mercado... consumir una enorme cantidad de productos y servicios.

La exposición de la imagen y del cuerpo de las mujeres como objeto contribuye para ponerlas en un estado permanente de inseguridad con relación al cuerpo: ellas tienen que existir para la mirada de los otros, como objetos acogedores, atrayentes y disponibles. La definición de la "feminilidad" es marcada por la dependencia con relación a las expectativas masculinas reales o imaginadas. Basta mirar alrededor para percibir como estamos cercadas de productos y servicios de "feminilidad", que se basan en la explotación y naturalización de esa dependencia.

La delgadez de las súper modelos es esperada de aquellas que "se cuidan" como "buenas mujeres". Hoy cada vez más jóvenes sufren con bulimia, anorexia, enfermedades que están entre las principales causas de muerte de las jóvenes, según la Organización Mundial de Salud.

A la imposición de la delgadez se suman el poder incuestionable de la ciencia y de los médicos con la ideología de la eficiencia y de las soluciones inmediatas típicas del neoliberalismo.

Las formas del cuerpo de la mujer, históricamente controladas, hoy también pueden ser compradas segundo los padrones de la moda. Segundo el secretario general de la Sociedad Brasileña de Cirugía Plástica, en entrevista al periódico *Folha de São Paulo*, la cantidad de adolescentes que ponen prótesis de silicona aumentó 300% en los últimos diez años. En 2003 fueron realizadas 400 mil cirugías plásticas en el país. El crecimiento del mercado también se da por su expansión para las mujeres del medio popular a través de pagos parcelados, consorcios o deudas con agiotas (...)

La sociedad organizada como un mercado total, en todos los terrenos de la vida, reduce a las mujeres a una cosa, sea en la industria de la prostitución y de la pornografía, sea en la forma como nos expone en la publicidad y manipula nuestros sueños y deseos para aumentar el consumo. La reproducción de la opresión machista, que mantiene a las mujeres dependientes y vulnerables, es fundamental para que las empresas transnacionales puedan seguir súper explotando su fuerza de trabajo invisible. El trabajo de las mujeres es utilizado como mercancía barata en los empleos precarios, en el sector informal y también en los hogares. El capital también sobrevive y crece repasando para el ámbito privado, los costos del bien estar social abandonado por los Estados neoliberales.

Para ello tiene que vender la imagen de la supermadre que se despliega entre varias jornadas gracias a la comida rápida y a los electrodomésticos comprados a crédito. También es gracias a la inseguridad de las mujeres del Sur que la mayor parte de las empresas transnacionales puede aumentar sus ganancias vendiendo medicamentos, cirugías, cosméticos y alimentos tóxicos como promesas de felicidad.

¿Por que debemos vivir bajo las leyes del mercado? ¿Acaso somos mercancías? Es ello que nos dicen nuestros gobiernos cuando firman acuerdos en los cuales los intereses de las transnacionales valen más que nuestra lucha histórica por autonomía y democracia.

(...) La desconstrucción de los mecanismos del mercado, de la explotación del trabajo a las presiones de los medios de comunicación, pasando por las nuevas y viejas formas de control del cuerpo, va al corazón del sistema capitalista y nos permite, a partir de la experiencia cotidiana de las mujeres, hacer relaciones entre las situaciones de opresión y el funcionamiento del orden económica”.

Una de las formas de demostrar la creciente mercantilización de las esferas de la vida en la globalización y que lanzan, no solo las mujeres, sino en ese caso, acentúan las desigualdades de género e intra-género, dice respecto a la movilidad de las mujeres inmigrantes del Sur en áreas específicas de servicios – como del cuidado – en países de altos ingresos. El cotidiano de pobreza de grande contingente de mujeres del Sur nos lleva para las redes globales de servicios de cuidados que profundizan las nuevas modalidades de división Internacional y sexual del trabajo (ver Hirata, 2007). Segundo, Cunha y Fuentes (2006) atestan a seguir:

“Para los países con bajas tasas de crecimiento, la exportación de trabajadoras como prestadoras de servicios domésticos y de cuidados tiene se convertido en una fuente cada vez mas importante de divisas – como resultado de remesas regulares para generar y/o complementar el ingreso familiar, y de la absorción de trabajo en una situación de desempleo crónico. Los ingresos obtenidos por estas mujeres migrantes financian las importaciones, amplían el mercado consumidor, aumentan el ingreso per capita nacional y aumentan los índices de ahorros e inversiones. Más, como advierte Patricia Licuanan (1993), las ventajas tienden a ser de naturaleza más económica, al paso que los costos son, principalmente, sociales.

De hecho, muchas madres – algunas de ellas jefes de familia – salen en búsqueda de trabajo remunerado para así aseguraren la reproducción cotidiana de sus familias. Un numero creciente de esas mujeres cruzan fronteras, dejando sus hogares y familias por periodos prolongados de tiempo.

Un esfuerzo de evaluación de los impactos de la globalización sobre las mujeres es desarrollado por Hochschild, en su estudio sobre las redes globales de servicios de cuidados (*global care chains*). Se tratan de cadenas que ligan personas – casi siempre mujeres – a través del globo por medio de servicios de cuidados, remunerado o no. Estas redes globales de cuidados se multiplican en varios niveles. Un ejemplo típico es el siguiente: ‘1) la hija más vieja de una familia pobre cuida de sus hermanos y hermanas mientras 2) su madre trabaja como niñera cuidando de los hijos de una inmigrante que a su vez, 3) cuida de un niño en una familia en un país rico.’ (Hochschild, 200:131)

Impactos de esa “globalización de la maternidad” son diferenciados para mujeres de clase media de países desarrollados y para mujeres inmigrantes del tercer mundo – las primeras están ‘libres’ para entrar en el mercado de trabajo empleando las segundas en el cuidado con sus niños o padres longevos. Según la autora, en ambos los casos, las elecciones son difíciles (sin embargo sean evidentemente mas duras para las mujeres del ‘tercer mundo’).

Estudios sobre globalización y género que en general ponen énfasis en los países pobres o en desarrollo, traen sucesivos relatos de mujeres migrantes que están lejos de sus hijos justamente para intentar ganar dinero y enviar para su sustento en el país natal, situación que trae profundos costos en términos psicológicos y personales – tal como evidencian los dolorosos testimonios de mujeres migrantes citados por Hochschild”.

Esa transnacionalización de los encadenamientos de cuidados pone a las mujeres inmigrantes en el circuito de la mercantilización de los cuidados y de los afectos en el primer mundo de que ellas son portadoras.

El 2003, según la División de Población de la ONU, el monto de las remesas enviadas por los y las migrantes fue superior a la inversión extranjera directa más ayuda para el desarrollo.

Un libro editado el 2002, por Bárbara Ehrenreich y Arlie Russel, intitulado *Global Women: Nannies, Maids, an sex workers in the new economy* (Niñeras, empleadas domésticas y trabajadoras del sexo en la nueva economía) afirma que el “primer mundo adquiere un bonos de cuidado mientras que el tercer mundo sufre un déficit”. Los costos emocionales de las estrategias de sobrevivencia de las mujeres migrantes y sus hijos ya han sido objeto de estudios. La UNICEF (1993) calcula que 1,8 millones de niños están

apartadas indefinidamente de sus madres debido a la migración para realizaren trabajo doméstico en otros países. La obra menciona empleadas domésticas en los EUA venidas sin los hijos del Caribe y del México.

Sassen citada por las autoras arriba, evalúa que en los últimos años el trabajo de las mujeres es central para mantener los procesos de globalización y reconoce las mujeres migrantes como atoras económicas cruciales.

Ehrenreich dirige su indignación a la explotación capitalista que abarca todo que puede ser vendido y comprado mismo el amor materno. Hay la valorización y el gaño de status de mujeres que tengan una niñera amorosa, como ejemplo, ocurre en la Inglaterra y en el Japón, venida de determinados países de Asia, por ejemplo. Y ello sigue reforzando la división sexual del trabajo, los hombres no comparten las tareas domésticas en nada y, segundo ella, se eso fuera posible, la naturaleza del trabajo cambiaría. La esquizofrenia de la mercantilización tiene como lema irónico: ¡otra mujer a ser explotada en su lugar!

En ese libro, las denominadas *global women* abarcan también las trabajadoras del sexo (sex workers). Según las autoras, ocupan un nicho de mercado menor que las trabajadoras domésticas. Mientras el tráfico de mujeres atrae más atención de las agencias internacionales en las fronteras, el turismo sexual y la industria del entretenimiento y Private Houses siguen forneciendo servicios sexuales que son más difíciles de estimar.

Es preciso mencionar el rol del Estados que no raramente apoyan activamente la familia tradicional y los roles de género mientras que simultáneamente encorajan la migración de las trabajadoras. El rol ambiguo del Estado en sostener ese nuevo patrón del trabajo global de las mujeres es una cuestión clave para futuras pesquisas.

Saskia Sassen (Cahiers du Genre, n. 40, 2006, Paris : CNRS) apunta las características de la prostitución y del tráfico de mujeres, ligados al turismo y al ocio, que acentúan la mercantilización de las mujeres.

“El cuadro institucional del sistema económico globalizado referente a la regulación de los mercados y de los flujos monetarios internacionales contribuyeron fuertemente para la formación y el refuerzo de circuitos paralelos. Esas contra-geografías dan prueba de dinamismo y movilidad; hasta cierto punto, ellas pertenecen a la economía subterránea mas ellas hacen uso de la infraestructura institucional de la economía formal (...)

En los países en desarrollo, migrar en búsqueda de un empleo o prostituirse se tornan estrategias de sobrevivencia corrientes. En segundo lugar, la utilización de mujeres y niños por la industria del sexo y la colocación en el trabajo de una grande diversidad de personas se tornan medios ordinarios de realizar ganancias tanto por pequeños empresarios cuanto por los sindicatos del crimen más y más mundializados.

En tercer lugar, las sumas enviadas por las emigradas en dirección a sus países de origen, debido a que la exportación organizada de trabajadores constituyen, para los gobiernos, fuentes indispensables de divisas. Las mujeres constituyen de lejos el grupo mayoritario en la prostitución y en el tráfico ligado a la industria del sexo; ellas están también transformándose en el componente más importante de las migrantes por razones económicas” (p.79) (...)

“Es dentro de ese contexto, marcado por el desempleo, la pobreza, la falencia de numerosas empresas y la contratación de recursos atribuidos por el Estado a los programas sociales, que emergen tales circuitos alternativos de sobrevivencia.

La utilización de mujeres por la industria del sexo es una fuente de ganancias considerables para aquellos que lo organizan. Según estimativas de la ONU, 4 millones entre ellas fueron sometidas al tráfico en 1998 y rindieron 7 millones de dólares a los grupos criminosos; esa cifra atinge 8 millones en 2004. (...)

La prostitución se torna, en ciertos países, el motor de la expansión de la industria del entretenimiento y ocio, y por lo tanto, del turismo, como estrategia de desarrollo, que a su vez, aumenta los recursos del Estado.” (p.84)

Según Luciane Udovic, de la Secretaría Continental del Grito de los Excluidos: “En las Américas, el Informe Especial de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) afirma, en abril de 2001, que las mujeres representaban 47,5% de los migrantes del continente (..) La mujer migrante es también la principal víctima del tráfico humano que acaba conduciendo esencialmente a la prostitución.

Somaly Manm, premio Príncipe de Asturias, destacó que es la mujer migrante quien más sufre con el tráfico humano muchas veces sometidas a la trata del trabajo forzado o en la industria del sexo. Recuerda que 90% de las mujeres prostituidas son víctimas del tráfico sexual y pasan por situaciones traumáticas muy difíciles de ser superadas”. (Folha Feminista, n. 61, julio/agosto 2006)

Por fin, recordemos que el debate arriba realizado por la Marcha Mundial de las Mujeres, entre otros movimientos sociales, que apuntan la cadena de interdependencia de las grandes empresas que inciden en la mercantilización de la vida de las mujeres, en el sentido de que grandes transnacionales controlan los medicamentos, las semillas, los alimentos, en su producción y distribución y que son sectores en que las mujeres están involucradas cotidianamente, sea en los cuidados de la salud, sea en la alimentación, sea en la producción campesina. Por lo tanto, las posibilidades de encontraren espacios para resistieren o concurrieren con las grandes transnacionales con un modo de vida, sea tradicional o alternativo, se tornan cada día más difícil. Por ello, en la agenda de los movimientos de mujeres está actualmente con destaque la lucha por soberanía alimentaria.

Para ejemplificar ese componente esencial para la reflexión sobre las transnacionales en esos ramos mencionados, es bueno notar que: “Sobre el sector de la industria de semillas, es difícil separar los plaguicidas y las semillas porque las mismas corporaciones dominan en ambos sectores – y porque los productos de semillas y agroquímicos se desarrollan y comercializan frecuentemente como productos que van juntos.(...) Las diez compañías más grandes tuvieron el 84% del mercado del sector agroquímico. Entre las 10 plaguicidas más grandes del mundo están: Basf, Syngenta, Basf, Dow, Monsanto e das 10 de semillas están: Monsanto, Dupont, Syngenta, Bayer etc.

En cuanto a la industria global de distribución de alimentos, observamos que entre los 10 distribuidores de alimentos más importantes del mundo en datos de 2004, tenemos el grupo Wal-Mart (dos EEUU) y Carrefour (Francia). En el año de 2004, los 10 más grandes distribuidores de comestibles tuvieron ventas combinadas de US\$840 mil millones, 24% de las ventas globales, estimadas en US\$3 billones 500 mil millones. (Fuente: ETC, Group, n.91 nov./dec.2005)

“Segundo el reporte de 2004 sobre inseguridad alimentaria de la Organización para la Alimentación y la Agricultura de Naciones Unidas (FAO) enfatizó el papel de las cadenas de supermercados multinacionales y sus implicaciones para la seguridad alimentaria de trabajadores y trabajadoras en áreas rurales. Según la FAO, los supermercados pueden ampliar las elecciones de los consumidores, bajar los precios a los compradores urbanos a conveniencia, pero el dominio de los supermercados globales “también ha conducido a que un puñado de mega procesadores y distribuidores tengan cada vez más poder para imponer

estándares, precios y fechas de entrega”. El reporte enfatiza que los agricultores de pequeña escala que no logran sentar un pie en el mercado globalizado se arriesgan a quedar permanentemente confinados a ser minoría marginal, excluidos del sistema alimentario como productores y como consumidores”.... “La globalización de las industrias de la alimentación y la expansión de los supermercados presentan la oportunidad para alcanzar nuevos mercados lucrativos, así como un riesgo sustancial para la profundización de la pobreza” (FAO, State of Food Insecurity, 2004).

Sólo para recordar, Wal-Mart “tiene el récord de demandas legales por violación a los derechos laborales, incluyendo la demanda más escandalosa por discriminación en el lugar de trabajo en la historia de los Estados Unidos: una acción de clase con la participación de más de 1 millón y medio de mujeres contra Wal-Mart por discriminación al ser contratadas y en las promociones laborales”.

Entre las industrias de procesamiento de alimentos y bebidas, en 2004, según Global Food Markets, estaban Nestlé, Archer Daniels, Altria, PepsiCo, Unilever, Cargill, Coca-Cola, Grupo Danone (ECT, n.91).

Esa concentración de todo el mercado de ventas atinge también toda la cadena alimentaria.

Volviendo ahora a la noción de mercantilización en el plan de la publicidad, podemos reflexionar que las mujeres están en el centro de la economía simbólica de la publicidad que agrega valor a la marca de las grandes empresas de alimentos y bebidas. Fontenelle (2002) citando un ranking de Interbrand sobre las 10 marcas mas valiosas en el mundo, revela el peso de la marca en el valor de mercado de la compañía: en primer lugar está la Coca Cola, mostrando que el valor en billones de dólares de la marca equivalía a 83, y el valor de mercado de la empresa 142,16, o sea, la marca equivale a 59% del valor total de la empresa. Otro ejemplo es el McDonald´s que estaba en 8º lugar en el ranking: valor de la marca 26,23; valor de mercado 40,86; entonces la marca equivale a 64% del valor de la empresa.

El apelo publicitario muestra con frecuencia una mujer identificada al objeto de consumo despertando el deseo de los hombres o una dueña de casa moderna, celosa del amor materno y del bien estar de la familia y de sus hijos ofreciendo productos Nestlé o Danone, por ejemplo.

Así, la marca acaba agregando más valor a determinadas empresas de que sus propios productos y activos, y son principalmente las mujeres las capturadas en ese circuito final como consumidoras o estimuladoras del consumo. La marca es un fetiche que crea una “ilusión necesaria” (Fontenelle, 2002, *MacDonald’s, fetichismo y cultura descartable*), tal como imágenes de sí en que las mujeres se miran interpeladas a corresponder al sí tornaren objetos de deseo.

Fontenelle comenta un programa de GNT de 1999, llamado Grandes Séries y reproduce las notas de producción de un comercial de McDonald’s, mostrando el siguiente memorando que la autora reproduce: “Alimento para el pensamiento: McDonald’s. Girls, Girls, Girls.”

Notas de la producción enviadas de la agencia de propaganda a la productora antes de la filmación comercial:

El objetivo de ese comercial es convencer a las niñas de la edad entre los 10 años, y los, digamos, 18 años, de que el McDonald’s las comprende, simpatiza con ellas y las admira. El comercial es una homenaje a las mujeres. *Design* es la palabra clave. Todo debe ser considerado para dar al espectador un visual de estilo y grafismo propio de las meninas. Ya que el tema es ‘niñas’ el visual de las cenas es de la máxima importancia. Cada objeto, aderezo, ropa deben se complementar. El abordaje fotográfica debe ser leve, vivaz, activa e inspiradora (...) para ese comercial, visual, estilo y música son todo. Sen ello, va virar un anuncio aburrido para las niñas (...) el objetivo es retratar jóvenes felices en su propio mundo.”

Como esa nota, vemos diariamente la publicidad convertir la economía mercantil en economía psíquica del valor, desvelando la amplificación de la mercantilización a todas las esferas de la vida.

Bibliografía

Adorno, Theodor. *A indústria cultural*. Escola de Frankfurt. *Coleção Grandes Cientistas Sociais*. São Paulo: Ática, 1996.

Colón, Alice y Poggio, Sara. Economía Globalizada: Límites a la equidad de género. *In: (Coord.) Leblon, N. y Maier, E. De lo privado a lo público. 30 años de lucha ciudadana de las mujeres en América Latina*. Mexico: Siglo XXI:UNIFEM: LASA,2006. (disponible en la biblioteca de la plataforma del curso economía feminista: texto complementar 2, moduloII/aula I).

Fontenelle, Isleide. *O nome da Marca*. MacDonald's, fetichismo e cultura descartável. São Paulo: Editora Boitempo, 2002.

Hoschschild, A. & Ehrenreich, Barbara. *Global Women: Nannies, Maids, and sex workers in the New Economy*. New York: Metropolitan Books, 2002.

Polanyi, Karl. *A grande transformação. As origens de nossa época*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1988.

Poulin, Ricard. Quinze teses sobre o capitalismo e o sistema mundial de prostituição. *IN: Faria, Nalu e Poulin, Richard. Desafios do livre mercado para o feminismo*. Cadernos Sempreviva, n.9. São Paulo: SOF, 2005.

Sassen, Saskia. Vers une alternative de la mondialisation. : les circuits de survie et leurs acteurs. *Cahiers du Genre, n.40*. Travail et mondialisation. Confrontations Nord/Sud. Paris : GERS/L'Harmattan.