



Diálogos Sobre México

A 200 años de su Independencia y 100 años de su Revolución

CELEBREMOS CONSTRUYENDO

Mtra. Blanca E. Guerrero C.¹

Contenido: México goza del privilegio de la celebración; ¿En dónde vivimos el desarrollo social?; ¿Qué nos toca?; Una perspectiva del futuro; Cambió la cara de la colonia; Sexo Vs. Género; Bibliografía.

México goza del privilegio de la celebración.

Son 200 años del inicio de la Independencia de nuestro país. Muchas generaciones de por medio, nuestra efímera vida no nos permite apreciar este magnífico espacio temporal ¿De qué cosas podemos decir que nos sentimos independientes? ¿Hemos avanzado o seguimos en el inicio de ser independientes? ¿Cómo construimos día con día nuestra independencia?

Estamos envueltos de ciudad, en esa esfera de celebración, todos nosotros, aquí, cómodamente sentados sin poder apreciar claramente las condiciones de vida de todo nuestro país y de la evolución social que hemos construido en estos 200 años.

Nuestra historia está rebotante de historias sociales que tienen que ver con la desigualdad, con el serio contraste social que se refleja en educación, habilidades de desarrollo, oportunidades de crecimiento, alimentación y muchos otros rubros.

¿En dónde vivimos el desarrollo social?

¹ Licenciada en publicidad y mercadotecnia, tiene una especialidad en mercadotecnia y maestría en diseño gráfico estratégico. Está en el cuerpo docente de la UVAQ desde 2004 y recientemente se incorporó también a la Universidad Latina.



Diálogos Sobre México

A 200 años de su Independencia y 100 años de su Revolución

Encontramos un espacio del desarrollo social en la oportunidad de ir a la escuela, apreciamos el desarrollo social cuando sabemos que ahora podemos vivir más años, con buenas condiciones de vida, desde otra perspectiva, vemos el desarrollo social cuando encontramos un canal de decisión política y votamos por nuestros gobernantes, pero la mujer ha salido a votar desde apenas hace 56 años. Otorgaron el voto a la mujer en 1954 y esto le dio otra perspectiva a la democracia y dio pie a la equidad de género. Hoy nos enfrentamos a nuevos discursos sobre los derechos sociales con el controvertido tema de los matrimonios entre homosexuales. Estos son recorridos de una historia que aún tiene grandes desafíos. La desigualdad sigue latente.

¿Qué nos toca?

En esta oportunidad que tengo de comunicarme con todos ustedes no voy a referirme al pasado y la construcción de conceptos sociales, sino a la oportunidad que tenemos para trabajar en ello de hoy en adelante.

Cada disciplina académica está haciendo, como hemos visto a lo largo de todo el día de hoy, -que celebramos el orgullo de ser mexicanos- cada profesionista en su área de trabajo está haciendo lo suyo para darle forma a esto que llamamos desarrollo social, Soy mercadóloga, ¿que nos toca hacer desde nuestra trinchera?

A los mercadólogos nos gusta identificar lo que hace la gente. *National Geographic* publicó en su página de Internet: **Se sacrifican 50 millones de árboles y 75 mil millones de litros de agua para crear 7 millones de toneladas de correo basura al año**, de lo cual los diseñadores gráficos y mercadólogos somos responsables. La misma fuente, el día de la Tierra, que se celebra cada 22 de abril sacó una graciosa tabla que indica el saldo de lo que una sola persona,



Diálogos Sobre México

A 200 años de su Independencia y 100 años de su Revolución

con el estilo de vida norteamericano, demanda para vivir, parece un chiste, pero es verdad, esta tabla dice por ejemplo que necesitamos por individuo 4,239 rollos de papel higiénico, 1,200 pollos, 21 borregos, alguno de ustedes sabía que puede comerse cuatro cabezas de ganado entera, es decir cuatro vacas a lo largo de toda su vida?! 656 barras de jabón, y consecuentemente cada uno de nosotros producirá más de 40 toneladas de basura entre los que se incluyen esos 4,239 rollos de papel higiénico.

Una perspectiva del futuro

Para el año 2025 seremos más de 8 mil millones de habitantes demandando comodidades y estilo de vida a nuestro viejo planeta, que pareciera no se cansa de dar, sin embargo, solamente el 20% de la población consume el 80% de los recursos naturales. Nuestra demanda alimenticia es poco equitativa- Mientras países enteros tienen una fuerte escasez alimenticia otros vivimos en la ilusión de la abundancia. En México tenemos 19.5 millones de personas catalogadas como pobres alimentarios, es decir, no tienen dinero para comer. Irónicamente tenemos crisis de empleo, también en el campo.

Vivimos en un país con increíbles riquezas naturales y una tradición campesina trabajadora y en muchos sentidos autosuficiente, nos enfrentamos a diversos problemas que nos permiten analizar con otro enfoque la justicia social en nuestra historia.

Nuestros campesinos han sido violentamente marginados no sólo porque somos una sociedad poco incluyente, sino porque hemos desplazado sus tradicionales formas de producción, ante la masiva demanda de alimentos. Necesitamos duplicar la producción alimenticia para el 2030. Esto pareciera un panorama por fin



Diálogos Sobre México

A 200 años de su Independencia y 100 años de su Revolución

alentador para esta clase social, para la cual podría representar una enorme oportunidad de desarrollo. Pero nuestra prisa entorpece la visión. Ahora masificamos la comida también y la producimos en grandes consorcios que vuelven a dejar a nuestros campesinos en una circunstancia desfavorable.

Empresas como Monsanto que controla el 90% de los alimentos transgénicos del mundo, se ha adueñado de una promesa alimenticia que se plantea como la panacea. Pero al producir semillas bajo este régimen nos trae un nuevo ingrediente: la patente. Las semillas de Monsanto están patentadas, no pueden reproducirse, sino que deben ser compradas año con año, esto le roba la autosuficiencia a nuestra gente del campo, quien no gana lo suficiente por su producción y se ve sometido a nuevos modelos comerciales difíciles de comprender. Bajo el hechizo de semillas milagrosas, nos confundimos. Controlar las semillas que usan nuestros campesinos, es controlar la alimentación.

Es curioso, la empresa más prometedora para el futuro es la producción alimenticia y nuestros campesinos están prefiriendo arriesgar sus vidas en el extranjero, ¿no les parece interesante analizar por qué?

El nuestro era un país rico, uno de los más ricos del orbe pero con tremendos contrastes sociales. Comencé estas líneas preguntándome ¿De qué cosas podemos decir que nos sentimos independientes? ¿Hemos avanzado o seguimos en el “inicio” de ser independientes? ¿Cómo construimos día con día nuestra independencia?

Cambió la cara de la colonia



Diálogos Sobre México

A 200 años de su Independencia y 100 años de su Revolución

Pareciera que viajamos entre una forma de colonia a otra. Los grandes consorcios como Bimbo o CocaCola con sus impecables canales de distribución, llegan hasta la más escondida ranchería de nuestro país, estableciendo un modelo de vida acaparador. Nos hemos olvidado de Don Pepe el de la esquina, porque se ha visto reemplazado por Mega o WalMart y su pintoresca tienda está en peligro de extinción. Cuando tomamos la decisión de comprar en los grandes establecimientos, también generamos nuevos hábitos, olvidamos la forma como recibíamos le leche en antaño, cómo olía la panadería y a qué nos sabía un pastel hecho en casa. La comodidad es nuestra nueva fórmula de la lealtad a estas grandes firmas.

La mercadotecnia ha sido señalada como la máxima villana en la generación de necesidades, toda proporción guardada, no es la única interesada en este fenómeno. Como otras materias, la mercadotecnia asume una doble postura, generar y construir marcas, que ciertamente cada vez son más parecidas entre si y en la otra mano, abrir las oportunidades a una forma más responsable, la generación de marcas y empresas socialmente responsables.

Las características de una empresa socialmente responsable se centran en el ser humano y el respeto a la dignidad de las personas, se muestran solidarias al bienestar colectivo y generan un balance entre trabajo y capital, implementan programas de mejora continua y buscan causar el menor impacto ecológico en todas sus fases de producción y distribución.

Se trata de empresas de mayor compromiso, fértiles para el ejercicio del comercio justo, que contempla cuidadosamente el desarrollo humano y protege las



Diálogos Sobre México

A 200 años de su Independencia y 100 años de su Revolución

economías en forma paralela. Equilibrando la ganancia entre los que producen y los que distribuyen.

Sexo Vs. Género

Haciendo un poco de historia y esta es muy joven, en la construcción de la identidad de las personas se distinguen las diferencias entre “sexo” y “género” desde mediados del siglo XX. Tiempo en el que se despierta la inquietud sobre los atributos culturales que hacemos al nacer niño o niña, desde el color distintivo, los juguetes, los roles, todo genera una expectativa y surge el término género (Pérez: 2010). Cuestionando la idea de que el comportamiento de mujeres y hombres es resultado de las diferencias biológicas y destacando explicaciones centradas en comprender los significados atribuidos a la feminidad y masculinidad en determinados contextos. Hoy día encontramos más mujeres profesionistas que eligen combinar el trabajo con la maternidad o que deciden no ser madres, generando cambios simbólicos en los significados atribuidos a la feminidad y a la organización familiar.

Desde la mercadotecnia se está trabajando un área de equilibrio, el comercio justo. La equidad de género, la empresa socialmente responsable, que comparte la preocupación por generar un mejor lugar para vivir para las siguientes generaciones.

Y hace falta insistir, insistir en que cada una de las actividades que hacemos dentro y fuera de esta universidad tiene que ver con esto, con celebrar construyendo, con ser correctos e incluyentes, con seguir en el espíritu de erigir nuestra sociedad, porque todo parece indicar que ya terminamos la etapa de “inicio” en nuestra Independencia, parece que ahora estamos en una franca



Diálogos Sobre México

A 200 años de su Independencia y 100 años de su Revolución

búsqueda de identidad social y de eso, todos los presentes vamos a ser responsables.

Muchas gracias.

Bibliografía

- **Guerrero B.** (2009) El uso de la mercadotecnia responsable en el ámbito de proyectos con enfoque sustentable. Tesis de Maestría, Mención honorífica. Morelia, Mich.
- **Pérez I.** (2010) Los orígenes del concepto género. Taller conferencia. México D.F.
- **Robin M.** (2009) El mundo según Monsanto. De la dioxina a los OGM, una multinacional que les desea lo mejor. Barcelona Edit. Península.