

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES

**MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES CON ORIENTACIÓN EN DESARROLLO
SUSTENTABLE**



**INEQUIDAD DE GÉNERO Y OBJETIVIZACIÓN DE LAS MUJERES EN MÉXICO:
UN ANÁLISIS DE LA TRATA DE MUJERES Y LA DOMINACIÓN MASCULINA**

PRESENTA

LIC. FRANCISCO DE JESÚS GÓMEZ ONTIVEROS

COMITÉ TUTORIAL

DIRECTOR: Dr. Arun Kumar Acharya

CODIRECTOR: Dr. José María Infante Bonfiglio

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN CIENCIAS SOCIALES CON ORIENTACIÓN EN DESARROLLO
SUSTENTABLE**

OCTUBRE 2014

AGRADECIMIENTOS

A mi familia por apoyarme y estar conmigo en todo momento.

Al Instituto de Investigaciones Sociales y la Universidad Autónoma de Nuevo León por ser el lugar donde he logrado mi formación académica.

Al CONACYT a través de la investigación científica básica con clave: CB-2007/83065 que me ha permitido impulsar mis investigaciones.

A mis amistades cercanas y colegas:

Al Licenciado Armando Moctezuma Suárez que me ayudó en mi trabajo de campo incondicionalmente.

Al Maestro Abel Garza Ramírez que me ha ayudado en los últimos momentos de mi labor científica.

A la Dra. Esthela Gutiérrez Garza que me ha apoyado en el crecimiento profesional de la línea de estudio que me ha formado como académico y persona, los estudios de género.

Al comité académico:

Al Dr. José María Infante Bonfiglio que fue nutriendo mi investigación a lo largo de mi estadía en el Instituto de Investigaciones Sociales.

A la Dra. Laura Nelly Medellín Mendoza que fue guía importante en la última etapa de esta investigación.

Y al Dr. Arun Kumar Acharya, quien es una persona muy importante en mi vida profesional y personal. A quien debo todo y espero un día poder retribuirle. A su familia de México y la India también agradezco de todo corazón, a Ankita y Alankruta.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5	
JUSTIFICACIÓN	7	
OBJETIVOS DE ESTUDIO	9	
GENERAL	9	
PARTICULARES	9	
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	9	
HIPÓTESIS	10	
ÁREA DE ESTUDIO	10	
METODOLOGÍA	10	
CAPÍTULO I		
SOCIEDADES DE CONSUMO Y TRATA DE MUJERES:		
ANÁLISIS CONCEPTUAL	13	
Las sociedades consumistas y sus referentes	13	
El consumo y el consumismo	16	
Implicaciones de la idea de trata de mujeres	18	
Definición de trata de personas enfocado en el caso de las mujeres	19	
Sistema sexo-género y valencia diferencial de los sexos	20	
Vulnerabilidad, marginación, discriminación y violencia: cuestiones socioculturales implícitas en las sociedades patriarcales	24	
La valencia diferencial de los sexos en la distinción entre prostitución y trabajo sexual	28	
CAPÍTULO II		
SOCIEDADES DE CONSUMO, SOCIEDADES PATRIARCALES Y SU RELACIÓN CON LA TRATA DE MUJERES		34
Las sociedades de consumo: Análisis del proceso de las sociedades modernas	34	
De lo eterno a lo efímero: mirada sobre los cambios de paradigmas modernos	35	
Las sociedades de consumo: características y significados; y esbozo del caso mexicano	41	
Las nuevas sociedades patriarcales: dominación masculina, masculinidades y su relación con la trata de mujeres para fines de prostitución	48	
Sobre la dominación masculina	50	
Acerca de las masculinidades	53	

La dominación masculina en la trata de mujeres para fines de prostitución	58
Trata de mujeres para fines de prostitución y sociedades de consumo: relación de ambos objetos de estudio	60
CAPÍTULO III	
LA OBJETIVIZACIÓN EN LAS SOCIEDADES DE CONSUMO:	
EL CASO DE LAS MUJERES TRATADAS Y LA VISIÓN MASCULINA DE LA OBJETIVIZACIÓN DE LOS CUERPOS DE LAS MUJERES	68
Objetivización de los cuerpos de las mujeres y el objeto de consumismo	69
Sociedades consumistas, objetivización del cuerpo de las mujeres y mujeres tratadas	73
El caso de las mujeres tratadas para fines de explotación sexual.....	76
La percepción de dominación masculina	82
CONCLUSIONES	91
BIBLIOGRAFÍA.....	100
ANEXO I	104
ANEXO II	107
ANEXO III	111

INTRODUCCIÓN

Los fenómenos sociales en la actualidad, se ven inmersos en una semejanza radical en todas las regiones del mundo, ahora los problemas no se traducen sólo en los contenidos generales con formas específicas: las guerras han perdido por las naciones (antes reinos, antes pueblos), su sentido de control territorial por el control de recursos de compañías transnacionales; las hambrunas ya no son por falta de alimentos, sino por la repartición injusta manejada por un comercio oprimido gracias a Gobiernos en beneficio de estas transnacionales; los impactos ecológicos se encuentran por toda la orbe como si fueran réplicas de terremotos que abren el suelo y arrojan residuos de fantasmas económicos que estadísticamente, tienen un margen de error nulo, cuando de hacerles la limpia se trata (Galeano, 2009).

Todo este teje y maneje de nuestra civilización se los reduce a un plano de esferas: económicas, sociales, políticas, ambientales y culturales, que sirven para explicar procesos dentro de un mismo discurso muy conocido en nuestros tiempos como *globalización* (Ianni, 2004). Esta globalización se desarrolla a través de un conjunto de lugares mundiales similares, generalmente manifestados en la imagen de lo urbano, donde Zygmunt Bauman (2000; 2007a) les nombra en su *doxa* como: *sociedades de consumo o sociedades consumistas*. La caracterización de estas sociedades, más allá de su apariencia arquitectónica, se observa en sus dinámicas acordes a innovadoras formas de (con)vivencia y practicabilidad “consumista” (Alonso, 2006; Augé, 2000); donde el objeto se hace placer, donde el capital se hace goce (Žižek, 2003: 147-150).

Con el paso del tiempo, o mejor dicho, con el desarrollo de estos fenómenos sociales en un tiempo relativamente corto, se vio que era necesario observar los procesos y/o causalidades anteriores que propiciaron de una u otra forma la gestión la gestión de estas problemáticas. Que aunque nos pudiéramos remitir a siglos atrás para observar el desarrollo de estos fenómenos, no

quiere decir que sean los factores directos que lo detonaron, sino que es necesario observar los elementos directos anteriores que ayudaron históricamente a convertirlos en problemáticas actuales. Incluso habría que ver el contexto en el que se desenvuelven para poder hacer un análisis crítico que nos ayude a comprender de qué forma es como impactan en los lugares donde se gestan (Bueno & Ayora, 2010: 9-36).

Todos los problemas, fenómenos, situaciones, o cualquier otra cuestión que se quiera entender en nuestro mundo actual, se tiene como punto inicial de partida histórica: La modernidad. En este trabajo se entenderá el sentido histórico de modernidad como proceso humano que se inserta dentro del marco del desarrollo del capitalismo, ya que no es intención nuestra entrar en el debate de qué es la modernidad, sino establecer que esta se encuentra muy apegada a un sentido de modo de producción donde la ganancia y el capital han sido el hilo lógico por el cual todas las esferas sociales actuales han sido influenciadas, o incluso construidas, como la económica. Por ende, para poder referirnos a periodos históricos más delimitados usaremos los sentidos de sociedades que se parten en dos modos vida, estos son: la sociedad del trabajo y las sociedades de consumo¹.

Esto lo queremos observar analizando tres elementos que en un sentido estricto, se les puede ver como independientes, sin embargo estos tres fenómenos distintos tienen una relación estrecha uno con el otro. Estos elementos son: las sociedades de consumo, la objetivación masculina dominante del cuerpo de las mujeres y la trata de mujeres.

¹ Se entiende como sociedad del trabajo, a las sociedades que se quisieron insertar en un marco homogéneo donde la ética del trabajo era lo más importante para entender las relaciones sociales; y por sociedades de consumo, al sentido estético individualista donde la percepción de las personas se ve guiada por el acto (no acción) de consumir un producto (material o inmaterial). Se puede observar que sociedad del trabajo está en singular y sociedades de consumo está en plural, esto porque la primera quiere tener ese sentido de unidad mas la segunda tiene como intención ser fragmentada bajo una misma intención (Bauman, 2000).

Los fenómenos de trata de mujeres y sociedades de consumo son temas generales, y de manera particular, se podría decir que los estudios de objetivación masculina del cuerpo de las mujeres son muy recientes y apenas están en una etapa de desarrollo temprana. En ese sentido se quiere decir que la intención de esta investigación es observar, dentro del marco del bienestar humano y la perspectiva de género, cómo la percepción masculina dominante del cuerpo de las mujeres se desarrolla en nuestras sociedades de consumo, sociedades con discursos manifestados en un alto grado de respeto y equidad de los sexos. Consecuentemente, se quiere hacer un análisis de uno de los grupos más vulnerables de mujeres que se enmarcan dentro de una nueva forma de esclavitud en nuestras sociedades consumistas, como son aquellas que son tratadas para fines de explotación sexual, esto se hace para poder observar cómo se siguen estableciendo los discursos de objetivación de los cuerpos de las mujeres².

JUSTIFICACIÓN

En la era del consumo (Alonso, 2006), los procesos de relaciones sociales y los sentidos de vida de las personas se ven marcados por la mercantilización de estos procesos y sentidos. Los avances tecnológicos nos han permitido reducir las fronteras entre las distintas culturas y sociedades, ya no es necesario trasladarse a otro país o región para conocer los acontecimientos que suceden en ellos en su día a día. El desarrollo de los medios de información y comunicación nos han permitido acercarnos a todos los lugares del mundo de tal forma que aquellos que quedan aislados y desinformados tienen más que ver con medidas políticas que con límites tecnológicos. Ejemplo de estos avances tecnológicos son las interconexiones económicas que se han creado a

² Para la cuestión de bienestar humano ver: Sen, 2000. Para consultar cuestiones de perspectiva de género ver: Flores, 2005; Héritier, 2007; Osborne, 2009. Para las cuestiones de trata de mujeres ver: Acharya, 2007; Acharya, 2009a; Acharya & Salas, 2008; Bautista y Conde, 2006; Cacho, 2006; Casillas, 2006; Chiarotti, 2003; Codetta, 2009; OIT, 2006; Skrobaneck, 1999; Ulloa, 2008.

través del capital financiero, que siendo interconexiones de carácter muy subjetivas e inestables, a fin de cuentas tienen un gran peso sobre la economía global de los países inscritos en ellas: así vemos como una baja en la bolsa estadounidense puede propiciar una crisis económica mundial como la del 2008.

En este sentido es como la era del consumo actúa, siendo parte de la misma lógica de vida humana que se ha querido establecer a través de un sentido de mercantilización, de un sentido de “todo se vende” o “todo tiene un precio” (Bauman, 2007a). Es de esta manera como los cuerpos de las mujeres se han objetivizado³ en nuestros tiempos (Cortina, 2004), mediante una nueva forma de asociación de discursos, donde los supuestos derechos de las mujeres (como de trabajo, sexualidad y políticos) se les asignan de tal manera que no pierden sus procesos de valencia diferencial de los sexos (Héritier 2007). Este es el caso de las mujeres tratadas para fines de explotación sexual, que siguen siendo vistas socialmente como sujetos que deciden entrar en el mercado de la venta de sus cuerpos, y por tanto, siguen siendo vistos como objetos que se pueden adquirir por medio de una remuneración, como un “servicio sexual” que se puede adquirir por cierta cantidad de dinero. Esta investigación va en consonancia con la propuesta del Programa 21 (agenda 21) de las Naciones Unidas, donde en el capítulo 24, fracción 24.5, menciona el compromiso para de los Estados Parte de eliminar todas las formas de discriminación contra la(s) mujer(es); y en el 24.7 inciso B), menciona el compromiso de fomentar la investigación del tema para cumplir con ese compromiso (ONU, 1992).

³ La frase *–los cuerpos de las mujeres se han objetivizado–* parte de una perspectiva de género. Las palabras pluralizadas de cuerpos y mujeres, se ven desde la crítica de visibilización que hacen las feministas para no encasillar e idealizar a las mujeres, vistas por el patriarcado como una forma de ser de las mujeres al singularizarlo; igualmente esto pasa al mencionar cuerpos, donde no se quiere caer en la idea de un solo tipo de cuerpos. En el caso de la palabra singularizada de objetivizado se mantiene la misma crítica, ya que se singulariza porque esta objetivización encasilla, estereotipa, discrimina, margina y vulnera, los cuerpos de estas personas.

OBJETIVOS DE ESTUDIO

GENERAL

Explorar de qué forma se desarrolla en las principales zonas metropolitanas de México, la objetivización de los cuerpos de las mujeres en las denominadas *sociedades de consumo*; estudiando la percepción masculina dominante de este tipo de objetivización y la vivencia de las mujeres tratadas para fines de prostitución.

PARTICULARES

- Estudiar mediante una encuesta, la percepción de la dominación masculina de los cuerpos de las mujeres en las sociedades de consumo, y así conocer la parte objetivizadora de los hombres de estas sociedades sobre estos cuerpos.
- Estudiar mediante entrevistas, los testimonios de objetivización sobre los cuerpos de las mujeres tratadas para fines de prostitución, para conocerla parte objetivizada de uno de los grupos de mujeres más vulnerables en estas sociedades.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Cuáles son las formas de objetivización de la visión de dominación masculina sobre los cuerpos de las mujeres en las sociedades de consumo de México?
2. ¿Cómo perciben la objetivización de sus cuerpos uno de los grupos de mujeres más vulnerables, como las mujeres tratadas para fines de prostitución, en estas sociedades?

HIPÓTESIS

1. Actualmente ha habido un cambio en el tipo de objetivización de los cuerpos de las mujeres construido por las nuevas formas de relaciones sociales que se circunscriben en las denominadas sociedades consumistas.
2. El nuevo tipo de objetivización de los cuerpos de las mujeres construido por las nuevas formas de relaciones sociales en las sociedades de consumo, pueden crear un sufrimiento social en los grupos de mujeres más vulnerables, como son las mujeres tratadas para fines de prostitución.

ÁREA DE ESTUDIO

Para realizar la investigación se tomaron como áreas de estudio las zonas metropolitanas de Monterrey, ubicada en el noreste del país; Guadalajara, ubicada en el oeste medio; y la ciudad de México, ubicada en el centro. Estas metrópolis se tomaron como lugares de estudio debido a que son los tres lugares con mayor desarrollo urbano en el país tanto en sentido espacial como en sentido de identidad, de esta forma, estos tres puntos de estudio conservan un mayor desarrollo de las sociedades consumistas de México⁴.

METODOLOGÍA

Para la exploración de los temas a tratar han sido necesarias técnicas de investigación que nos ayuden a obtener información tanto de los hombres con una visión masculina dominante, como de las mujeres inmersas en una población oculta y alrededor de un ambiente delictivo. Ambos sujetos de estudio están insertos en las sociedades de consumo y lo vital de la investigación será

⁴ Durante el estudio se observó la importancia de aplicar estos instrumentos, con sus respectivas adecuaciones: a zonas rurales, alejadas de los urbano; y zonas turísticas, con una afluencia constante de extranjeros. Con el fin de indagar sobre la variabilidad de datos con respecto a esta investigación.

comprender mediante el análisis discursivo y de interpretación de datos, las formas en cómo estos sujetos se encuentran de una manera u otra dentro de la dinámica de objetivación de los cuerpos de las mujeres.

Para estos fines, se han utilizado dos herramientas de recolección de datos: Para el caso de los hombres de las zonas metropolitanas de México, el instrumento tiene rasgos cualitativos-cuantitativos, también llamados por su tipo de naturaleza, de visión metodológica mixta; Para el caso de las mujeres, el instrumento será de corte meramente cualitativo.

El primer instrumento de recolección de datos es un cuestionario semiestructurado (cuanti/cuali) que servirá para el análisis de las perspectivas masculinas dominantes de los cuerpos de las mujeres en las sociedades de consumo, visto en el capítulo tercero. Este cuestionario tiene como finalidad arrojar datos mediante preguntas cerradas y así poder hacer una interpretación de los mismos, en su parte cuantitativa; y en su parte cualitativa, tiene como fin obtener opiniones de las preguntas abiertas de la encuesta para hacer un análisis de contenido según lo describe Hernández Sampieri (2006: 356-384). El número de encuestas promedio fueron 70 para cada Zona Metropolitana de México, con lo que se llegó hasta un máximo de 217 encuestas en los tres puntos del país.

Mientras tanto, el segundo instrumento de recolección de datos fue la aplicación de entrevistas hechas a mujeres que se encuentren en la Zona Metropolitana de Nuevo León y que hayan pasado por una situación de trata para fines de explotación sexual, para así obtener sus historias de vida. Para la codificación de los datos se hará un análisis de los mismos utilizando la visión de Hernández Sampieri (2006: 614-668). Estos datos servirán como refuerzo de la investigación para demostrar el grado de impacto que tiene la percepción masculina dominante en nuestras sociedades [de consumo] sobre los cuerpos de las mujeres de uno de los grupos más

marginados y vulnerables, como son las mujeres tratadas con fines de explotación sexual. Para esto se realizará una muestra de casos-tipo (2006: 566) que abarcará entre 3 a 5 entrevistas que ayuden a explorar esta cuestión mediante la riqueza y profundidad de la información obtenida.

CAPÍTULO I

SOCIEDADES DE CONSUMO Y TRATA DE MUJERES: ANÁLISIS CONCEPTUAL

En esta parte del trabajo se explicarán los conceptos e ideas base que serán utilizadas para el desarrollo de la siguiente investigación. Por una parte, se tratará de desmenuzar la relación tan estrecha que guardan uno o varios conceptos, siendo estos clave para el análisis que se pretende desarrollar más adelante. Por otra parte, se explicarán las ideas clave así como los elementos más importantes que deben tomarse en cuenta al momento de mostrar este análisis conceptual.

Las sociedades consumistas y sus referentes

En primera instancia se debe entender la diferencia entre las sociedades industriales y las sociedades de consumo contemporánea, entendiendo contemporáneo a partir de su desarrollo en los años veinte del siglo XX, siendo su referente geográfico los Estados Unidos. Las sociedades industriales son aquellas que nacieron con el desarrollo del capitalismo avanzado en el siglo XIX hasta las primeras dos décadas del siglo XX, éstas serán explicadas bajo la ética del trabajo. Esta ética es el sentido que se tiene sobre el trabajo, el hecho mismo de que todas las relaciones sociales y sus actores antagónicos, proletarios-capitalistas, giran alrededor de la creencia de que el trabajo dará cohesión y prosperidad a los actores sociales por el simple hecho de cumplir con su tarea laboral (Alonso, 2006; Bauman, 2000; Ianni, 2004).

Las sociedades consumistas o de consumo, son aquellas que serán desarrolladas a partir de una lógica donde la actividad de consumir es lo más importante para vivir, en el sentido del ideal de vida o a partir de cómo se construyen las relaciones sociales del mundo de la vida, donde el arquetipo del sujeto deviene en el individuo con una estética del consumo (con el discurso posmoderno de lo líquido, fragmentado y puntillista) y no en el sentido esencialista de las necesidades básicas biológicas (de comer, descansar, dormir, reproducirse, refugiarse) y/o

actividades socialmente establecidas (formas de comer, de pasar el ocio, de dormir placenteramente, de ejercer la sexualidad, de tener un hogar).

Bajo esa idea, todas las sociedades humanas deben establecer dinámicas de consumo y satisfacer necesidades para la subsistencia de la especie, así como todas las sociedades humanas crean y modifican actividades socioculturales en base a estas necesidades de consumo, en este sentido, lo que diferencia a las sociedades contemporáneas llamadas consumistas de las anteriores, es la forma como las actividades de consumo se desarrollan y marcan el sentido de las relaciones sociales, tales como: la identidad, el estatus, la personalidad, e incluso el sentido social de la vida, como sucede con la apropiación de las marcas (Klein, 2001: 141-161). Este consumo exacerbado, o consumismo, establece lo que Zygmunt Bauman nombra como necesidades *estéticas*, donde el producto a consumir no necesita ser incluso material, puede ser algo inmaterial, intangible, virtual o ideal (como realizar actividades en internet –películas, juegos, series, chats- o llamar a una línea caliente⁵); o en el caso de algo material, no es por el uso del objeto sino por la marca que representa y de la que emana su necesidad. A esta lógica de consumo Bauman le llama *estética de consumo* (Bauman, 2007a, 2007b). Una de las particularidades con las que cuenta esta estética de consumo y que debe ser tomada en cuenta siempre, es su inmediatez y tiempo efímero de existencia para poder satisfacer esa necesidad estética, bien lo describió Andy Warhol⁶ con una de sus frases más populares: “Me temo que si uno fija su atención en una cosa el tiempo suficiente, pierde todo su significado”.

De manera histórica Bauman (2007a) ubica el desarrollo de estas sociedades como las conocemos, a partir de la década de los veinte del siglo XX hasta la actualidad ya en la segunda década del siglo XXI, donde ahora tienen una presencia global. Estas sociedades de consumo se

⁵ Esta son llamadas telefónicas donde se paga por un servicio, regularmente la medida de pago es por minuto de llamada, que consiste en que la persona que presta el servicio le diga cosas eróticas al cliente.

⁶ Ver en <http://www.frasesypensamientos.com.ar/autor/andy-warhol.html>.

ubican en el proceso de expansión del sistema capitalista que afecta las relaciones sociales de producción e intercambio. Bauman dice que antes de las sociedades de consumo existían las sociedades de productores; y lo que jugó un cambio significativo en este cambio de las relaciones sociales hacia el consumismo, fue cuando “se desplaza al trabajo de ese rol axial que cumplía en la sociedad de productores” (2007a: 47). Para dilucidar la diferencia entre consumo y consumismo, Bauman explica:

A diferencia del *consumo*, que es fundamentalmente un rasgo y una ocupación del individuo humano, el *consumismo* es un atributo de la *sociedad*. Para que una sociedad sea merecedora de ese atributo, la capacidad esencialmente individual de querer, desear y anhelar debe ser separada (“alienada”) de los individuos (como lo fue la capacidad de trabajo en la sociedad de productores) y debe ser reciclada/reificada como fuerza externa capaz de poner en movimiento a la “sociedad de consumidores” y mantener su rumbo en tanto forma específica de la comunidad humana, estableciendo al mismo tiempo los parámetros específicos de estrategias de vida específicas y así manipular de otra manera las probabilidades de elecciones y conductas individuales (2007a: 47).

Por otra parte, es necesario explicar el uso indiscriminado que se le dará a algunos conceptos como son: posmodernidad, hipermodernidad, segunda modernidad y modernidad líquida (Lipovetsky 1996; Bauman, 2000; Baudrillard, 2002). Todos estos conceptos están en consonancia con el sentido contemporáneo de modernidad, que tiene el mismo referente temporal que las sociedades de consumo. Y aunque es claro que cada término tiene sus fundamentos y perspectiva particular, no existe un rechazo o una negación al proceso de consumismo que ha permeado las sociedades modernas actuales. La cuestión del uso de todos estos conceptos, es la utilización de los autores que los manejan, a excepción de Lyotard con posmodernidad y Habermas con segunda modernidad, donde estos autores no son retomados como referenciales

para esta investigación, simplemente se usarán sus conceptos sin sus implicaciones teóricas. En ese sentido lógico, se puede hablar del concepto de primera modernidad (de Habermas) como referencial conceptual directo de la sociedad industrial.

Esta misma situación se hará al nombrar el proceso de objetivización de los cuerpos de las mujeres dentro del concepto *trata de mujeres*, que equivaldrá a nombrar trata de mujeres a la idea de que es para fines de explotación sexual y/o prostitución.

El consumo y el consumismo

Para entender la cuestión mencionada en el apartado anterior, sobre las sociedades consumistas (o de consumo) contemporáneas, debemos explicitar dos conceptos básicos que nos servirán para entender esta situación: el consumo y el consumismo.

En el primer concepto encontramos tres acepciones generales que manejan tres autores: Zygmunt Bauman (2007a: 43), Néstor García Canclini (2009: 58-59) y Manuel Castells (García, 2009: 60). El primero dice que el consumo «se trata de una función imprescindible para la supervivencia biológica que nosotros, los seres humanos, compartimos con el resto de los seres vivos, y sus raíces son tan antiguas como la vida misma»; el segundo menciona que «el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos»; y el tercero explica que este «“es un sitio donde los conflictos entre clases, originados por la desigual participación en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución y apropiación de los bienes”». Como se puede observar, las dos primeras definiciones nos remiten a cuestiones de necesidades biológicas y dinámicas socioculturales en cuestiones de valores de uso, sin embargo, el tercero nos conlleva a lecturas más *ad hoc* con cuestiones dialécticas. Aun así, los tres conceptos nos ayudan a entender que el consumo, a *grosso modo*, es: *situaciones de necesidades humanas, sean indispensables al desarrollo del*

*cuerpo o del sujeto en sociedad, donde interactúan por la cultura y el conflicto social*⁷. Esta concepción nos servirá para delimitar este concepto.

En el caso del consumismo tomaremos la acepción de Bauman (2007a: 47), el cual dice que éste:

es un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos (si se quiere “neutrales” respecto del sistema) en la *principal fuerza de impulso y de operaciones*⁸ de la sociedad, una fuerza que coordina la reproducción sistémica, la integración social, la estratificación social y la formación del individuo humano, así como también desempeña un papel preponderante en los procesos individuales y grupales de auto identificación, en la selección y consecución de políticas de vida individuales.

También nos menciona que (Bauman, 2007b: 72):

El consumismo no es *acumular* bienes (quien reúne bienes debe cargar también con valijas pesadas y casas atestadas), sino *usarlos y disponer* de ellos después de utilizarlos a fin de hacer lugar para nuevos bienes y su uso respectivo⁹.

En este sentido, podemos entender que el consumismo es la expresión del consumo idealizada como un acto fortuito, que no busca conservar nada sino satisfacer al sujeto narcisista y puntillista, narcisista porque únicamente plantea cumplir sus deseos, y puntillista porque estos deben ser saciados lo más pronto posible y terminados lo más rápido. Es así como observamos, según nos dice Alonso (1986: 26), como:

⁷ Dice Luís Enrique Alonso (1986: 28) parafraseando a Jean Baudrillard que: «La discriminación radical del **sentido** que consumir tiene cada clase social se hace evidente en el marco de la reproducción **ideológico-simbólica**: las clases dominantes se presentan como el deseo ideal de consumo, pero debido a la innovación, diversificación y renovación permanente de las formas-objeto, este modelo se hace constantemente inalcanzable para el resto de la sociedad; en el primer caso consumir es la afirmación, lógica, coherente, completa y positiva de la desigualdad, para todos los demás colectivos consumir es la **aspiración**, continuada e ilusoria de ganar puestos en una carrera para la apariencia de poder que nunca tendrá fin».

⁸ Las cursivas son del autor.

⁹ Las cursivas son del autor.

La pretensión de hallar un marco *naturalista* objetivo y general, para definir la noción básica de necesidad ha quedado definitivamente rota ante la magnífica profusión de objetos, símbolos e imágenes que la moderna sociedad industrial ha asociado indisolublemente al acto mismo de consumir, de tal modo que el concepto clásico de necesidad, que aparecía como el vínculo estable entre consumo y bienestar, deja de tener un carácter individual, fisiológico y autónomo, para desdibujarse en un espacio informe que amplía la problemática desde el campo “objetivo” de la necesidad hasta el subjetivo mundo del *deseo* y que sólo encuentra una posible vía de estudio en su contextualización histórica.

Por eso mismo ya no podemos hablar de necesidades primarias y secundarias (B. Malinowski), absolutas o relativas (Keynes) y básicas-inferiores o básicas superiores (Abraham Maslow), debido a que en las nuevas dinámicas de consumo las relaciones entre los sujetos y los objetos se deconstruyen. Con lo que es necesario estudiar la relación entre los sujetos¹⁰ consumidores y las mujeres objeto del consumismo, porque existen nuevas formas en las relaciones sociales entre el consumidor y el producto de consumo (Alonso, 1986), donde el primero sigue reproduciendo la dominación masculina del sistema patriarcal y en el segundo, se siguen cosificando los cuerpos de las mujeres bajo la idea de objetivización del proceso de cuerpo como objeto y mercancía. No bajo la idea antropológica de intercambio de mujeres (Rubín, 1986) sino bajo la idea de valencia diferencial de los sexos que se plasma en la invariabilidad de los discursos (Héritier, 2007), aún sean bajo un marco de respeto de los derechos humanos.

Implicaciones de la idea de trata de mujeres

En lo correspondiente al tema de trata de mujeres para fines de prostitución, a continuación se expondrán los conceptos e ideas que ayudarán a comprender este tema. Se tratará de dar una

¹⁰ En este caso, son las personas de sexo masculino que reproducen la dominación masculina y realizan una objetivización de los cuerpos de las mujeres.

explicación de su importancia, sin embargo, no se considera necesario esto en todos los conceptos, debido a que en algunos se indicará su relación con otros y porque más adelante se tratarán con más amplitud. En ese sentido, se utilizarán dos conceptos que nos ayudarán a comprender la lógica patriarcal y su mentalidad androcéntrica, estos son: el sistema sexo-género y la valencia diferencial de los sexos. Asimismo se comprenderán los conceptos de vulnerabilidad, marginación, discriminación y violencia, como también se hablará acerca de lo que entendemos por patriarcado, androcéntrismo y falocentrismo; y la relación que guardan entre sí. Para luego poder explicar la idea de masculinidad patriarcal y las nuevas propuestas sobre las masculinidades. Luego se hará una distinción entre las ideas de prostitución y trabajo sexual. Y por último, se hará una distinción entre mujer objeto, mujer mercancía y mujeres objeto del consumismo¹¹.

Definición de trata de personas enfocado en el caso de las mujeres

El término de trata de personas es entendido por las Naciones Unidas (UNGA, 2000: 54) como:

[...]el reclutamiento, transporte, transferencia y el albergue o recepción de mujeres mediante amenazas, el uso de la fuerza y otras formas de coacción, rapto, fraude, engaño y abuso de autoridad, lo que implica dar y recibir un pago, obtener beneficios a cambio del dominio sobre otras mujeres con propósitos de explotación, utilizar y transportar a los migrantes — legales o ilegales— con su consentimiento o sin su conocimiento, cuyo objetivo sea el de ser explotadas sexualmente (entre otras cosas). Acciones que ocurren a través de la

¹¹ La razón por la cuál a estos conceptos (mujer objeto, mujer mercancía y mujeres objeto del consumismo) se les singulariza en los dos primeros casos y pluraliza en el tercero, es porque: en los dos primeros conceptos se mantiene la visión de invisibilización del sentido de ser mujer, donde se tenía la idealización de “La Mujer” (esta misma crítica la hace el feminismo en el caso de la idea de la expresión “El Hombre” como “Universal” (Castellanos, 2009)), siendo aquella que tuviera cierto contenido y forma ante la sociedad e incluso, ante si misma; en el último caso se puede observar cómo se intenta romper con esta representación simbólica e imaginaria de las mujeres para visibilizar su humanidad y su derecho a ejercer su Ser como esa persona decida (Ver Nota 3).

coacción por medio de amenazas, engaños, abusos de autoridad al tratarse de mujeres en situación de vulnerabilidad.

Según nos explica Acharya (2009b: 317), este concepto estaba relacionado con la migración ilegal y el contrabando de mujeres, pero a mediados de los noventa del siglo XX, la ONU, la OIM y otras organizaciones, redefinieron este fenómeno multicausal como «una migración que ocurre a través del engaño o la coacción, mediante el cual son obligadas a trabajar en diferentes actividades no deseadas, como la prostitución forzada, o desempeñándose como bailarinas “exóticas”, camareras, trabajadoras domésticas; o caen víctimas del matrimonio forzado, entre otras situaciones» (Acharya, 2009a: 54). Implicando una pérdida de libertad y trayendo consigo una serie de consecuencias como violencias de todo tipo, obligaciones en contra de su voluntad de todo tipo, junto con un daño anímico y corporal que implicará una gran dificultad resarcirlos, en el supuesto que lleguen a salir de ese tipo de “vida”.

Finalmente debe mencionarse que el término *trata de mujeres*, según David (Acharya, 2009a: 85), nos remite a un hecho histórico: «durante el siglo XIX las mujeres blancas de Europa eran traficadas a los estados árabes y a los estados del este de Europa como concubinas o prostitutas, actividad conocida como “trata de blancas”».

Sistema sexo-género y valencia diferencial de los sexos

Para entender el concepto de sistema sexo-género, establecido por Gayle Rubín (1986: 102-103), es necesario entender su noción de sexo para poder pasar a este concepto, como nos muestra la autora (1986: 97):

El sexo es el sexo, pero lo que califica como *sexo*¹² [...] es determinado y obtenido culturalmente, [...] toda sociedad tiene un sistema de sexo-género –un conjunto de disposiciones por el cual la materia prima biológica del sexo y la procreación humanos es conformada por la intervención humana y social y satisfecha en una forma convencional, por extrañas que sean algunas de las convenciones.

[Por lo que se puede decir que] un “sistema de sexo/género” es el conjunto de disposiciones por el que una sociedad transforma la sexualidad biológica en productos de la actividad humana, y en el cual se satisfacen esas necesidades humanas transformadas.

El concepto de *valencia diferencial de los sexos* se basa en el sistema binario de oposiciones que jerarquiza lo masculino de lo femenino, donde el polo superior representa, imagina y simboliza lo masculino, y el inferior lo femenino. «Todas las lenguas han recurrido a oposiciones binarias y a la distinción de los polos masculino y femenino». De esta forma «lo alto es superior a lo bajo, lo lleno es superior a lo vacío, lo duro a lo blando, la actividad a la pasividad, la creación a la repetición, etc». Además, como nos hace ver Françoise Héritier (2007: 114-115; 177-178):

En realidad, nada justifica ontológicamente que lo creativo sea superior a lo repetitivo, que lo exterior sea superior a lo doméstico o, para resumir, que lo trascendental sea superior a lo inmanente, como escribía Simone de Beauvoir. Esto se debe a que la esencia de los términos es afectada por el signo de lo masculino o de lo femenino, y ambos se encuentran valorizados o desvalorizados. Se lo puede comprobar en el cambio de la valoración de un mismo término según la asociación de una cultura u otra con lo masculino o lo femenino.

¹²La cursiva es mía.

En esta relación de jerarquización binaria que privilegia lo masculino, Hérítier encuentra un rasgo interesante que si bien no será tomado en cuenta en esta investigación, sirve para comprender los alcances y tal vez los límites de su teoría. Ella afirma en la valencia relacional anterior-posterior, poder interpretarse la anterioridad como algo superior, atribuyendo, por ende, esta noción a lo masculino.

De esta manera se pueden tomar nuestros tiempos actuales vistos como una época de crisis, donde el futuro se vislumbra como una desilusión que incluso alcanza, en ciertos casos, un sentido catastrófico, aseverando de esta manera un futuro sin futuro, o una mujer derecho de reivindicación humana, que nos lleva a la in-alteridad o imposibilidad de *ser*. Es así como lo femenino es futuro sin reconocimiento, sin posibilidad de cambio, un futuro que niega el bienestar humano y acepta la inevitabilidad de *no ser*, donde los hechos nos aconsejan desconfianza e incapacidad humana para poder enfrentarlo.

En el caso del pasado, se puede partir de la interpretación de una época anhelada, segura de sí misma, con posibilidades de cambio para toda la humanidad, donde independientemente haya o no hecho lo propio, demostró tener la suficiente racionalidad (*homo sapiens*) para construir las herramientas (*homo technologicus*) que crearan estas posibilidades. No se trata de relatar lo acontecido sino de demostrar su *fuerza creadora*.

De tal forma, el futuro únicamente puede *ser* a través del pasado, no puede imaginar (se) sin él, separarse de él, debe apoyarse permanentemente en él si quiere salir adelante, él es quien *aporta* las herramientas del cambio mediante: su fuerza creadora y su capacidad racional. De esta forma, el divorcio es imposible, y sus ideas deben prevalecer o ser construidas a partir de este pasado tan *superior y activo*.

Pero, ¿por qué se tornarían estas situaciones en relación entre un tiempo ocurrido y un tiempo devenido? Actualmente observamos cómo nuestros intentos de construir una sociedad de bienestar social, democrática e inclusiva para todas las personas no ha sido posible, aun pensando que existen avances profundos estos no han impactado ampliamente en la realidad social. De tal forma Hérítier afirma: El pasado es fuerza, contiene la razón, permite y puede permitir creación; mientras que el futuro es débil, manifiesta irracionalidad y “no ha podido demostrar” evitar su repetitividad y falta de imaginación sin ayuda del pasado¹³. Por otro lado, ella menciona que no conoce una sociedad (siquiera matrilineal) «que invierta estas relaciones o simplemente niegue su existencia». Debido a dos puntos clave:

1. Esta categorización binaria se remonta a los orígenes de la humanidad, momento en que la clasificación probablemente haya sido una de las primeras operaciones mentales a través de las cuales se manifestó al pensamiento.

2. La jerarquía es simplemente un efecto suplementario si se tiene en cuenta que un equilibrio perfecto no es posible. Se necesita que haya algo superior y algo inferior. Pero en el orden natural de las cosas no hay nada que considere que las categorías asociadas a lo masculino son sistemáticamente superiores a las asociadas con lo femenino.

Finalmente observamos que tanto el sistema sexo-género como la valencia diferencial de los sexos son dos conceptos que explican el desarrollo binario de nuestra sociedad. El primero ve lo binario como una transformación de la sexualidad biológica en la actividad humana, que si bien resulta cierto, no alcanza a explicar el porqué de esta dualidad jerarquizada; es así como el segundo concepto se vuelve más profundo, al ver cómo esta jerarquización al principio del origen

¹³ En esta analogía de jerarquización binaria, el presente no se toma en cuenta, según creo, porque sería hermafrodita. Por tanto, es ignorado, incomprendido y sin posibilidad alguna de reconocimiento por parte del pasado y en gran medida, por el futuro, debido a que éste no representa a ninguno y al “parecer”, nunca ha sido representativo a lo largo de la historia humana.

humano, se volvió parte del discurso de las culturas apenas germinadas, resultando así el origen del patriarcado.

Estos conceptos nos servirán para explicar las dinámicas de objetivación hacia las mujeres tratadas para fines de prostitución, e incluso para otras cuestiones como las masculinidades. El primero (sistema sexo-género), servirá para entender cómo se realiza el proceso en el que lo biológico es transportado a los ámbitos socioculturales para posicionar a las mujeres a merced de los hombres, por considerar a su sexo inferior al de los hombres; el segundo (valencia diferencial de los sexos), servirá para explicar el proceso en el que, ya puesto como inferior, el sexo femenino se construye sobre un discurso de sistema binario en el que las mujeres siempre quedan como un valor contrario al de los hombres, donde los valores de los hombres son lo deseable y los de las mujeres lo indeseable.

Vulnerabilidad, marginación, discriminación y violencia: cuestiones socioculturales implícitas en las sociedades patriarcales

Con la finalidad de comprender los procesos y dinámicas que afectan a las mujeres tratadas para fines de prostitución en las sociedades consumistas de corte patriarcal de nuestro tiempo, a continuación se expondrán los conceptos de vulnerabilidad, marginación, discriminación, violencia, dominación patriarcal y lo que se entenderá por masculinidad(es) y hombre(s).

La vulnerabilidad, según nos dice Ivonne Szasz (2004: 69) en referencia a Amuchástegui y Dowsett, es el hecho de que «un mismo comportamiento puede ser riesgoso en un contexto y no serlo en otros, dependiendo de las relaciones sociales y del contexto en el que están ocurriendo las prácticas». Por tanto, este término se debe focalizar a aquellos sujetos [y grupos] que sus circunstancias hagan que estén en una situación de riesgo, como son las mujeres tratadas para fines de prostitución, donde éstas tienen ciertas características en conjunto que las hacen vulnerables, como pueden ser: su nivel económico y educacional, sus problemáticas familiares y

la cuestión de lo que representa ser mujer en una sociedad patriarcal, androcéntrica, falocéntrica e inclusive machista, entendiendo a esta última característica como prácticas androcéntricas exacerbadas en contra de lo que representa lo femenino.

En este sentido Szasz (2004: 69) nos dice parafraseando a Dowsett que una «dimensión social clave en la comprensión de las vulnerabilidades sociales son las variadas tradiciones culturales, las historias particulares y los cambios sociales que sustentan una multiplicidad de relaciones económicas vinculadas con prácticas sexuales, en las que se intercambia sexo por bienes, por servicios o por dinero, sea ocasionalmente, sea trabajando en variadas formas de comercio sexual, o sea por obligación». Asimismo, la marginación social es el hecho de que los sujetos son reprimidos, oprimidos, violentados, discriminados y estigmatizados por la sociedad y cultura.

De tal forma el concepto de vulnerabilidad está ligado al contexto social que permite mediante sus condiciones sociales la *propensión* de poder ser afectado; mientras que la marginación, implica estar en una situación de afectación, el vivir en ella y por tanto se vería como la *realidad* de ser afectado por su contexto social. En ese sentido, el primero es la posibilidad y el segundo es el hecho, por lo que su relación es muy estrecha y compleja, por no haber en muchos casos una distinción clara entre ser vulnerable y el estar marginado.

En el caso del concepto discriminación contra las mujeres, se tomará el concepto del artículo uno de la *Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer* de la ONU (1979):

Discriminación contra las mujeres: denota «toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la

igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera».

De esta forma encontramos que tal definición nos permite enmarcar los casos donde las mujeres son objeto de discriminación, por lo cual es posible establecer un marco de análisis, mismo que sirve para observar otras propuestas más elaboradas. Es así como Françoise Héritier (2007: 154-160) enmarca las principales discriminaciones hacia las mujeres, estas son:

- Discriminaciones políticas: la mayoría de los hombres gozan de los principales puestos de poder político.
- Discriminaciones profesionales: puestos de trabajo y brechas salariales.
- Discriminaciones educativas y científicas: dos terceras partes de las personas analfabetas son mujeres.
- Discriminaciones domésticas: las mujeres aportan más horas de trabajo en y con las labores domésticas.

Esta lista de discriminaciones sirve para reflexionar acerca de las formas de violencias contra las mujeres, las cuales se ejercen mediante una combinación de factores que van desde la coacción directa hasta vías indirectas que responden a una situación de dominación en todos los órdenes (Osborne, 2009: 17). Aquí se tratará de no hablar de violencia, sino de violencias, ya que no existe una forma específica de violentar sino que éstas son múltiples. También debe decirse que aparte de las violencias físicas y psicológicas, pueden observarse otros tipos de violencias más ocultos e inclusive inadvertidos los individuos, éstas son; *las violencias simbólicas*.

Las violencias simbólicas son aquellas que «sólo se realiza[n] a través del acto de conocimiento y de reconocimiento práctico que se produce sin llegar al conocimiento y a la voluntad y que confiere su “poder hipnótico” a todas sus manifestaciones, conminaciones, sugerencias, seducciones, amenazas, reproches, órdenes o llamamientos al orden» (Bourdieu, 2007: 58-59). La importancia de este concepto radica en que las sociedades contemporáneas de corte consumista, estigmatizan a las prostitutas y trabajadoras sexuales¹⁴ como los cuerpos femeninos más accesibles al consumo, que se ofertan en «la estructura de un mercado de los bienes simbólicos cuya ley fundamental es que las mujeres son tratadas allí como unos objetos que circulan de abajo hacia arriba» (Ibíd). Por lo que estas mujeres quedan doblemente violentadas simbólicamente, por ser vistas como objetos y como productos de consumo, quedando en el escalafón más bajo de la estructura del mercado [ilegal pero permitido –en el caso de México-], que es esencial para la reproducción y perpetuación de la dominación patriarcal.

Desde una óptica de género esta dominación se entiende como patriarcal, patriarcado entendido, según Raquel Osborne (2009: 17), como un «sistema de organización social en el que los puestos clave de poder –político, económico, religioso y militar- se encuentran, exclusiva o mayoritariamente, en manos de varones». Por último, faltaría decir que este sistema de organización social va acompañado por antonomasia por una mentalidad androcéntrica y falocéntrica: donde la primera implica al hombre como punto de comparación que marcará las reglas del orden social; mientras que la segunda circunscribe al sexo masculino como la especie superior de la naturaleza, porque su masculinidad [única e inquebrantable], es la que la eleva y postra por encima de todo, en especial sobre las mujeres.

Por último, podemos decir que cuando se hable de la masculinidad habrá dos acepciones distintas, la primera es la masculinidad [patriarcal] y la segunda las masculinidades [de

¹⁴ Más adelante se hará la distinción entre una y otra.

diversidad de género]. La primera se refiere a las pautas de comportamiento y pensamiento que establece la dominación masculina sobre las mujeres y la segunda se basa en las nuevas formas de ver la masculinidad que mencionan los grupos de diversidad sexual, como la comunidad de LGBTTTIQ¹⁵ que tratan de romper con las prácticas de la masculinidad dominadora por masculinidades que velen por el respeto a las prácticas de diversidad sexual.

Igualmente esto pasará cuando se hable de *El hombre* y de *los hombres*, el primero será bajo el sentido patriarcal y el segundo en connotación a tratar de evitar un reduccionismo como el que ocurre cuando se habla de la mujer o la violencia a la mujer y así tratar de favorecer la pluralidad que existe entre individuos.

La valencia diferencial de los sexos en la distinción entre prostitución y trabajo sexual

Los grandes avances del conocimiento social en los derechos humanos nos han ayudado a reducir la brecha históricamente existente en la desigualdad entre hombres y mujeres. Esta brecha ha situado al hombre por sobre las mujeres, colocando a éstas como objetos reproductores de la especie, como objetos que satisfacen las necesidades sexuales del hombre y como cuidadoras del hogar. De esa manera, como muestra Hérítier (2007:71), la «valencia diferencial de los sexos es el telón de fondo, la matriz que ordena y rige aquello que no varía en la relación de lo masculino y lo femenino. Esto no significa la permanencia invariable de rasgos constantes y uniformes. La invariancia no es una uniformidad invariable. Como prueba de su existencia, admite lo contrario: la inestabilidad de las formas».

Por tanto, es difícil que estos avances en derechos humanos sean transformadores significativos de esta desigualdad de género si no se toma en cuenta qué cuestiones, como la prostitución, son construcciones sociales [de contexto] que deben tratar de erradicarse por su

¹⁵ Lesbianas, Gays, Bisexuales, Transgénero, Transexual, Travestis, Intersexuales y Queer.

obediencia a esta valencia diferencial de los sexos emanado de esta invariancia que está en contra de los derechos humanos. Donde por más que se diga que el sexo en este sentido, es un “servicio prestado” y depende de las libertades que tiene cada persona de hacer lo que quiera y desee con su cuerpo, este tema escapa a los avances en materia de equidad de género y derechos humanos, en cuanto al acabamiento de estas desigualdades y reproducciones patriarcales que intentan objetivar esta objetivación de los cuerpos de las mujeres. Incluso existen discursos aclamadores de que este “servicio prestado” puede convertirse en un trabajo [formal] mientras las mujeres decidan hacerlo, porque sí existen mujeres auto-nombradas como trabajadoras sexuales que ejercen a “voluntad” este oficio, legitimando discursos que colocan a las mujeres como objetos del hombre. Yendo a las últimas consecuencias de este análisis, puede decirse que también esta cuestión de prestar el cuerpo como un servicio sexual aplicaría también en el caso masculino, sin embargo, no se emitirá un juicio profundo sobre tal situación porque el conocimiento que se tiene sobre la misma es muy burdo, aunque sí se puede plantear que cualquier intención de objetivación de los cuerpos de las personas en pro de la reproducción patriarcal sale del marco de los derechos humanos y la igualdad de género, y por tanto, estas intenciones deben visibilizarse, comprenderse y trabajarse.

Hablando desde un sentido crítico, las mujeres y grupos de mujeres que defienden sus derechos laborales como *trabajadoras sexuales*, no marcan la mayoría de las situaciones de “*préstamo de servicio sexual*”, donde millones de mujeres y niñas en el mundo han sido introducidas en *contra de su voluntad* a este negocio ilícito, siendo ya no un trabajo sexual, sino una cuestión de *prostitución*, violando su integridad física, psicológica y social. Sobre esta situación, se tuvo la oportunidad de conocer a una *trabajadora sexual*¹⁶ en un congreso de

¹⁶ Así se hace llamar ella y el grupo al que pertenece, distinguiéndose, según la OIT (2007), de la *prostitución* por ser este último concepto un *servicio sexual forzado*.

diversidad sexual celebrado en Monterrey, Nuevo León, del 17 al 21 de mayo del 2010¹⁷. Ella decía a las personas que integrábamos una mesa sobre trata de mujeres, que las trabajadoras sexuales (mujeres que ejercen el “oficio sexual” por su propia voluntad) deberían tener, sin legalizar el “servicio sexual” (mujeres que dan “servicios sexuales con o sin su voluntad”), derechos laborales y que era verdad que se debía atacar a la prostitución (mujeres dan un “servicio sexual” de manera forzada). Asimismo, la AMMAR¹⁸ (OIT, 2007: 105-107) habla acerca de los derechos laborales de las trabajadoras sexuales como un contrapeso a las problemáticas que representa no tenerlos, señalando que no es para mantener este trabajo [que violenta a las mujeres] como un modo de vida, sino para enfrentar una realidad social que esperan un día no exista.

Con esto, podemos observar y analizar, bajo la idea de valencia diferencial de los sexos, que «los marcos conceptuales invariantes se determinan y se alimentan de un mismo movimiento de esos contenidos culturales variables, y que surgen de una misma cultura considerada como un todo o de los momentos (o situaciones particulares) propios de una cultura dada. [Por tanto, la invariabilidad] Confiere sentido y un punto de comparación a estos datos variables» (Héritier, 2007: 72). Por eso es difícil ver la línea que existe entre prostitución [obligada] y el trabajo sexual [elegido], porque es imposible encontrar una causa justa que valide este oficio y porque también, si se le quiere ver así, la mayoría de las mujeres no pertenecen a organismos como AMMAR, que no determinan el “servicio sexual” como algo natural-social, sino de carácter sociocultural construido. Para ampliar la visión sobre las invariantes que determinan y objetivizan a las mujeres, estableciéndolas en ciertas pautas socioculturales que las despojan de su carácter de sujetos sociales, a continuación se darán en el cuadro 1 otros ejemplos de éstas, más allá del “servicio sexual” [forzado].

¹⁷ Ver constancia del Congreso en Anexo IV.

¹⁸ Asociación de Mujeres Meretrices de la República Argentina.

Cuadro. 1- Invariantes Femeninas

ALGUNAS INVARIANTES

- 1- La apropiación del cuerpo de las mujeres es un derecho natural de los hombres.
- 2- La “naturaleza” femenina es presentada como una esencia doble, lo que justifica para una misma cultura la introducción de clasificaciones a priori contradictorias.
- 3- La violencia femenina es una transgresión, la mujer está entre la bella y la bestia. La violencia femenina, no legítima, es el sentido literal de la palabra “bestia”.
- 4- La violencia sexual masculina es un asunto de hombres.
- 5- Son socialmente establecidas las violaciones de mujeres como crímenes de guerra.
- 6- Las mujeres no son personas, no son vistas ni tratadas como sujetos de derecho, como ocurre con los hombres. No son vistas como portadoras de armas, de la palabra y la representación.
- 7- Se nota como imposible encontrar una salida en la exaltación o el exceso, la cuestión de la dominación masculina como inmanente a toda cultura o sociedad, antigua o contemporánea. Que si bien es cierto esto solamente es una orientación general de las problemáticas que trae este fenómeno sociocultural, sin embargo, en mayor o menor grado se encuentran en los grupos e individuos, instituciones sea cuales sea, donde en lo político es claro, y en lo económico más, principalmente en lo concerniente a los altos puestos.

**Fuente: Elaborado con la información obtenida de la obra de Héritier (2007:73-82)
Mujer objeto, mujer mercancía y mujeres objeto del consumismo.**

En la investigación también deberán entenderse tres conceptos vitales para nuestros análisis, estos no son muy distintos de sí, ya que guardan una relación muy estrecha, pero es necesario diferenciarlos porque no tienen la misma connotación.

Primeramente, las *mujeres objeto* se entienden como las mujeres objetivizadas¹⁹ que los estudios feministas introdujeron para entender por qué el sexo femenino no es considerado un sujeto social dentro del sistema patriarcal y sí un objeto que se utiliza para servir al hombre: ya sea como reproductora de la especie [madre]; como servidora de las tareas del hogar [esposa]; o como objeto de satisfacción del placer sexual del hombre [prostitutas o trabajadoras sexuales].

Por otro lado, la *mujer mercancía* es aquella que el hombre usa para los intercambios comerciales que se enmarcan en la dote, la esclavitud y las mujeres tratadas. Esta mujer también la retoman

¹⁹ Ver Anexo III para observar sus formas de conjugación y definición de esta palabra.

los estudios feministas y va en consonancia con la mujer objeto, ya que ambas son productos de las sociedades patriarcales.

Y finalmente, *las mujeres objeto del consumismo* guardan una relación muy estrecha con los dos tipos ideales de mujer, el de objeto y el de mercancía, debido a que son objetivizadas y vendidas. Sin embargo, a las mujeres objeto del consumismo las referimos como aquellas que se encuentran en las sociedades de consumo contemporáneas y no de todas las sociedades patriarcales, ya que este tipo ideal que trataremos de vislumbrar y construir parte de las dinámicas y procesos que las sociedades modernas actuales han exacerbado en cuanto al consumo frenético, y recae en aquellas mujeres que son utilizadas como objetos del consumismo dentro del mercado capitalista globalizado. Un ejemplo de ello son las mujeres tratadas para fines de prostitución que a pesar de estar sujetas bajo una práctica histórica es en la actualidad donde su justificación social no encuentra cabida en el marco de los derechos humanos y de la visión de igualdad de género. Igualmente, se podría mencionar aventuradamente que es posible encontrar otros ejemplos con las mujeres que trabajan en el mercado de la moda (revistas que muestran de manera morbosa a las mujeres), el cine (de Hollywood como ejemplo) y la televisión [como los programas de variedades que presentan a las mujeres como objetos de placer].

Cabe aclarar que el tipo ideal de mujeres objeto del consumismo, a diferencia de los anteriores, se pluraliza la palabra *mujer* por la palabra *mujeres*. Ya no se dice la mujer objeto o la mujer mercancía, porque se retoma bajo la reflexión feminista de que no existe *La Mujer*, sino que son *las mujeres*; heterogéneas, que viven distintas situaciones cada una de ellas, por lo que no se puede hablar en singular, sino que se debe pluralizar para visibilizar y comprender que no debe haber un ideal de mujer y mucho menos creer que las mujeres son natura. Igualmente, es indispensable explicar que no se cree que los conceptos de mujer objeto y mujer mercancía sean propiamente determinismos y esencialismos patriarcales, porque a fin de cuentas son una crítica a

estos. Aquí se parte desde la crítica contemporánea de la visibilización que hacen los estudios feministas contemporáneos, por tanto, no se piensa que los otros conceptos son inservibles por partir de la idea homogénea del sentido de Ser Mujer, simplemente en su tiempo no se planteó la crítica de la pluralización y la visibilización, es todo.

Para finalizar este apartado, se debe mencionar que en este trabajo no se considera a las mujeres como un grupo minoritario, como muchos análisis de ciencias sociales hacen, ya que como menciona Françoise Héritier (2007: 169) en torno al rechazo de esta idea: «Los hombres y las mujeres tienen el mismo trayecto desde la infancia a la vejez, las mismas discapacidades, color, religión y origen étnico. Considerar al sexo como una variable sociológica del mismo orden que las otras significa una aceptación implícita del hecho de que la norma es lo masculino». Por tanto, aquí se critica esta visión que plantea a las mujeres como una categoría sociológica que invisibiliza una *realidad de facto*.

CAPÍTULO II

SOCIEDADES DE CONSUMO, SOCIEDADES PATRIARCALES Y SU RELACIÓN CON LA TRATA DE MUJERES

El siguiente capítulo observará dos aspectos generales: el primero de ellos (analizado en dos apartados), serán las sociedades de consumo y las sociedades patriarcales; el segundo, explicará la relación entre los objetos de estudio que estamos abordando en la investigación, que son, trata de mujeres para fines de prostitución y las sociedades consumistas.

*Las sociedades de consumo: Análisis del proceso de las sociedades modernas*²⁰

Nosotros fuimos la cultura de la violencia liberadora (la racionalidad).

Jean Baudrillard (2002: 101)

La condición moderna consiste en estar en camino. La elección es modernizarse o perecer.

Zygmunt Bauman (2005: 38)

[...]la idea de la modernidad, concebida en numerosas formas fragmentarias, pierde buena parte de su viveza, su resonancia y su profundidad, y pierde su capacidad de organizar y dar un significado a la vida de las personas. Como resultado de todo esto, nos encontramos hoy en medio de una edad moderna que ha perdido el contacto con las raíces de su propia modernidad.

Marshall Berman (2008: 3)

Según Néstor García Canclini (2009: 64), «consumir es hacer más inteligible un mundo donde lo sólido se evapora» en las sociedades actuales. Mundo donde según Luís Enrique Alonso (2006: 66), la «flexibilidad, la rapidez, la adaptación y el cambio se han convertido en el nuevo

²⁰ «...en la primera parte del *Manifiesto*, Marx expone las polaridades que animarán y darán forma a la cultura del modernismo en el siglo siguiente: el tema de los deseos e impulsos insaciables, de la revolución permanente, del desarrollo infinito, de la perpetua creación y renovación de todas las esferas de la vida; y su antítesis radical, el tema del nihilismo, la destrucción insaciable, el modo en que las vidas son engullidas y destrozadas, el centro de la oscuridad, el horror. Marx muestra cómo estas dos posibilidades humanas han impregnado la vida de todos los hombres modernos a través de las presiones e impulsos de la economía burguesa. Con el transcurso del tiempo, los modernistas producirán un gran número de visiones cósmicas y apocalípticas, visiones de la felicidad más radiante y la desesperación más sombría. Muchos de los artistas modernistas más creativos, serán simultáneamente poseídos por ambas fuerzas y empujados sin cesar de un extremo a otro; su dinamismo interno reproducirá y expresará los ritmos internos que dan movimiento y vida al capitalismo moderno. Marx nos lanza a las profundidades de este proceso vital, de modo que nos sentimos cargados de una energía vital que magnifica la totalidad de nuestro ser y somos simultáneamente embargados por los golpes y convulsiones que a cada instante amenazan con aniquilarnos» (Berman, 2008: 98-99).

paradigma productivo, frente a la continuidad, linealidad, rendimiento a largo plazo y estabilidad del modelo fordista», que era parte de las sociedades industriales que antecedieron a las de consumo.

Este apartado pretende dar un esbozo del proceso que las sociedades modernas han tenido en torno a los cambios sociales y económicos que los han conllevado a las actuales sociedades consumistas.

De lo eterno a lo efímero: mirada sobre los cambios de paradigmas modernos

Actualmente vivimos una modernidad «desreglamentada y globalizada, sin oposición, totalmente moderna, que se basa en lo esencial en tres componentes axiomáticos de la misma modernidad: el mercado, la eficacia técnica y el individuo. Teníamos una modernidad limitada y ha llegado el tiempo de la modernidad acabada» (Lipovetsky, 2006: 56-57). Esta modernidad es reconocida bajo distintos nombres, ya sea llamada posmodernidad, segunda modernidad, hipermodernidad o modernidad líquida, estas etiquetas marcan algo por igual, vivimos tiempos en donde las formas de consumo [por lo menos] en las sociedades occidentales son las que se distinguen de las pasadas, lo cual no significa «el más allá del consumo, sino su apoteosis, su extensión hasta la esfera privada, hasta en la imagen y el devenir del ego llamado a conocer el destino de la obsolescencia acelerada, de la movilidad, de la desestabilización» (Lipovetsky, 1996: 10).

En general, como dice Lipovetsky (1996: 88), «el modernismo es vector de la individualización y de la circulación continua de la cultura, instrumento de exploración de nuevos materiales, de nuevas significaciones y combinaciones». Sin embargo, las sociedades que produce la modernidad se han ido transformando de tal manera que la sociedad del Estado benefactor (o sociedad industrial) y la consiguiente y actual sociedad consumista, son «en su esencia, incompatibles y producen entre sí conflictos y choques permanentes; otra cosa es que

haya ajustes, reconciliaciones y consensos parciales y coyunturales de esta contradicción intrínseca, provocados casi siempre tanto por las necesidades del capital de ser apoyado en situaciones de crisis, como por las movilizaciones de agentes sociales especialmente comprometidos con lo público» (Alonso, 2006: 299). Sin embargo, esto no significa que la intencionalidad de la estructura cambie, dentro del pensamiento de Marshall Berman (2008) podemos encontrar cómo la esencia de la modernidad (y el capitalismo) son vectores que impulsan el desarrollo y/o progreso de ambas sociedades. Así este autor menciona:

La modernidad ha creado «la mágica extensión del radio de la acción humana por medio del dinero» (2008: 40). Ésta «es aceptada con un entusiasmo ciego y acrítico, o condenada con un distanciamiento y un desprecio neo-olímpico; en ambos casos es concebida como un monolito cerrado, incapaz de ser configurado o cambiado por los hombres modernos. Las visiones abiertas de la vida moderna han sido suplantadas por visiones cerradas; el esto y aquello por el esto o aquello» (2008: 11).

Berman (2008: 119) hace eco al pensamiento de Karl Marx en torno a las intencionalidades de la modernidad y el desarrollo impulsado por el sistema capitalista, diciendo que: «sus energías, percepciones y ansiedades características emanan de los impulsos y las tensiones de la vida económica moderna: de su incesante e insaciable presión en favor del crecimiento y el progreso; su expansión de los deseos humanos más allá de los límites locales, nacionales y morales; sus exigencias de que las personas no sólo exploten a sus semejantes, sino también a sí mismas; la infinita metamorfosis y el carácter volátil de todos sus valores en la vorágine del mercado mundial; su despiadada destrucción de todo y todos los que no puede utilizar [...] y su capacidad de explotar la crisis y el caos como trampolín para un desarrollo todavía mayor, de alimentarse de su propia destrucción». «Parece que el proceso mismo del desarrollo, aun cuando transforme un terreno baldío en un pujante

espacio físico y social, recrea el baldío dentro del propio desarrollista. Es así como opera la tragedia del desarrollo» (2008: 60).

Incluso «el ideal humanista del autodesarrollo surge de la incipiente realidad del desarrollo económico burgués. Así, pese a sus invectivas contra la economía burguesa, Marx adopta entusiastamente la estructura de personalidad producida por esta economía». Pero a fin de cuentas, se observa que en estos procesos «el problema del capitalismo es que, en esto como en todo, destruye las posibilidades humanas que crea» (2008: 91).

Esto nos muestra que la modernidad y el sistema capitalista no producen un solo tipo de sociedad, sino que las relaciones sociales que se inscriben dentro de estas sociedades van cambiando por ser dinámicas. Por lo que los axiomas mencionados antes (el mercado, la eficacia técnica y el individuo), se van manteniendo como reflejo de la época de la modernidad y el modo de producción capitalista pero no de las dinámicas socioculturales de sus sociedades, como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro. 2- Comparación de Elementos entre la Sociedad de Productores y la Sociedad de Consumidores

CARACTERÍSTICAS SIMBÓLICAS-MATERIALES		
Elementos	Sociedad de productores	Sociedad de consumidores
Concepto de Sociedad	Primera modernidad / Modernidad / Moderna Sociedad de Productores / Modernidad Sólida	Segunda Modernidad / Posmodernidad / Moderna Sociedad de Consumidores / Modernidad líquida / Hipermodernidad
Sistema	Capitalismo Industrial / Socialista-Comunista	Capitalismo Financiero
Forma del Estado	Bienestar y cerrado	Comercial y abierto
Contrato Social	Seguridades Sociales	Oportunidades Individuales
Consumo	Mesurado	Inmediato
Visión del Consumo	Adquirir y acumular para: Procrastinar y demorar (gratificación)	Adquirir y acumular para: Eliminar y reemplazar (gratificación)
Visión de los Objetos	Grandes (ejemplos: medios de transporte)	Micro (ejemplos: las TICS)
Ideales	Valores / Ética	Sentimientos y gustos / Estética
Frase	Trabajo para vivir / Llegar a ser	Trabajo para consumir / Ser uno mismo
Relaciones	Sólidas / Satisfactorias-llenas	Líquidas / Vacías
Agente	Sujetos / Objetos	Consumidores / mercancía
Ideología del Estado	Neoclásica y Socialista-comunista	Neoliberal en mayor grado
Economía del Estado	Sustitución de importaciones / Regulada y Segura	Global y competitiva / Desregulada e insegura
Visión económica	De la prevención y estabilidad / racionalidad de productores	Del desecho y el exceso / irracionalidad de consumidores
Discursos	Generalizadores y unificados / Metarrelatos	Relativizados y Fragmentados / Diversidad de opiniones / Relatos
Tendencia tecnológica	Medios de Transporte y armas bélicas	Medios de información y comunicación
Bienes	Objetos perdurables y duraderos	Mercancía desechable y nueva
Visión de la cultura	Se habla de La Cultura	Se habla de la Multiculturalidad
Cultura Económica	del ahorro (metales)	del crédito (plástico)
Mentalidad social	Ética puritana	Placer hedonista
Felicidad	gratificación de deseos	aumento e intensidad de deseos
Tiempo	Normal-mesurado / Lineal	Rápido-frenético / Puntillista
Visión del Tiempo	Sincrónico / por procesos socio-históricos	Anacrónico / por situaciones personales
Análisis Sociológico	Separación del principio de realidad y principio de placer	Convivencia del principio de realidad con el principio de placer
Mujeres sexoservidoras	Mujer Objeto / Mujer Mercancía	Mujeres Objeto del Consumismo

Fuente: Elaboración propia [a partir de los textos de Lipovetsky, Bauman, Berman y Hérítier].

Como se observa en el presente cuadro²¹ en los dos tipos de sociedades hubo cambios de paradigmas, donde en la época contemporánea los «llamamientos al consumo, las promesas radiantes de la mercancía, la magia de las novedades sustituyen a la moral del ahorro y de la renuncia de sí» (Lipovetsky, 2007: 194). Donde la ética del trabajo, que es base de la ética protestante según Weber, se cambió por una estética de consumo con miras a un individualismo fragmentario, narcisista y consumista. También se pueden ver ciertas adaptaciones de los axiomas de la modernidad, que ya dicho con anterioridad estos no cambian esencialmente pero sí se modifican conforme las pautas de cada sociedad. Lipovetsky (1996) hace eco de estas cuestiones en su obra *La era del vacío*, él nos dice que en:

1. *El individuo*: «La ideología individualista [...] fue [...] la fuerza histórica que desvalorizó la tradición y las formas de heteronomía, que desclasó el principio de la imitación, que obligó a buscar sin tregua, a inventar combinaciones en ruptura con la experiencia inmediata» (1996: 96), donde en la actualidad esta ideología ha sido exacerbada en un individualismo que ha terminado con las prácticas colectivas imperantes en la sociedad de productores;
2. *La eficacia técnica*: Lipovetsky parafraseando a Daniel Bell, dice que en «nuestras sociedades los cambios tecno-económicos no determinan los cambios culturales, el posmodernismo no es el reflejo de la sociedad posindustrial» (1996: 82-83), donde las clases eran vistas bajo el sentido de la producción [obrera y patronal]. En nuestros tiempos, existen muchas formas de tecnologías que ayudan a que la producción sea más efectiva y aporte más plusvalía a sus dueños: que a pesar de esto se observa una desvalorización

²¹ Este cuadro comparativo nos ayudara en este capítulo, e incluso en el resto del estudio, para poder observar las distintas características entre la antecesora sociedad de productores de la presente sociedad de consumidores, que transforman la forma en cómo las mujeres son objetivizadas para verlas actualmente como mujeres objeto del consumismo, de la pasada visión de la mujer objeto y mujer mercancía, este punto se desarrollará en el capítulo tercero.

[salarial y humana] de las personas que trabajan para los capitalistas. Sin embargo, estas diferencias, injustas por el mejoramiento de la técnica de producción, que deberían recaer en una mejor calidad de vida para las y los trabajadores, no establecen una lucha de clases entre el proletariado y el capitalista como antes se hacía de manera directa. Incluso se puede afirmar que en «la actualidad se toleran mejor las desigualdades sociales que las prohibiciones que afectan a la esfera privada» (1996: 116).

3. *El mercado*: En «la aparición de consumo de masa en los USA en los años veinte [...] reside la gran revolución cultural de las sociedades modernas» (1996: 84), este consumo incitó a la creación de las sociedades consumistas, donde la idea liberal de la panacea del mercado ha marcado nuestros tiempos de manera general. Pero se debe tener en cuenta que antes del establecimiento del ahora llamado neoliberalismo se presentó el estado de bienestar, que se situó aproximadamente unos cuarenta años, de los cuarentas a los setentas, siendo a finales de los setentas y principios de los ochentas el establecimiento de la ideología y forma de dirigir la sociedad del libre mercado.

Para darnos una idea más clara de las diferencias sistémicas (referidas al sistema capitalista) y socioculturales (referidas a la estética consumista actual), debemos entender las relaciones de producción y reproducción que cohabitan en cada una de ellas:

- En la cuestión del capitalismo se puede decir que éste ha tenido muchos cambios en su forma organizacional y reproductiva, primero sucedió en el siglo XIX y a principios del XX por un proceso donde la producción fue lo que más le daba valía; después, en los años veintes del siglo XX y finales de los setentas del mismo, se fue alimentando de las formas más básicas de consumo de masas hasta las más complejas; y por último, se encuentra en la actualidad en una etapa informacional, robótica y financiera. (Alonso, 2006: 60)

- Sobre las cuestiones sociales y culturales (y actualmente conllevadas por una estética de consumo), Alonso (2006: 43) nos explica [según observa en estudios de Cross, Rifkin, Lasch, Ewen, Wernick y Falk] el proceso de cómo en los años veinte se hizo «una campaña organizada para acabar con la ética puritana y antiderroche derivada de la ética protestante del trabajo y el ahorro» por un «“nuevo evangelio económico del consumo” en el que se llega a dar sentido patriótico al mismo hecho de consumir» para dar una nueva cultura «narcisista, individualista y permisiva con el derroche» que vaya de la mano con el fordismo.
- El autor nos explica este proceso de la ideología del consumo [su materialización, objetivación²²/simbolización] que se da a principios del siglo XX, diciendo que el consumo «se trata de un modo de vida basado por la adquisición de un conjunto uniformado de productos trivializados, que no sólo se abaratan en su fabricación para quedar al alcance de públicos crecientes, sino que se recubren cada vez más de un conjunto de valores simbólicos añadidos y estimulados por un potente aparato de creación de imágenes y aspiraciones» (Alonso, 2006: 51).

Las sociedades de consumo: características y significados; y esbozo del caso mexicano

Los sentidos de eternidad y verdad han sido desplazados de los valores sociales que regían la cultura de la sociedad de productores. Ahora no se busca un ascetismo como forma de vida plena²³, la medida no es parte de las dinámicas sociales. Estas cuestiones que formaban parte de

²² No objetivización.

²³ Rosario Castellanos (2009: 131-133) explica de manera excepcional estas cuestiones, ella dice que: «La verdad es inmutable, está situada encima del tiempo y del espacio, más allá de los engaños de los sentidos, en un horizonte tan elevado que ya no le alcanzan los criterios contradictorios de los hombres, las opiniones en boga en una época o en un país determinados. En suma, la verdad se identifica así con la eternidad, o mejor dicho, se corona con ella. Y el filósofo participa de esta eternidad por medio del conocimiento.

La vida eterna exige, en la mayor parte de los casos, para ser merecida, el ascetismo. Vivir según la carne, para San Pablo, es morir. En el ascetismo el santo se asemeja al sabio. Pero va más allá que él como va más allá que

la integralidad de los mejores sujetos sociales no compaginan con las ideas y prácticas contemporáneas. Muchos autores exponen puntos de vista distintos de las sociedades actuales: Gilles Lipovetsky (2006: 30) dice que la «era del hiperconsumo y de la hipermodernidad ha sellado el declive de las grandes estructuras tradicionales de sentido y su recuperación por la lógica de la moda y del consumo»; Jean Baudrillard (2002: 40) explica que la «cuestión es que nos hallamos en medio de una lógica de la simulación que no tiene ya nada que ver con una lógica de los hechos»; y Zygmunt Bauman menciona que esta es «una sociedad que ha sido remodelada a imagen y semejanza de los mercados» (2007a: 83), donde el «“consumismo” llega cuando el consumo desplaza al trabajo de ese rol axial que cumplía en la sociedad de productores» (2007a: 47).

Al igual que los cinéfilos de los que hace mención Néstor García Canclini (2009: 156-157), donde las quejas van por la falta de número de estrenos en los videoclubs y no tanto por la falta de variedad de películas de antaño, los nuevos consumidores no se preocupan por lo que hicieron con los productos clásicos (más durables y resistentes y con una trama más pensada como las películas de Bergman, Kurosawa, Fellini, Hitchcock, Kubrick, Buñuel y demás grandes cineastas) sino por cuándo los productos actuales, que acaban de ser puestos en los estantes, serán sustituidos por otros más novedosos, es de esta manera como la lógica de consumo va adquiriendo liviandad, rapidez y aroma a nuevo.

Como podemos observar, nos encontramos en un tiempo donde las nuevas formas y dinámicas de consumo convierten a los sujetos sociales en mercancía, pero llegando a un sentido orwelliano de doble pensar, donde todo consumidor es al mismo tiempo producto de consumo.

Así los consumidores son «simultáneamente, los *promotores del producto* y el *producto que*

el artista. Porque en tanto que el sabio capta la eternidad desde unos de sus aspectos como es el de la verdad o el artista la percibe como belleza, el hombre religioso le atribuye a Dios la verdad, la belleza y además el amor. Todas las perfecciones. Con lo que Dios resulta lo eterno por excelencia, es decir, lo absoluto».

promueven. Son, al mismo tiempo, encargado de *marketing* y mercadería, vendedor ambulante y artículo en venta» (Bauman, 2007a: 17). Esto sirve perfectamente, como dice Jürgen Habermas en referencia a la sociedad de productores, a la *raison d'être* del capitalismo, que era la « “transformación del capital y del trabajo en mercancía, en bienes de cambio”» (2007a: 19), donde actualmente se pretende que esta transformación se lleve de manera frenética en el plano de compra y venta como imperativo sistémico, dándole menor valía al hecho de producción y más al de consumo. Por tanto, como señala Zygmunt Bauman (2007a: 83) en su libro *Vida de consumo*:

El propósito crucial y decisivo del consumo en una sociedad de consumidores (aunque pocas veces se diga con todas las letras y casi nunca se debata públicamente) no es satisfacer necesidades, deseos o apetitos, sino convertir y reconvertir al consumidor en producto, elevar el estatus de los consumidores al de bienes de cambio vendibles.

[Asimismo] como lo señaló Pierre Bourdieu hace ya dos décadas, la coerción ha sido ampliamente reemplazada por la estimulación; los patrones de conducta obligatorios, por la seducción; la vigilancia de comportamiento, por las relaciones públicas y la publicidad; y la regulación normativa, por el surgimiento de nuevos deseos y necesidades. (Bauman, 2007a: 124).

En este sentido observamos que «los miembros de una sociedad de consumidores están obligados a seguir los mismísimos patrones de comportamiento que los objetos de su consumo» (Bauman, 2007a: 89), con lo que según Alonso (2006: 87), «se asiste a la emergencia irresistible del hedonismo como valor fundamental y a la primacía del concepto de narcisismo, vista cada vez más como la acumulación de pequeños placeres de los que hay que gozar». Por lo que «los sistemas de representación se han convertido en objetos de consumo y todos son tan intercambiables como un coche o una vivienda» (Lipovetsky, 2006: 31).

Es así como se puede analizar que el *fetichismo de la mercancía* abogado por Marx se transforma en un nuevo fetichismo, este es el *fetichismo de la subjetividad* (Bauman, 2007a: 34). Que si bien, ambos están basados en una ilusión, no dejan de tener sus diferencias contractuales que la solidez del primero no permite subir todas sus idealizaciones en la liquidez y frenesí del segundo, como el hecho de que la «modernidad de segundo tipo se dibuja con los rasgos de una mezcla paradójica de frivolidad y ansiedad, de euforia y vulnerabilidad, de divertimento y temor» (Lipovetsky, 2006: 68), donde sin embargo, «una vez que el *miedo a la muerte* se hubo retirado o desvanecido de la vida cotidiana, no logró traer en su lugar la ansiada tranquilidad espiritual. Le sustituyó rápidamente el *miedo a la vida*» (Bauman, 2005: 130). Esto provocó, según Lipovetsky (2006: 70), que nos encontremos en «un devenir indeterminado y problemático: un futuro hipermoderno».

Donde, como dice Milan Kundera en su novela *La lentitud*, «“el nivel de velocidad es directamente proporcional a la intensidad del olvido”» (Bauman, 2007a: 117). Entonces, en sí, ¿qué es lo que estamos viviendo las personas que nos encontramos en estas sociedades? Igualmente, muchas respuestas hay a esta pregunta, lamentablemente el optimismo no es parte del resultado aunque lo queramos introducir en el método.

Antes de analizar las problemáticas de las sociedades actuales, primeramente, debemos observar algo que Bauman habla con respecto de los sistemas sociales [duraderos]. El hecho de que la reproducción de estos «consiste en saber dar a sus “prerrequisitos funcionales” la forma de móviles del comportamiento de sus actores» (Bauman, 2007a: 97). Por lo que, es innegable el hecho de que los países de occidente están permeados por la estética consumista, estética que da lugar a dramatizaciones y stress en los actores sociales de manera incluso patológica, como cuestiona Lipovetsky (1996: 47): «¿Qué cosa hoy no da lugar a dramatizaciones y stress? Envejecer, engordar, afearse, dormir, educar a los niños, irse de vacaciones, todo es un problema,

las actividades elementales se han vuelto imposibles». Por otra parte, también debe mencionarse un hecho *sine qua non* de la modernidad, este es el avance tecnológico que prometía elevar el nivel de vida de todas las sociedades que se integraran a la revolución industrial y más adelante a los mercados internacionales, sin embargo como hacen ver Trujano *et al.* (2009: 8):

La tecnología no es necesariamente equivalente a una mayor calidad de vida, pues ha pasado a constituirse de forma exigente como un requisito para estar al día y ser competitivo en el campo laboral; quienes lo consiguen, opinan que el movimiento tecnológico se está transformando de tal manera, que está pasando de ser un medio de tipo productivo a uno consumista de la modernidad.

Estos *fracasos* de la modernidad, si la vemos como promesa social y no como división de clases, de las promesas que no han sido cumplidas, tal vez no nos estén llevando, como menciona Baudrillard (2002:76), a *una escenografía de film de catástrofe*. Aun así, los caminos que nos depara el futuro no dejan de ser nublados, vasta razón tiene Lipovetsky (2006: 71) al sentenciar que «cuanta menos visión teleológica del futuro se tiene, más se presta éste a su fabricación hiperrealista». Donde lo hiperreal es «el producto de una síntesis irradiante de modelos combinatorios en un hiperespacio sin atmósfera» (Baudrillard, 2002: 11), cayendo en la tan conocida simulación de Baudrillard (2002: 17), donde al «contrario que la utopía, la simulación parte del principio de equivalencia, de la negación radical del signo como valor, parte del signo como reversión y eliminación de toda referencia». En este sentido, la mercancía, principal objeto de las sociedades de consumo, se trastoca como signo esencial del mundo contemporáneo. Y como menciona Roland Barthes (1990), «el objeto es siempre un signo, definido por dos coordenadas, una coordenada profunda, simbólica, y una coordenada extensa, de clasificación», donde trasladado a la vida actual, los sujetos transformados en objetos de consumo ven sus

implicaciones en lo profundo y extenso de las simbologías y prácticas del consumismo exacerbado.

Como ejemplo, podemos tomar uno de los *no lugares* mencionados por Marc Augé (2000: 41), *los grandes centros comerciales*. Estos lugares de «ocio y negocio, producción y consumo, necesidad y deseo se mezclan en un espacio especialmente complejo de usos y significados sociales» (Alonso, 2006: 117), donde no existen referencias con el pasado, ni re-significación del futuro. Estos espacios sirven para despojarnos de cualquier referente histórico y social, son prefabricaciones y sirven para desvalorizar el sentido fenomenológico y teleológico de los actores sociales en cuanto a la dinámica de usos y costumbres, donde no existe una cultura humana sino una economía consumista. Asimismo podemos encontrar estas características en los aeropuertos o los campos de tránsito prolongado donde se estacionan los refugiados del planeta (Augé, 2000).

Sin embargo, sería pretencioso adoptar una postura apocalíptica del devenir de las sociedades, ya que, al igual que propone García Canclini (2009: 16), el consumo no debe ser visto solamente «como simple escenario de gastos inútiles e impulsos irracionales sino como lugar que sirve para pensar, donde se organiza gran parte de la racionalidad económica, sociopolítica y psicológica en las sociedades». Donde en el caso de México (2009: 15):

Es innegable que en las últimas décadas la intensificación de las relaciones económicas y culturales con Estados Unidos impulsa un modelo de sociedad donde muchas funciones del Estado desaparecen o son asumidas por corporaciones privadas, y donde la participación social se organiza a través del consumo más que mediante el ejercicio de la ciudadanía.

En este sentido, de las prácticas de la modernidad contemporánea, Veronika Sieglin (1999: 104) alude a la lactancia donde, según la UNESCO, en México mueren al año medio millón de infantes «a causa de enfermedades estrechamente ligadas al acortamiento de la lactancia natural y la introducción de biberones». Esto, como hace ver Wheling desde una visión catastrófica, debido a que «"la expansión del modo de producción y del consumo moderno occidentales en el Tercer Mundo tendrá que desembocar en la grave e irreversible destrucción de las condiciones de vida». Que en un contexto más local y con una visión menos apocalíptica y más centrada en los hechos sociales, María Zebadúa (1999: 82) nos explica, cómo se comenzaron a dar estos cambios en Nuevo León:

Cuando en los años cincuenta y sesenta la crisis ejidal, la migración y la injerencia de instituciones públicas y privadas en la vida ejidal, de los medios masivos y de la experiencia campesina obtenida en ámbitos urbanos, propiciaron que la paulatina modificación de roles genéricos diera un giro hacia modelos urbanos de asalarización, consumo y formas de vida y comportamiento femeninos híbridos, ya que no poseen los objetivos iniciales de preservación de la tierra ni cuentan con las condiciones de vida ni de trabajo de las ciudades industrializadas de las cuales parte el nuevo modelo.

De esta forma, podemos concluir que en México, a pesar de todo lo que se diga de la gran pobreza y atraso económico existente en el país, aunado al pobre poder adquisitivo, somos «subdesarrollados en la producción [...] pero no en el consumo» (García 2009: 42).

Las nuevas sociedades patriarcales: dominación masculina, masculinidades y su relación con la trata de mujeres para fines de prostitución

[Para el patriarcado] El trabajo es un medio de exaltación o de degradación humana. El trabajo humano es una de las razones vitales de nuestra existencia. La presión y la explotación al servicio del bienestar ajeno lo transforma en la auténtica maldición humana que no consiste en ganar el pan con el sudor de nuestra frente, sino en ganarlo para el bienestar ajeno.

Aurora Arnaiz Amigo (1981: 147)

La cultura y la política se han convertido en artículos de consumo. Los presidentes se eligen por televisión, como los jabones, y los poetas cumplen una función decorativa.

Eduardo Galeano (2001:96)

...las mujeres son parte activa de la estructura básica del patriarcado y no un mero recurso sobre el que actúan y al que utilizan los hombres.

Raquel Osborne (2009: 19)

Una mujer casada no tiene la misma pasión que una mujer soltera, porque la mujer casada es como una ropa usada que no tiene el mismo olor.

Un cliente de alguna prostituta (Acharya, 2009a: 109)

Este apartado tratará de dar una mirada analítica sobre la situación de la dominación masculina actual, las cuestiones de las masculinidades, su relación con la trata de mujeres para fines de prostitución, y por último, abordará el tema de la comprensión del sexo en la actualidad, que como bien dijera Lipovetsky (2007: 224-225):

El estado social posmoderno coincide, no con la indistinción de los roles sexuales, sino con la diferenciación sexual de la misma lógica individualista; no es un modelo de reversibilidad entre los sexos lo que nos gobierna, sino un doble modelo individualista, que reinscribe socialmente la división masculino/femenino. En relación con la esfera familiar, el individualismo femenino es más centrípeta que el masculino. En relación con la esfera del trabajo remunerado, el individualismo femenino es más centrífugo que el masculino.

Haciendo una mirada valorativa de los avances hechos en cuestión de la reducción de desigualdad de género en los últimos 100 años en nuestro país, podremos afirmar que se han dado pasos muy significativos en esta materia, sin embargo, cabe señalar que los avances son más dirigidos a la figura de lo femenino que de lo masculino. Porque si bien ha habido un cuestionamiento sobre el papel de las mujeres en la sociedad mexicana, sobre su reconocimiento como sujetos sociales y no como objetos de la dominación masculina, no se han replanteado las posibilidades que tienen los hombres, más específicamente lo masculino, para jugar nuevos papeles en las sociedades contemporáneas, de sus nuevas significaciones y valorizaciones, es decir, nuevas formas de entender a los hombres y sus masculinidades.

Por eso mismo, actualmente es difícil considerar que realmente haya un replanteamiento de lo masculino en gran profundidad, que sin embargo, es cierto que existe una apertura histórica a entender las sexualidades (como la del movimiento LGBTTTIQ), pero eso no ha significado que las dinámicas sociales de las masculinidades se hayan inscrito en los cambios de los movimientos feministas y los LGBTTTIQ, estos dos movimientos, que representan una diversidad extraordinaria, son los catalizadores de las nuevas dinámicas sexuales, pero dentro de la dominación masculina parece ser que no se ha trastocado a gran profundidad su pensamiento y formas de ver la vida, ya que actualmente el sentido de las masculinidades, de la dominación masculina, e inclusive de la apertura sexual en las normas sociales, no ha tenido gran impacto en los grupos de poder dominantes actuales, que son los que tienen la capacidad de acción para darle más apertura a estas formas de pensar, y de vivir en armonía. Sobre esta cuestión, Marshall Berman (2008: 90) nos da una explicación de la importancia de la negación del otro por los grupos dominantes de poder [androcéntrico]:

El único fantasma que realmente recorre la clase dominante moderna y pone en peligro al mundo que ha creado a su imagen es aquello que las elites tradicionales (y, ya que estamos,

las masas tradicionales) siempre han anhelado: una sólida y prolongada estabilidad. En este mundo, la estabilidad sólo puede significar entropía, muerte lenta, en tanto que nuestro sentido del progreso y el crecimiento es nuestro único medio de saber con seguridad que estamos vivos. Decir que nuestra sociedad se está desintegrando sólo quiere decir que está viva y goza de buena salud.

Sobre la dominación masculina

Según Lipovetsky (2007: 68), ya no se puede creer el hecho de «que la dinámica democrática coincide mecánicamente con la erosión de la idea de disimilitud de los géneros, la cual se recompone no desde el exterior, sino desde el seno mismo de la cultura democrática». Porque el pensamiento individualista impide la cohesión de creer la igualdad en la unidad, ya que esta igualdad se marca en la diferencia. En ese sentido, él menciona que la «“crisis de la virilidad” no es tanto un fenómeno social de fondo como una imagen literaria: el hombre es el futuro del hombre, y el poder masculino, el horizonte insistente de los tiempos democráticos» (Lipovetsky, 2007: 283), donde, según Bourdieu (2007: 22), el orden social sigue funcionando «como una inmensa máquina simbólica que tiende a ratificar la dominación masculina en la que se apoya».

Es de esta manera como observamos que las transformaciones sociales de la identidad, el poder y el ejercicio, siguen correspondiendo a una subordinación del sexo femenino por el masculino, que según Bourdieu (2007: 37), esta *sociodicea masculina*, nombrada así por él, parte de *dos operaciones* donde se «*legitima una relación de dominación inscribiéndola en una naturaleza biológica que es en sí misma una construcción social naturalizada*».

Asimismo, Françoise Héritier (2007: 116) da razón de esta relación de dominación donde «lo superior está siempre del lado masculino y lo inferior del lado femenino», debido a «una

consecuencia directa del hecho de que los hombres consideran a las mujeres como un *recurso* que les pertenece para poder reproducirse», donde (2007: 249):

La valencia diferencial de los sexos y la dominación masculina están fundadas en la apropiación por parte del género masculino del poder de la fecundidad del género femenino e ipso facto sobre el goce de la sexualidad de las mujeres, pues ambos van juntos, cuyo corolario es el placer que nace del acto sexual. Estamos aquí pues al mismo nivel en el ámbito oscuro o resplandeciente de la sexualidad, en tanto tema tangencial en el que se anudan y se renuevan sin descanso todas las contradicciones y el estado de tensión inherentes a la convivencia de estos tres elementos: procreación, pulsión sexual y placer en la satisfacción de la pulsión. Se los ubica aquí de manera neutra, como necesidades compartidas por ambos sexos. Sin embargo, en este conjunto estrecho y reducido, verdadero nudo gordiano, se encuentran los frenos y obstáculos en relación con la igualdad de los sexos.

Dentro de esta apropiación de las mujeres, Vázquez (2001) explica en el cuadro 3, nueve actitudes Básicas que Harry Christian plantea en ciertas normas culturales que acompañan al comportamiento masculino, que son indispensables para la subordinación de las mujeres.

De la misma manera, Héritier (2007: 255) nos habla de los elementos básicos que se necesitaron para hacer las sociedades viables, ella dice que hubo que utilizar pulsiones: «Las dos pulsiones mejor controladas, acotadas en variados cuerpos jurídicos, son [...] la que atenta contra la vida y seguridad del prójimo (donde es valorada de acuerdo al hecho de sí es considerado prójimo, o incluso el tipo de prójimo); [y] la que atenta contra la propiedad del prójimo». Cabe aclarar, que muchas «sociedades aún siguen considerando a las mujeres como parte de la propiedad de los hombres».

Es así como observamos cómo nuestras sociedades siguen insertas de manera significativa en una realidad de corte patriarcal y pensamiento androcéntrico y falocéntrico.

Cuadro. 3- Manifestaciones Culturales de la Masculinidad

Dentro de la gama de manifestaciones que la cultura muestra de la masculinidad, hay ciertas actitudes que son comunes entre la cultura oficial y la popular, y que son la base del modelo hegemónico de la masculinidad; Vázquez (2001: 44-45) plantea las nueve actitudes básicas de Harry Christian:

- 1- Los hombres y las mujeres son substancialmente diferentes, y los hombres “de verdad” son superiores a las mujeres y a cualquier hombre que no se apegue a las normas convencionales de la masculinidad dominante.
- 2- Cualquier actividad o conducta identificada como femenina degrada a cualquier hombre.
- 3- Los hombres no deben sentir (o al menos no deben expresar) las emociones que tengan la más mínima semejanza con sensibilidades o vulnerabilidades identificadas como femeninas.
- 4- La capacidad y el deseo de dominar a los demás y de triunfar en cualquier competencia, son rasgos esenciales de la identidad de cualquier hombre.
- 5- La dureza es uno de los rasgos masculinos de mayor valor.
- 6- Ser sostén de la familia es central en la vida de cada hombre, y es privilegio exclusivo de los hombres
- 7- La compañía masculina es preferible a la femenina excepto en la relación sexual, que es la única vía masculina para acercarse a las mujeres.
- 8- El sexo permite tanto ejercicio del poder como obtener placeres, de manera que la sexualidad de los hombres de verdad es un medio de demostrar el dominio y la superioridad sobre las mujeres, así como la capacidad de competir con los demás hombres.
- 9- En situaciones extremas, los hombres debemos matar a otros hombres o morir a manos de ellos, por lo que declinar hacerlo, en caso necesario, es cobarde y, por lo tanto, demuestra poca hombría y poca virilidad.

*En el texto original no vienen estos puntos en forma de cuadro.

Fuente: Óscar Vázquez Martínez (2001: 44-45).

Para dar muestra de semejante lógica naturalista, psicologista y, por ende, esencialista, se puede hablar de las *giras francesas*: *Le monde de l'éducation* lo define así, «“Un tipo de agresión en la que una joven es llevada por un compañero o compañera a un lugar donde otros la esperan para hacerle padecer actos de violencia sexual [y que] suele llamarse tournante [gira] u operación pétase [provocadora]”» (Héritier, 2007: 280).

Cabe señalar, según Héritier (2007: 285), que las *giras* no son un producto de los nuevos tiempos sino el resultado de la lógica masculina a través de la valencia diferencial de los sexos:

«todos esos factores pueden explicar la explosión de las formas de delincuencia que representa la gira, los adolescentes no la han inventado, y tampoco han inventado sus bases fundamentales –los hombres sacan su placer de los cuerpos femeninos- ni las características particulares –el derecho del macho como derecho del más fuerte, la infamia del lado de la víctima, la satisfacción y el orgullo ante la humillación del otro-». Los principales factores que la autora hace ver son:

- 1- Modelo dominante de representación de la diferencia de los sexos (donde lo masculino es lo dominante y lo femenino lo dominado).
- 2- La publicidad y las formas de entretenimiento de los medios de comunicación que obedece a este modelo e incluso lo exagera.
- 3- La ideología de consumo (estableciendo la mujer objeto/mercancía).
- 4- Sistema educativo que rechaza lo prohibido y acepta lo establecido por el modelo dominante.
- 5- La ausencia de perspectivas a futuro y de centros de interés ofrecidos a los adolescentes (donde la estética de consumo es la que toma estos papeles).

Acerca de las masculinidades

Cuando Víctor Seidler (2001: 103) pregunta: *¿Por qué han tardado tanto los hombres en explorar su experiencia de la masculinidad?*, nos lleva a otros cuestionamientos que sólo pueden ser contestados a partir del hecho de las construcciones sociales de la masculinidad, sus intencionalidades, teleología, dígame, sus dinámicas y procesos intrínsecos a los que obedece. Asimismo podemos problematizar esta inquietud preguntándonos: *¿cómo nace la masculinidad?, ¿qué es?, ¿por qué se tiene que remitir a la masculinidad y no a las masculinidades?, ¿a qué fines*

está ligada la masculinidad?, ¿cuáles son sus papeles dentro de la sociedad?, ¿por qué a la masculinidad se le relaciona dentro de la dominación masculina en las sociedades patriarcales con intenciones androcéntricas y falocéntricas?, y por último -pero sin agotar las dudas mas sí acotándolas-, ¿cómo podríamos construir masculinidades que compaginen con la multiculturalidad, el sentido individualista, la democracia, la tolerancia y la búsqueda de un mundo igualitario?

En este apartado no se pretende dar respuestas a todas estas problemáticas, ni mucho menos creer que son las necesarias para replantear el papel de las masculinidades, sin embargo, semejantes planteamientos son básicos para seguir el ejercicio del análisis crítico, ya que abordaremos un tema que tiene poco tiempo, comparándolo con los estudios de género de las feminidades, y que son necesarios analizar para comprender nuestras sociedades patriarcales.

Entonces, ¿qué es lo que se quiere explorar aquí? La intencionalidad de abrir el tema lo suficiente para que nos ayude a construir dentro del sentido de la dominación masculina, las pautas necesarias para observar cómo estos procesos influyen directamente en la objetivización de las mujeres tratadas con fines de prostitución dentro de las sociedades de consumo, esperando que los análisis hechos dentro de este capítulo nos puedan servir para reflexionar los discursos de los sujetos encuestados que se mostrarán al final de la investigación. Ya que la reflexión sobre la construcción de la masculinidad con fines androcéntricos de dominación masculina en las sociedades de consumo, nos es necesaria para observar el fenómeno de las mujeres objeto del consumismo. Como se ve, esta intencionalidad será un ejercicio que espera poder llegar al análisis crítico.

Seidler (2001: 121) señala que parte «de la herencia tradicional es que los hombres nunca pueden dar por sentada su masculinidad, la cual siempre tiene que probarse o defenderse», no

está permitido creer que los hombres serán plenos, ya que ellos no tienen manera de realizarse como las mujeres -donde en el caso de ellas sus necesidades han sido establecidas puntualmente por el poder masculino dominante-, porque estos no son subordinados a un sexo “más fuerte”, ellos tienen que demostrar su fortaleza, su hombría, para poder trascender. Ya que como «apuntara Hegel en su momento, la subjetividad masculina se construye en el conflicto interhumano en pos de reconocimiento y de prestigio» (Lipovetsky, 2007: 282), y estos tienen que ser ganados a toda costa. Porque según Cortina (2004: 87): «La hermenéutica del cuerpo del hombre moderno se constituye en un 'parecer del ser', antes que en el ser».

Asimismo, Olavarría (2004: 287-301) nos hace entender que las masculinidades establecidas por el sistema sexo/género están en crisis por las nuevas configuraciones socioculturales, impulsadas por movimientos que buscan un entendimiento a la diversidad sexual. Sin embargo, lo que él entiende como *crisis* aquí se tomará como *repensar*, ya que es obvio que no parece haber un cambio significativo dentro del orden patriarcal, como apuntara Lipovetsky:

A la luz de las tendencias actuales, las tesis de la “derrota de los hombres” no pueden sino inspirar escepticismo. Preparados socialmente para afirmar su yo en la confrontación con los demás, los hombres no han perdido la posición privilegiada de que gozan para ganar en el juego del poder y de la gloria. Sólo los valores machistas, los signos más enfáticos de la virilidad se ven devaluados (2007: 282). [Igualmente] los hombres siguen definiéndose principalmente por la orientación instrumental, las mujeres por la función expresiva. La legitimación contemporánea de la expresión de las vivencias íntimas no ha creado en modo alguno un estado de intercambiabilidad de los roles; lo que se observa en el reparto social de los roles afectivos traduce en mayor grado la fuerza de la continuidad secular que una ruptura histórica (2007: 26).

De esta manera podemos afirmar que aunque sí existan configuraciones dentro del orden de la dominación masculina y la misma masculinidad, no se puede creer que esto haya producido cambios drásticos en las formas de poder dominante. Por eso, se tiene que tener en mente que, si bien, estas nuevas formas de entender las relaciones humanas nos abren nuevas posibilidades de pensar y crear nuestra realidad, no necesariamente implican la modificación general de la misma, debido a que el proceso para que ocurra esto requiere de más tiempo y asimilación cultural con mayor profundidad. Es indispensable que se observen cambios tanto en las prácticas de poder como en las prácticas socioculturales. Porque el hecho de realizar otras formas de vivir y entender el mundo por ciertos movimientos sociales, no implica el hecho de otras formas de pensar y gobernar el mundo de los grupos dominantes de poder [masculino] y de la cultura en general.

Entendiendo esto, se puede explicar que en la actualidad sigamos observando una desigualdad social y de género, tal vez menos tolerada e ignorada pero igual de perjudicial que en el pasado. Por lo que es indispensable seguir analizando las dinámicas y procesos que se siguen realizando para que la masculinidad siga a merced del poder de dominación masculina, porque el hecho de que, «los roles que hombres y mujeres desempeñan en toda sociedad son construcciones culturales, socialmente aceptadas y transmitidas, aprendidas e interiorizadas en forma individual» (Zebadúa, 1999: 60), nos sirven para estar seguros de que estos pueden ser cambiados a formas más igualitarias y justas de relaciones humanas. Porque como observara Pierre Bourdieu (2007: 28):

[...] lejos de desempeñar el papel fundador que se le atribuye, [por naturalistas y esencialistas] las diferencias visibles entre los órganos sexuales masculino y femenino son una construcción social que tiene su génesis en los principios de la división de la razón

androcéntrica, fundada a su vez en la división de los estatutos sociales atribuidos al hombre y a la mujer.

Una manera de dar nuevas perspectivas a la manera de mirar las masculinidades es replanteando el papel de la sexualidad en los hombres. Sobre esto Keijzer (2001: 27) nos dice que «debemos reivindicar el derecho a fallar en una relación sexual o a decir no a la misma», ya que los hombres deben quitarse las cargas sociales que hacen pretender la supuesta necesidad natural de las relaciones sexuales en ciertos momentos igual de supuestos, por eso, «debemos plantear el derecho de los jóvenes a una iniciación sexual libremente elegida en tiempo, lugar y persona».

Esta forma de ver la masculinidad, según plantea Héritier (2007: 255), parte de la pulsión sexual masculina, que «es considerada como algo que debe exhibirse libremente, dentro de los límites sin embargo de las costumbres sociales y de las leyes que enmarcan la protección de la vida y de los bienes». Mostrando la contraparte, en el caso de las mujeres, se conserva «un nexo privilegiado con el amor, aman el amor, manifiestan un interés mucho más marcado que los hombres por los discursos, los sueños y los secretos relativos al corazón» (Lipovetsky, 2007: 26).

Por tanto, existen ciertas pautas de comportamientos socioculturales en la sexualidad masculina que deben ser replanteados, ya que como se muestra en el cuadro 4, existen lo que Benno de Keijzer llama mensajes que terminan por manifestarse en la sexualidad masculina, que serán indicadores básicos en el análisis de las entrevistas.

Cuadro. 4 - Mensajes que se Manifiestan en la Cultura Masculina

MENSAJES QUE TERMINAN POR MANIFESTARSE EN LA SEXUALIDAD MASCULINA	
<i>MENSAJES</i>	<i>MANIFESTACIONES</i>
1- Las expectativas de autoridad y servicios sobre las mujeres.	En el control de la sexualidad femenina y en la expectativa de servicio cuando conformamos nuestra pareja.
2- La relación con otros hombres suele estar mediada por la competencia.	En el deporte, el ámbito escolar y las supuestas hazañas sexuales.
3- La educación sentimental.	En la forma en cómo enseñan a reprimir o disminuir ciertos sentimientos, sentimientos humanos, ni masculinos ni femeninos, como la tristeza o el miedo. La violencia, en cambio, sí puede salir.

Fuente: Elaboración propia a partir del artículo *Variantes humanistas de una nueva masculinidad*, de Benno de Keijzer. En Ramos Ruiz, Lídice. *Mirando la masculinidad*. Págs. 23- 24.

La dominación masculina en la trata de mujeres para fines de prostitución

Según explica Bauman (2007b: 131): «La separación de la nueva elite global de sus anteriores compromisos con el *populus* local y la brecha cada vez más abierta entre los espacios vitales/vividos de los secesionistas y los que han quedado atrás es, por cierto, el cambio fundamental en el terreno social, cultural y político que se asocia con el pasaje del mundo “sólido” a la etapa “líquida” de la modernidad». De esta manera observamos cómo a los actuales grupos dominantes (androcéntricos) no les importan las mujeres tratadas para fines de prostitución, dentro del ámbito político nacional [de México], donde en tiempo pasado se había hecho un esfuerzo por abolir la esclavitud, y un poco más tarde por otorgarles los derechos ciudadanos básicos a las mujeres.

Actualmente no se le ha dado la suficiente atención al fenómeno de trata de personas, esto se observa en cómo las políticas públicas que se han implementado por parte del Estado no han podido detener el aparente incremento de los casos en México, donde la violencia y violación de

los derechos humanos que existe intrínsecamente en estas prácticas son ejercidas cotidianamente. Incluso es preocupante la falta de concientización ciudadana sobre el tema, donde muchas veces se estigmatiza la supuesta acción de las mujeres por la creencia de haber querido acceder a este negocio ilícito, como se observa en palabras de Emma, una niña entre 12 y 13 años que investigó la periodista Lydia Cacho (2006: 78), que fue engañada, abusada y chantajeada por un pedófilo: *Ahora dicen que nos dejábamos comprar, pero esa gente no entiende nada. ¿A poco los papás o los tíos que dan regalos a sus hijas o sobrinas las compran? No era nuestra culpa, él era el adulto y nosotras las niñas.*

Es importante resaltar esta situación porque parte de la mentalidad social que se tiene de estas mujeres, que no son distinguidas entre trabajo sexual y prostitución forzada, se debe a la lógica patriarcal, donde las mujeres están al servicio de la satisfacción de los “impulsos naturales” del hombre por satisfacer su sexualidad, y es por eso que no se los puede culpar a ellos, que “sólo siguen sus instintos”, en cambio es más fácil pensar que las mujeres son las que “propiciaron” y “accedieron” a esta situación porque ellas *sí pueden negar algo que no les es propio*, o entonces serían “malas mujeres” e “interesadas”.

De esta manera podemos observar cómo el pensamiento dominante androcéntrico y falocéntrico es llevado desde el plano político hasta el social, pasando por el económico, como observa Acharya (2009a: 186): «El hecho de que los objetos de este mercado sean seres vivos, de carne y hueso, no artículos manufacturados, es una cuestión que no importa en lo más mínimo a los mecanismos impersonales del mercado. Si hubiera un argumento para no confiar en el mercado como árbitro de nuestro destino, éste, ciertamente, es uno».

Con todo esto podemos observar que si se pretende entender este fenómeno inhumano y se quiere erradicar, es completamente necesario entender cómo funciona la lógica patriarcal que

establece la dominación masculina y deja vulnerables a las mujeres en general, marginando a aquellas que tienen desventajas sociales significativas de manera personal (ej. económico y educacional) y extra-personal (ej. contexto machista, discriminatorio por raza y etnia, aparte del sexo).

Trata de mujeres para fines de prostitución y sociedades de consumo: relación de ambos objetos de estudio

Dado que las consecuencias no son accesibles a la experiencia ni pueden conocerse en su integridad cuando se pone en marcha la cadena de acontecimientos, cualquier cosa que suceda tiene su importancia, debe importar.

Zygmunt Bauman (2005: 124)

Es difícil observar y limitar tal o cual fenómeno, hecho o teoría, por mencionar algunos análisis o cuestiones de las que se encarga la sociología o cualquier otra ciencia social, mas no es tampoco tarea de ninguna ciencia social explicar a completo detalle todo lo investigado, ya que tal tarea sería monumental e imposible, debido a que esto sólo deviene en conocimiento innecesario para la comprensión de cierta cuestión. No se requiere de todo el saber para comprender algo, pero sí se ocupa cierto nivel de conocimiento y análisis para esta comprensión, o por lo menos para una comprensión correctamente argumentada que pueda sostener un diálogo de diversas ideas y perspectivas; es de esta forma como se quiere llevar este capítulo, para dar a entender que el fenómeno de trata de mujeres en la sociedad de consumo es entendible, pero no es lo primordial para hacer un entendimiento general de éste, sólo es una pieza del rompecabezas, tal vez fundamental y necesaria, pero aun así no es todo el rompecabezas, o mejor dicho, no es toda la imagen con la que se aprecia todo el rompecabezas, por lo que se deben observar las otras piezas que hagan ver el panorama completo de esta problemática social, sin querer desvalorizar su importancia. Porque se observa el daño terrible que causa a las personas inmersas en esta situación inhumana.

Como ejemplo de lo anterior, podemos analizar cómo las sociedades de consumo se rigen por un mercado con ciertas pautas acordes a cada contexto donde se desarrollan. Sin embargo, éste o cualquier otro mercado tienen ciertos lineamientos para los actores que se encuentran en estas sociedades, como explica Bauman (2007a: 23-24):

Primero, el destino final de todos los productos en venta es el de ser consumidos por compradores. Segundo, los compradores desearán comprar bienes de consumo si y sólo si ese consumo promete la gratificación de sus deseos. Tercero, el precio que el cliente potencial en busca de gratificación está dispuesto a pagar por los productos en oferta dependerá de la credibilidad de esa promesa y de la intensidad de esos deseos.

Siguiendo esta línea de analizar el mercado dentro de los actores de las sociedades de consumo. Bautista y Conde (2006: 174) hacen alusión, *desde la perspectiva de los clientes*, al hecho de que la prostitución o el trabajo sexual²⁴ es una relación de intercambio donde se satisfacen por igual las necesidades de la prostituta o trabajadora sexual (ejemplo: el sustento de sus hijos o su ambición de dinero) y las del cliente (su placer sexual), pero ellas van más allá de la visión del consumidor:

De esta visualización del sexoservicio como una relación de intercambio en la que no habría desigualdad de condiciones y en la que cada quien daría lo que el otro necesita, se deriva su justificación y legitimación, puesto que sería una simple relación de oferta y demanda: el de sexoservicio sería un mercado como el de cualquier otra mercancía: “Yo no veo nada malo en el sistema de las sexoservidoras... es un trabajo que ellas realizan, y uno va a ocupar el sexoservicio de ellas... es todo...”.

²⁴ Se plantean las dos acepciones debido a que los clientes que entrevistaron estas autoras no hacen una diferenciación entre los elementos que marcan a cada uno de estos “servicios sexuales”.

Así podemos darnos cuenta cómo hace falta mayor conocimiento y difusión para comprender ciertos fenómenos, tal es el caso de diferenciar la prostitución del trabajo sexual. Donde la mayoría de las personas desconocen sus causas, formas y razones de ser. Poco conocido es el hecho de que millones de personas que ejercen este oficio en todo el mundo, lo hacen por causa de la trata, o sea, en contra de la voluntad de las personas que en su mayoría están integradas por mujeres e infantes (Acharya, 2009a).

Con esta construcción analítica de los hechos, se pueden observar otras situaciones del mismo problema social más fácilmente, como es la cuestión del desempleo que conlleva a la pobreza e influye directamente en la trata de mujeres. Debido a que la pobreza es uno de los elementos básicos responsables de la marginación y vulnerabilidad social, pasando por el sistema patriarcal capitalista en su necesidad inherente de explotar a las personas. Como nos hace ver Zygmunt Bauman (2000: 100-101) indirectamente con el siguiente ejemplo:

La noticia de que entre junio y julio de 1996 disminuyó el número de nuevos puestos de trabajo en los Estados Unidos y se elevó, por lo tanto, el porcentaje de personas sin empleo, apareció bajo el título de “Employment Data Cheer Wall Street” [Las cifras sobre empleo alegran a Wall Street] (en forma coincidente, las acciones de Dow Jones subieron 70 puntos en un día). En el gigantesco consorcio AT&T, el valor de sus acciones aumentó de golpe el día en que sus directivos anunciaron el recorte de 40,000 puestos de trabajo. Y esta experiencia se repite, prácticamente a diario, en todas las Bolsas de Valores del mundo.

De la misma manera, Bauman (2005: 62-63) nos muestra la otra cara de la misma moneda:

En una ponencia con un título contundente, “Demasiada gente rica”, pronunciada en la Conferencia Internacional sobre Población y Desarrollo celebrada en El Cairo del 5 al 13 de

septiembre de 1994, Paul Ehrlich resumía la conclusión del estudio realizado por él y por Ann Ehrlich: “El impacto de la humanidad en el sistema de preservación de la vida en la Tierra no está determinado meramente por el número de personas vivas en el planeta. Depende asimismo del comportamiento de dichas personas. Cuando tenemos en cuenta este comportamiento, surge un panorama totalmente diferente: el principal problema de población está en los países ricos. Hay, de hecho, demasiada gente rica”.

Otra situación que también es parte de la problemática de la trata de mujeres son las cuestiones de los residuos humanos en las sociedades consumistas, donde según Zygmunt Bauman (2005: 18), estos «pesan mucho y para siempre en la líquida, moderna y consumista cultura de la individualización». Es innegable que las mujeres tratadas para fines de prostitución son residuos humanos, porque como dijera Stefan Czarnowski: «La “sociedad organizada” los trata como “gorrones e intrusos, en el mejor de los casos les acusa de tener pretensiones injustificadas o de indolencia, a menudo de toda suerte de maldades, como intrigar, estafar, vivir una vida al borde de la criminalidad, mas, en cualquiera de los casos, de parasitar en el cuerpo social” » (Bauman, 2005: 59).

En ese mismo sentido, podemos observar otras dos cuestiones que se correlacionan con el residuo, estas son el crédito y la deuda, según expresa Bauman (2005: 144), éstas «son comadronas del residuo, y en ese papel radica la causa más profunda de su espectacular carrera en la sociedad de consumo». Y al mismo tiempo con la trata de mujeres, ya que uno de los *modus operandi* de las y los lenones, es endeudar a las mujeres que trabajan para ellos, de tal manera que les cobran todo lo que les dan²⁵ -ropa, comida, servicios médicos, renta- y así les extienden la

²⁵ Françoise Héritier (2007: 289-290) nos ofrece una explicación de la relación entre la figura de residuos humanos y el crédito impuesto a estas mujeres diciendo que: «Esta falla constante del sistema de protección de las jóvenes forzadas a prostituirse y cuyos ingresos son confiscados se debe sin duda a la imposición de la imagen clásica de la “mujer de mala vida” que ha elegido libremente su destino por pereza o por vicio, y que por lo tanto es plenamente

deuda hasta quitarles todo lo que les interesa a ellos -algunos años de la vida de estas mujeres hasta que se devalúan (como a los 25 años) en este mercado siempre ávido de mujeres jóvenes (por lo general niñas de 12 años o menos- (Acharya *et al*, 2011).

Ahora bien, en contrasentido con lo expuesto y para propiciar una reflexión más minuciosa, es indispensable tomar de *cierta forma y bajo ciertas circunstancias* los temas del consumismo y los residuos. Se debe comprender que el fenómeno de trata de mujeres en las sociedades consumistas, como cualquier otro elemento y/o factor de un fenómeno, necesita un tratamiento de análisis particular. Porque como dice Lipovetsky (2006: 37): «no hace falta enturbiar indebidamente el panorama, porque no todo se reduce al puro consumo ni todo es reciclable. Ciertos valores propios de la modernidad, como los derechos humanos, por ejemplo, no se pueden poner en el consumismo puro. Otros valores escapan igualmente al mundo del consumo, como la preocupación por la verdad o las relaciones». Asimismo, el tema del consumo nos ayudará a entender ciertos aspectos clave del fenómeno de objetivización de los cuerpos de las mujeres así como de la trata de mujeres, pero también tendríamos que estudiar los derechos humanos y los derechos de las mujeres, para conocer los tipos de avances que se han dado para la erradicación de este fenómeno, para así no quedarnos sólo en su problemática, sino también tener en cuenta propuestas para su eliminación.

Estos ejemplos denotan claramente cómo más allá de la sociedad consumista se encuentran diversas situaciones que abordan la trata de mujeres, sea directa o indirectamente, por tanto, si se quiere hacer un estudio de dicha problemática social se debe tomar en cuenta los principales factores que lo influyen, entre los que se destacarían como principales: la pobreza, el acceso a la educación –más allá del nivel primaria-, oportunidades *laborales dignas* -que

responsable y condenable por añadidura pues ella es la que pervierte, al ofrecerse a cambio de dinero, a los hombres y jóvenes cuyas necesidades sexuales vuelven vulnerables.

permitan un desarrollo social armonioso y sustentable- y medidas que reduzcan la dominación masculina y el sentido androcéntrico de nuestras sociedades.

Asimismo, es claro que el sistema patriarcal influye en el fenómeno de trata de mujeres como nueva forma de esclavitud mediante el establecimiento de la sociedad de consumo. Y aunque no se pueda entender esta sociedad como inauguradora de tal problemática, porque esta última es un fenómeno multicausal²⁶, sí podemos observar que es una de sus principales catalizadoras bases, porque el tipo de intercambio comercial que se maneja es un consumo frenético llevado al consumismo, mediante una estética de consumo sustituyente de la anterior ética del trabajo –donde el consumir tenía un fin, que era satisfacer una necesidad-.

Pero en esta estética de consumo, la búsqueda del placer hedonista es uno de sus principales fines y medios al mismo tiempo, para un sujeto que deja de verse como un comprador y comienza a ser consumidor y producto de consumo por igual, porque nunca busca satisfacerse con el objeto a consumir, sino que consume éste para buscar luego otro más, porque tal tipo de consumo marca su límite dentro de su ilimitada insatisfacción al adquirir un producto, es por eso que la trata de mujeres hubo proliferado tanto en la cuestión de la prostitución, por la estética de consumo que los clientes tienen al pagar por un servicio sexual, donde la satisfacción nunca será prolongada y siempre se tratarán de obtener diversas experiencias, con diversas mujeres. Igualmente aquí se puede observar cómo se generan los residuos de mujeres en nuestra sociedad de consumidores, donde «es impensable sin una pujante industria de eliminación de residuos. No

26 Esta cuestión de la multicausalidad se refiere a la imposibilidad de encontrar un origen o causa, por no ser un agregado supeditado o determinado por algo. Ejemplo de esto se observa en las mofas que hacía Bronislaw Malinowski a los arqueólogos que elaboraban la historia de las herramientas: «El origen de los caballos puede rastrearse en otros caballos, pero las herramientas no son antecesoras ni descendientes de otras herramientas. Las herramientas, a diferencia de los caballos, no tienen una historia propia. Son, se podría decir, marcas que puntúan las biografías individuales y las historias colectivas de la humanidad: son manifestaciones o sedimentos de esas biografías e historias» (Bauman, 2007b: 17).

se espera que los consumidores juren lealtad a los objetos que adquieren con intención de consumir» (Bauman, 2007a: 37).

También, como lo hace ver Bourdieu (2007: 42) indirectamente en la siguiente cita, podemos encontrar la relación entre la estética de consumo actual de Bauman, con la valencia diferencial de los sexos de Françoise Héritier: «Toda nuestra ética, por no mencionar nuestra estética, reside en el sistema de adjetivos cardinales, alto/bajo, recto/torcido, rígido/flexible, abierto/cerrado, etc., de los que una buena parte indica también unas posiciones o unas disposiciones del cuerpo, o de alguna de sus partes; por ejemplo, la “frente alta”, la “cabeza baja”». Es así como podemos observar cómo van alineándose distintas perspectivas de autores de renombre crítico que aluden a la actual sociedad de consumidores, donde prevalece una estética de consumo siempre en el devenir y por ende con una naturaleza inacabada, que a la par y en mancuerna con nuestras sociedades de corte patriarcal dentro de su sistema binario jerarquizado de dominación masculina, pretende (y logra) objetivizar los cuerpos de las mujeres para transformarlos, en el caso de las prostitutas, en meros objetos que “brindan servicios sexuales”, donde no olvidando la crítica férrea y encrudecida que lanzan muchas feministas, estos cuerpos se convierten en meros depósitos de la necesidad “natural” del hombre. O con palabras más propias, en depósitos de la supuesta necesidad que es naturalmente construida por el sistema patriarcal a través de la dominación masculina, y reproducida en este caso por el sexo masculino.

Por último, se debe hacer incapié en la necesidad primordial de trabajar esta cultura patriarcal insertada y revitalizada por los nuevos procesos y/o dinámicas del capitalismo. Donde las mujeres prostituidas son vistas como un objeto del consumismo sexual y no como una persona igual que deba respetarse y verse como un sujeto social. En esa línea, como señala la Alianza Global contra el Tráfico de Mujeres (Acharya, 2009b: 317-318), en su libro *Human Rights in Practice, a guide to Assist Trafficked Women and Children:*

Existe una cultura mundial sobre la explotación sexual, a través de la cual se cree que los cuerpos de las mujeres son meros productos de consumo. Son los hombres los que ocupan un lugar preferente en la toma de decisiones importantes, en todas las instituciones (sociales, políticas y religiosas) que organizan y controlan a la sociedad. A través de este poder institucional, los hombres crean la cultura, aprueban las leyes e implementan políticas —al servicio de sus intereses— para controlar a las mujeres y a los niños en la esfera pública y privada.

Es así como la trata de mujeres se torna en un fenómeno mundial, desarrollándose sus actividades a escala nacional e internacional, dentro de las sociedades de consumo que tienen un corte patriarcal y una visión androcéntrica y falocéntrica (Acharya, 2007; Acharya & Salas, 2008; Cacho, 2010; Coddetta, 2009; Hérítier, 2007; Jeffreys, 2011; Ulloa, 2008).

CAPÍTULO III

LA OBJETIVIZACIÓN EN LAS SOCIEDADES DE CONSUMO: EL CASO DE LAS MUJERES TRATADAS Y LA VISIÓN MASCULINA DE LA OBJETIVIZACIÓN DE LOS CUERPOS DE LAS MUJERES

Bajo lo novedoso prosigue lo antiguo.

GillesLipovetsky (2007: 271)

Las actividades nobles y valoradas son las que ejercen los hombres; las funciones subalternas y despreciadas, por el contrario, están destinadas a las mujeres.

GillesLipovetsky (2007: 98)

A lo largo de esta investigación se han intentado mostrar diversas cuestiones que objetivizan los cuerpos de las mujeres en las sociedades consumistas contemporáneas; se ha visto cómo las dinámicas de objetivización han cambiado de forma pero se han mantenido sus invariancias; de cómo actualmente las mujeres siguen siendo vistas como un objeto de placer y una mercancía sexual, especialmente en una de sus formas más exacerbadas de esta objetivización, como son las mujeres tratadas para fines de prostitución. También se han analizado las sociedades patriarcales con su sentido androcéntrico y las sociedades consumistas con su estética de consumo, y cómo ambas han propiciado la apoteosis de las violencias y discriminaciones contra las mujeres de nuestros tiempos.

De tal forma, el presente capítulo tiene como intención, en el primer apartado, tratar de abordar más a fondo el entendimiento y construcción del concepto *mujeres objeto del consumismo*; y en el segundo apartado, aplicar este concepto en el análisis de las entrevistas hechas a mujeres sexoservidoras que pasaron por una trata y a hombres de las principales zonas metropolitanas de México [D.F., Guadalajara y Monterrey] que acuden a lugares donde se vende el servicio de las mujeres.

De esta manera, se podrá observar más claramente cómo se manifiesta la estética consumista en estos hombres nacidos en las principales zonas metropolitanas del país, donde su desarrollo de vida será manifestado con claridad en las experiencias obtenidas de estas sociedades consumistas. Por otro lado, la intención de haber realizado las entrevistas a las mujeres que pasaron por una situación para ser prostitutas, es observar cómo han vivido e internalizado esta objetivización. De esta manera es como se pretenden realizar estos ejercicios de análisis.

Objetivización de los cuerpos de las mujeres y el objeto de consumismo

La característica más prominente de la sociedad de consumidores [...] es su capacidad de transformar a los consumidores en productos consumibles.

Zygmunt Bauman (2007a: 26)

Al igual que la valencia diferencial de los sexos, que «es un fenómeno tan masivo que se vuelve invisible, como un dato natural no cuestionable, a pesar de que no es natural y puede ser cuestionado» (Héritier, 2007: 178), las dinámicas de objetivización en las mujeres se han vuelto una situación que parece oculta y aceptada en el imaginario de los actores sociales. Ejemplo de esto nos lo muestra Pierre Bourdieu (2007: 30) cuando habla de la relación de los cuerpos de las mujeres con lo monetario, explicando que «al hacer intervenir el dinero, un determinado erotismo masculino asocia la búsqueda de la fuerza al ejercicio brutal del poder sobre los cuerpos reducidos a la condición de objetos». Asimismo, Néstor García Canclini (2009: 69) nos explica que:

La confrontación de las sociedades modernas con las “arcaicas” permite ver que en todas las sociedades los bienes cumplen muchas funciones, y que la mercantil es sólo una de ellas. Los hombres intercambiamos objetos para satisfacer necesidades que hemos fijado culturalmente, para integrarnos con otros y para distinguirnos de ellos, para realizar deseos

y para pensar nuestra situación en el mundo, para controlar el flujo errático de los deseos y darles constancia o seguridad en instituciones y ritos.

En este sentido, García Canclini(2009: 64) nos dice que «además de ser útiles para expandir el mercado y reproducir la fuerza de trabajo, para distinguirnos de los demás y comunicarnos con ellos, como afirman Douglas e Isherwood, “las mercancías sirven para pensar”»²⁷. De esta manera debemos pensar sobre cómo las mujeres son vistas como *objetos de consumismo*, sobre cómo son despojadas de su derecho humano a ser sujetos y sobre cómo son puestas bajo funciones que objetivizan sus cuerpos a meros objetos reproductivos, objetos para satisfacer el placer y mercancías sexuales.

Sobre este último tipo de objetivación, Acharya (2009a: 61)citando a GAATW, dice que «existe una cultura mundial sobre la explotación sexual, a través de la cual se cree que los cuerpos de las mujeres son meros productos de consumo». Donde, al igual que la lógica de las sociedades de consumo se encuentra en el fenómeno de trata de mujeres, asimismo, lo hace la lógica del capitalismo, ya que es bien conocido como este mercado de mujeres tratadas existe debido a la existencia de una demanda, dígase, debido a hombres en busca de un “servicio sexual” de mujeres [que están contra su voluntad]. Aunque es cierto que muchas veces los hombres que acuden por uno de estos “servicios” piensan que es un *servicio prestado* por una mujer que así “lo desea”, “lo quiere” o simplemente “le gusta el dinero”. Cabe aclarar que esto no justifica de ninguna manera la trata de mujeres con fines de prostitución permitida en las sociedades patriarcales, consumistas, con mentalidades androcéntricas bajo una estética de consumo,

²⁷Gayle Rubín (1986: 99) nos da una perspectiva más amplia de las finalidades del proceso de objetivización en el sistema capitalista cuando cita a Marx: «El resultado del proceso de producción capitalista no es ni un mero producto (valor de uso) ni una *mercancía*, es decir, un valor de uso que tiene valor de cambio. Su resultado, su producto, es la creación de *plusvalía* para el capital, y por lo tanto la real *transformación* de dinero o mercancía en capital” ». De esta forma, la autora nos muestra indirectamente por qué es importante comprender que los cuerpos objetivizados de las mujeres tratadas para fines de prostitución, se tratan como una mercancía que beneficia a los explotadores de estas mujeres.

encontrada en cualquier tipo de país moderno [sea catalogado como desarrollado o subdesarrollado]. Incluso es necesario señalar que no hay justificación legítima para esta explotación, debido a que si queremos buscar la igualdad, la justicia y la libertad entre las personas, debemos mantenernos siempre dentro del marco de los derechos humanos para la salvaguarda de la dignidad humana.

Ya los trabajos antropológicos, sociológicos e históricos; incluso los sociolingüísticos, económicos y políticos, que tienen perspectivas de género, nos demuestran que no existe algo natural y/o inmanente en el sexo masculino que lo conlleve a la necesidad de “satisfacer” su impulso sexual sobre un cuerpo femenino. Ese tipo de ideas son solamente construcciones socioculturales que la humanidad ha creído ciegamente, llevándonos a situaciones que provocan horror, como el hecho, bien documentado, de que muchas de las personas que son usadas en la explotación sexual sean menores de edad, llegando hasta niñas y niños de cinco años, o en casos más extremos menos (Aggleton, 2004; Azaola *et als.*, 2003; Bourdieu, 2007; Cacho, 2006; Coddetta, 2009; Delgado, 2009; Donoso 2002; Finkelhor, 2005; Heritier 2007; Lipovetsky, 2007; Martínez, 2009; Szasz, 2004).

Mary Robinson (Chiarotti, 2003: 25), al igual que Acharya (2009a), han declarado que «la prostitución y el tráfico de mujeres, niñas y niños es una forma moderna de esclavitud», esto nos indica que existen factores modernos que influyen en el proceso de desarrollo de este fenómeno. Como se ha señalado en este trabajo, se ha observado que las sociedades consumistas son uno de esos factores que repercuten en la trata de mujeres, principalmente en lo referente al tipo de objetivación de las mujeres, haciéndolas *objeto del consumismo*. Acharya (2009a: 148) nos dice en una de sus conclusiones sobre esta nueva forma de esclavitud, que «por los diferentes tipos de violencias físicas y sexuales: la discusión antes dicha trae un mensaje claro, las mujeres [explotadas sexualmente] fueron tratadas como un objeto».

Pero, ¿realmente existen transformaciones de los procesos de objetivización femenina en las sociedades de consumo? o ¿sólo se están tratando de enmarcar los modelos consumistas en la objetivización de trata de mujeres? La mejor manera de responder a estas interrogantes es analizando tres aspectos de los objetos:

- *El primero es el objeto en interacción con los sujetos:* donde Rosario Castellanos (2009: 124) nos explica cómo «los objetos en los cuales los seres vivos encuentran aquello que colma sus vacíos, aquello que favorece sus propósitos o que calma sus apetitos, son los objetos de los que los seres vivos inconscientes se sirven, son los objetos de los que los seres vivos y dotados de la capacidad de hablar, además de servirse, designan como valiosos» [digamos que aquí inicia el lenguaje];
- *El segundo es el objeto en interacción con nuestros tiempos:* Aquí Néstor García Canclini (2009: 69-70) nos dice que en nuestra época «los objetos tienen una vida complicada. En cierta fase son sólo “candidatos a mercancías”, en otra pasan por una etapa propiamente mercantil y luego pueden perder ese carácter y ganar otro» [donde no hay forma de saber a dónde irán a parar, como las mujeres entrevistadas];
- *Y el tercero es el objeto definido en las sociedades consumistas:* Sobre esto, Roland Barthes (1990) menciona que «el objeto se define ahora principalmente como un elemento de consumo: cierta idea del objeto se reproduce en millones de ejemplares en el mundo, en millones de copias: un teléfono, un reloj, un bibelot, un plato, un mueble, una estilográfica, son verdaderamente lo que de ordinario llamamos objetos; el objeto no se escapa ya hacia lo infinitamente subjetivo, sino hacia lo infinitamente social» [es aquí donde la objetivización se hace presente, debido a su socialización global].

De esta manera, podemos observar distintas interpretaciones del sentido de los objetos, principalmente, aquellas que son más acordes a nuestras sociedades contemporáneas, donde ahora son socializados dentro de los parámetros consumistas. Pudiéndose ver estos parámetros como un consumo exacerbado. De esta manera, aparte de reflexionar lo ya mencionado a lo largo del trabajo, nos queda claro que sí existen transformaciones en los procesos de objetivación de las mujeres tratadas para fines de prostitución, donde sus cuerpos quedan como mercancías a merced de este mercado de objetivización corporal femenina. Donde estos cuerpos son “rentados” por sujetos regidos en esta estética de consumo y visión androcéntrica, tratándolos como otro producto más que se ofrece en este mercado globalizado. Es de esta manera como los objetos de consumo nos ayudan a pensar, y a observar, que estas mujeres son objeto del consumismo.

Sociedades consumistas, objetivización del cuerpo de las mujeres y mujeres tratadas

En este último apartado de la investigación realizada se expondrán los análisis de las entrevistas hechas a mujeres prostituidas y la percepción de los hombres que acuden a lugares donde se ofrecen servicios sexuales. Las entrevistas de las mujeres servirán para establecer la percepción social que ellas asimilan, sobre las violencias y discriminaciones que han vivido en su vida para así poder establecer la situación en el contexto nuevoleonés²⁸, esto nos servirá para poder contestar la segunda pregunta de investigación y verificar la segunda hipótesis:

- PI: ¿Cómo perciben la objetivación de sus cuerpos uno de los grupos de mujeres más vulnerables, como las mujeres tratadas para fines de prostitución, en estas sociedades?;
- H: El nuevo tipo de objetivación de los cuerpos de las mujeres construido por las nuevas formas de relaciones sociales en las sociedades de consumo, pueden crear un sufrimiento

²⁸Debido a cuestiones de tiempo y falta de contactos en las otras zonas metropolitanas, no se pudieron realizar entrevistas a mujeres, es por eso que solamente se tomarán en cuenta para razón de sus vivencias en cuanto a discriminaciones y violencias vividas. Se toma en cuenta que un análisis comparativo es imposible realizarse con la información obtenida.

social en los grupos de mujeres más vulnerables, como son las mujeres tratadas para fines de prostitución.

Por otra parte, los cuestionarios a los hombres nos servirán para comprobar la primera pregunta de investigación y verifica la primera hipótesis:

- PI: ¿Cuáles son las formas de objetivación de la visión de dominación masculina sobre los cuerpos de las mujeres en las sociedades de consumo de México?
- H: Actualmente, ha habido un cambio en el tipo de objetivación de los cuerpos de las mujeres construido por las nuevas formas de relaciones sociales que se circunscriben en las denominadas sociedades consumistas.

Cabe aclarar que en el análisis se separarán los dos sujetos tomados en el estudio, porque éstos tienen intenciones de investigación distintos: donde la cuestión de los varones se encargará de observar la objetivación que se tiene sobre los cuerpos de las mujeres en las sociedades de consumo mexicana, pudiendo apreciar la mezcla de discursos que obedecen a la dominación masculina y a la apertura democrática e individualista; y donde las palabras de las mujeres nos mostrarán el entorno en que viven y cómo lo asimilan, haciendo de sus vivencias una muestra clara de los extremos de la objetivación que sufren. Aun así, ambas son parte de una misma cuestión complementaria. A continuación, se expondrán algunas referencias de las personas entrevistadas que nos servirán para conocer mejor el perfil de los sujetos de estudio:

En el caso de las mujeres, éstas se nombrarán como Julia y Citlali que entraron a los 14 años por sus supuestos novios; Berenice y Verónica que entraron a los 17 años por amistades; y Rubí, que entró por su hermana recién cumplidos los 18. También, se debe decir que de las cinco mujeres entrevistadas cuatro tienen hijos, sin embargo, esto significa que la mayoría de las mujeres están en esta situación de madres, porque cuando se preguntó acerca de cuántas mujeres

trabajan teniendo infantes, en el caso de las compañeras de trabajo, se dijo que no todas tenían hijos, aunque no se precisó si la mayoría. Por último, es de mención que dos entrevistas fueron realizadas en una zona llamada la coyotera; dos en una zona llamada reforma; y una por la zona de colón, al nivel de la central de autobuses de Monterrey. Todos estos lugares se encuentran en el municipio de Monterrey.

Por último, debe señalarse que de las cinco mujeres sólo cuatro pasaron por una situación de trata al ingresar a este mercado de explotación, ya que Rubí podría considerarse una trabajadora sexual debido a que nunca estuvo trabajando contra su voluntad, sin embargo, sería muy interesante ver la situación anterior de las compañeras de trabajo del lugar donde labora, porque si bien no se le obliga a las mujeres a prostituirse, parecería que muchas de ellas sí pasaron por una situación de trata, debido a que varias de las compañeras de Rubí las obligaron a prostituirse desde muy jóvenes. También es de mencionar que se tomará el testimonio de esta mujer porque servirá para observar dinámicas de violencia que ha sufrido en su vida y como trabajadora sexual.

Hubo dos mujeres que pasaron por trata por medio de coacción y tres que fueron introducidas a este negocio por medio de amistades y familiares a manera en que se les hizo ver que este negocio les brindaría mucho dinero, y aunque eso podría interpretarse como una trata, lo ideal era buscar mujeres que comenzaron a una edad de entre 12 y 15 años. Sin embargo, fue muy difícil obtener este tipo de información antes de aplicar las entrevistas, y se optó por mujeres jóvenes. Donde casualmente la más joven, Rubí de 18 años, era la que había entrado con más edad, recién cumplidos los mismos 18 años.

En el caso de los varones, el perfil que se maneja es el siguiente: poco más del 80 por ciento tiene una edad que oscila entre los 20 y los 35 años; todos tienen por lo menos 2 años

viviendo en alguna de estas tres zonas metropolitanas; siendo que poco menos del 90 por ciento nació en zonas urbanas. Por otro lado, poco más del 95 por ciento son heterosexuales; e igualmente, poco más del 95 por ciento ha estado en un lugar donde se ofrezcan servicios sexuales.

Finalmente, se quisiera expresar que hubo mucha dificultad para encontrar a sujetos varones que cumplieran con el *perfil mínimo establecido*, que sería una alta frecuencia en la asistencia a lugares donde se ofrezcan servicios sexuales. Cerca de uno de cada 5 a los que se les quería aplicar la encuesta negaban haber visitado estos lugares, por tanto, no se les pudo aplicar debido a que era un requisito básico.

El caso de las mujeres tratadas para fines de explotación sexual

Como ya se expuso, es obvio que en la actualidad las mujeres que realizan un servicio sexual siguen siendo discriminadas y violentadas. Esto se observa de forma brutal en aquellas que fueron tratadas, donde sus derechos son sobajados para llenar las ambiciones monetarias de los esclavistas, que son auspiciados por los *gobernantes preciosos*²⁹. También se ha observado que las sociedades actuales siguen obedeciendo las intenciones de la dominación masculina. Y cuando estos elementos se juntan, puede convertirse la vida de una mujer en un residuo más del orden establecido, como lo muestra Héritier (2007:Pág.264):

Así, una corte de apelaciones de Dubai redujo la condena de un violador pues su víctima de once años “lo había tentado con su comportamiento ligero”; un tribunal italiano dejó en libertad al asesino de una prostituta kenyana cuyo cuerpo tiró a la basura, pues era un caso “en el que la justicia debe dar prueba de compasión” y en el que “seguir con la detención [...] no tiene sentido”. Por el contrario, durante el entierro de la “reina de las casas

²⁹En alusión al gobernante del estado de Puebla, Mario Marín Torres. Que estuvo inmiscuido en el caso de la periodista Lydia Cacho cuando ella denunció al empresario pedófilo, KamelNacif.

cerradas”, organizadora de placeres lícitos, el presidente de la Cámara de Comercio de Estambul y procurador de la República hizo mandar flores y coronas: ella había sido una fiel proveedora y una aliada del orden establecido.

De esta manera se puede pensar que las mujeres que trabajan en el “sexoservicio” en el Estado de Nuevo León, ya sea como trabajadoras sexuales o prostitutas, también viven problemáticas encausadas por la sociedad [consumista] y cultura [patriarcal], donde el consumismo funge como una nueva forma de objetivizarlas. Y también, donde ellas están muy ocultas a la mercadotecnia de las grandes campañas publicitarias que hacen de las mercancías, como las que aparecen en la televisión, indispensables para la satisfacción de la estética consumista de los sujetos, aunque muy visibles en su sentido de mercancías dispuestas al mercado del hombre dominante o el cliente que paga por sus servicios. Donde la cultura es la manifestación de este poder masculino con sus violencias y discriminaciones, como lo hacen ver Verónica, Citlali y Berenice:

- Verónica: *[violencia] por mi pareja y discriminación por parte de la gente. Sí, o sea, hay gente que pasa y nos pasa ofendiendo, o bajan en coches y nos avientan cerveza, huevos.*
- Citlali: *Sí, mayormente sí, pos nos dicen de cosas, no así, muchas veces no son los clientes ¿no?, son de los que pasan, o sea, pasan en carros y nos dicen de cosas, y como yo siempre estoy con los jotos, me fascina estar con jotos, pues sí, se me arma pendejada y media ¿verdad?, son hombres, los que nos agreden son hombres.*
- Berenice: *pues para mí no es muy agradable trabajar aquí y..., y pase la gente y empiece, que te digan –ay...-, porque lo dicen –ay, mira, está tan bonita y, están bonitas y se echan a perder, pues ya están... perdidas-, pero no, por eso también te digo, pues no te puedo decir, no está también ni tan mal, como sea estás saliendo adelante.*

En ese aspecto, la sociedad es como se va formando ideas de estas mujeres, que llegan a tacharlas como algo fuera de los valores, que en la cultura mexicana se llevan en mucho grado por el sentido religioso: *y aún creo en Dios, porque una vez pasa un muchacho, oigan dice, -¿y ustedes creen en Dios?-, obviamente que creemos en Dios, no somos del diablo, no somos tan malas, también tenemos familia, también tenemos hijos, también sentimos* (Verónica). También se encuentra cuestiones de estigmatización que les llegan a afectar en su vida personal: *yo decía –es mi tío ¿no?, y pos cómo me está ofreciendo pa´ que-, o sea, me meta con él verdad, o sea, me ofrecía dinero para que me metiera con él, y no. O sea, casi por eso no convivo con la familia de mi mamá* (Julia).

Otra cuestión que acompaña a este ambiente son las violencias laborales que llegan a ser algo común, debido a que la relación con sus clientes, se maneja bajo la dinámica de que ellas como objeto del consumismo les pertenecen por el pago hecho, y por tanto deben de satisfacer los placeres que ellos “merecen” en esta transacción, donde sino se alcanza dicha satisfacción se llegan a desquitar violentamente con ellas:

- Rubí: *Pues esos que te quieren pegar porque no les quieres hacer lo que ellos te piden. Te quieren pegar, pero, ya ves, uno... grita –ah...-, y te pasa y ahí viene. No sé, si me va a tocar uno, no sé, y quién sabe, con el tiempo.*
- Verónica: *Que entre con un cliente y me golpeó, me dio uno en la cara. Pero estaban dos chicas como, has de cuenta, son los que, están los cuartitos, entonces se escucha ¿no?, o te das cuenta, o ya ven que como, que algo anda mal y entraron dos muchachos a defenderme. Pos si, te arriesgas, desde que te pase algo, con algún cliente que se..., que porte un arma o algo así, a que te contagien de alguna enfermedad.*

También en nuestra cultura existen ciertas prácticas que se llevan en ciertos lugares, que hacen a las mujeres ser tomadas como parte de la sociedad mientras dependan de un hombre, porque ellas solas no pueden ser consideradas como un sujeto social independiente debido a la obligación cultural de tener una pareja masculina que las respalde. Y aunque no se alcanza el estatus de sujeto, el hombre les da la posición social que necesitan para relacionarse como mujeres con su entorno. *Estuve con él y después tuve una hija, con él tuve una hija, él decidió dejarme, se separó de mí totalmente, y yo..., y yo pues, sin saber qué hacer con mi hija, me fui a México. Me llevé a mi hija, y lo único, porque perdí el apoyo de mis papás. Porque allá (Monchis, Sinaloa) una mujer que no tiene marido, y si platica con alguien, la toman como loca, y ya lo es, por eso. Y ya, yo llegué a México y trabajé (Berenice).* Esta situación hizo que Berenice tuviera que conseguir un sustento con el cual pudiera mantener a su hija, lo cual la llevó a mantenerse en la prostitución donde una amiga la había ingresado, ya que su grado de estudio (primaria) no le alcanzaba para conseguir un trabajo con el salario suficiente para subsistir y desarrollarse con su hija.

Se ha comprobado que las mujeres que fueron tratadas para fines de prostitución, e incluso las trabajadoras sexuales, han pasado por cuestiones de violencias antes de ser tratadas, ya sea por su familia, sus amistades y/o su pareja:

- Citlali: *Mi esposo me maltrataba mucho, mucho, demasiado, demasiado maltrato; me golpeaba demasiado, pero bastante.*
- Verónica: *Violación sexual no, pero violación, violación en el aspecto, por ejemplo, eh..., moral, o sea de, humillación, podría ser, o autoestima, pos hasta los del suelo ¿no?, golpes, o sea, fue de ese tipo de violencia, psicológica.*
- Rubí: *Me pegaba. O sea, me pegaba y por eso ya, no éramos casados pues, y tomé fácil ya dejarlo, así. Yo coneja (quiere decir pendeja) estoy viviendo con él, como quiera hay varios, y*

muchos. Sí me maltrataba ¿me decía cosas? Bueno, él, o sea, sinceramente sí, él era, drogadicto. O sea, de una manera, así, como dice, fumón ¿no?, y llegaba, a las dos, tres, cuatro de la mañana, cinco. Nada más se lleva a puro pelear. Ella era muy celosa. Aja, me pegaba y me maltrataba, pero nada de eso, de violar, así, que me le daba a las personas. Sí, a ofender no, pegaba y llegaba a hospital, quiero decir. Y bueno, como le digo, era muy celoso. Me invitaba a salir, pero nomás me tardaba tantito, y luego él seguido me gritaba, y nomás de repente cuando sentía me pegaba.

Asimismo, la violencia y el engaño al ingresar en este negocio ilícito es algo común para estas mujeres, que viven bajo la explotación de un lenón que sólo quiere obtener dinero por la venta de su cuerpo: *y luego este, pos si verdad, fui la primer, el primer día sí fui y todo, vedad dije, no pos, pos ya después no me gusto y no quise ir, pero con el chavo con el que yo andaba, pos, o sea, ya era de..., de a fuerza no. O sea, sí, o sea, con el chavo que yo vivía, pus era de que, tenía que ir a juerzas y como él era un poco..., era mayor que yo, él tenía dieciocho-diecinueve, cuando yo me fui con él, entonces ya era de..., de a juerzas, y pos sí me daba mi maltrato y todo, y pos quitarme dinero (Julia).*

Ya habiendo observado éstas situaciones de violencias y discriminaciones, sería importante observar una cuestión que concierne en cuanto a los estigmas que existen sobre estas mujeres en cuanto a la maternidad. Mucho se dice que porque ellas son un mal para la sociedad e incluso para sí mismas, no servirían para ser madres por su ritmo de vida y elementos que la acompañan (como la propensión a los vicios). Y aunque en parte esto se pueda observar y se encuentren casos, no se puede generalizar debido a que las mujeres que trabajan aquí las mueven distintos motivos, donde uno de sus principales puede ser el desarrollo de los hijos -si los tienen-, incluso cuando éstas sean tratadas:

- Citlali: *No sé, pos los quiero bastante, mucha gente dice –ay, pinche vieja no los quieres, equis-, pero sí los quiero, como no tienes una idea, pero pasan muchas cosas, ya de a tiro, muy, muy privadas de uno, pero no hay día que no me acuerde de ellos.*
- Verónica: *Y pues ahorita, mi única mi hija, que esto, para mi hija, que aquello, para mi hija, o como te repito, si yo siento que ya es justo que..., bueno no, necesario que yo ya no, no viva así, porque pos, los niños crecen y no toda la vida se les engaña, y yo quiero que ella tenga otro concepto de mí.*

Igualmente Berenice y Citlali mencionaron que ellas harían todo por sus hijos y que les mandan dinero.

Para finalizar esta parte de las entrevistas, primeramente se mencionará que se ha contestado claramente la forma tan estigmatizada y discriminada en como esta sociedad percibe a estas mujeres, y también viendo que las mujeres se perciben como propensas a violencias y discriminaciones, se podrá concluir, en segundo y último lugar, con las siguientes palabras de Verónica, que nos servirán para reflexionar mejor cómo podemos construir una nueva mirada a esta situación tan degradante, indigna, y violentadora de los derechos humanos:

Pues pediría, pedir un poco más de comprensión y respeto para mí y para mis compañeras, que no hubiera tanto machismo, porque hay unos hombres que entran con nosotras, a veces, se portan mal. Pediría más oportunidades, por ejemplo, al gobierno, que... pues... que, no sé, alguien que, que pudiera ayudarnos, de alguna manera, no que nos den, porque nadie te da a cambio de nada, pero ver manera de que, a lo mejor, algún programa, para que pudieran chance de tener una casa, irla pagando, guarderías para las que tienen hijos, aquí, por ejemplo, chicas que tiene a sus bebés aquí, poner una guardería, porque luego te piden mucho requisitos, o tienes que estar por parte de lo que tienes que estar trabajando.

Entonces, ya por parte del seguro, es como te dan chance de tener una guardería pero, pos como nosotras aquí no tenemos, ni seguro, ni nada de eso, pos no tenemos, acceso a ese servicio.

Pos sí nos sentimos mal, pero por ejemplo, temen a lo mejor porque no conocen, o piensan que en verdad es muy fácil o que, o que nos gusta estar aquí, por eso nos insultan, porque no conocen, porque no conocen nuestra vida, pienso que es ignorancia. O sea, te digo, ignorancia en el sentido de que piensan que es porque nos gusta, por eso nos ofenden, porque piensan que a nosotras nos gusta estar aquí, metiéndonos con los hombres ¿no?, pero realmente no es el poder. Igual y si ellos conocieran nuestra vida, pues, obviamente que no van a decir -no pos sí está bien-, pero habría un poco de respeto.

La percepción de dominación masculina

En esta parte se expondrán distintas cuestiones que hacen del imaginario del hombre consumista, propio de una estética del consumo que propicia una objetivación de las mujeres prostituidas como una mercancía del mercado sexual. También se quisiera aclarar que si bien es imposible generalizar las percepciones de estos individuos, sí se pueden mostrar tendencias sobre estas percepciones dentro de las representaciones sociales que estos individuos tienen dentro de la manera en como construyen sus discursos. Por tanto, la esencia de esta parte de la investigación será mostrar los distintos argumentos que los sujetos dan sobre el porqué los cuerpos de las mujeres y su feminidad las enmarcan dentro de este sistema binario jerarquizado a través de la valencia diferencial de los sexos, donde las construcciones simbólicas de su cultura y sociedad permiten objetivizar sus cuerpos y explicar lo femenino como algo naturalizado por su misma cotidianeidad.

De esta manera, debe señalarse que la confianza puesta al siguiente análisis, no implicará poder explicar todas las aristas de esta objetivización, sino poder abordar de manera concisa y directa, mediante los discursos y tendencias de los hombres, los procesos y dinámicas que la masculinidad patriarcal, aunada a su estética de consumo, trae en las personas [de sexo masculino].

Eso no significa que el siguiente análisis sea superficial o poco representativo, sino que debe entenderse como un ensayo clave o una investigación exploratoria para este tipo de estudios, el cual podrá dar un entendimiento más sistemático y crítico. Pero dicho de manera más delimitada, esto nos permite crear un catalizador para impulsar más investigaciones sobre esta problemática social en el país, porque se debe hacer mención sobre la dificultad de encontrar bibliografía de la sociedad de consumo en México, a lo más que se llegó fue a obtener cuestiones de mujeres y consumo (en su sentido estricto, no el consumismo) en el aspecto laboral, pero nada de hombres, consumo y/o consumismo. Por lo que, si bien parecerían muy pretensiosas las aseveraciones hechas a continuación en cuanto a generalizar a todos los hombres en México, lo cual no se pretende, sí se quiere decir que esto será una base para entender el fenómeno, para comprender las implicaciones que pueden haber en torno a la problemática y sobre todo, para abrir las discusiones científicas.

Ahora, para comenzar el análisis de los cuestionarios a varones, primero se desean señalar 11 puntos significativos sobre el perfil de los encuestados:

1. Se encuestaron un total de 217 personas del sexo masculino de todas las zonas metropolitanas del país [Cd. de México, Guadalajara y Monterrey], con un promedio de 70 cuestionarios por Zona Metropolitana.
2. Poco más del 80 por ciento tiene la edad promedio entre 20 y 35 años.

3. Toda la muestra tiene por lo menos 2 años viviendo en alguna de estas tres zonas urbanas.
4. El 95 por ciento son heterosexuales³⁰.
5. El 95 por ciento ha estado en un lugar donde se ofrecen servicios sexuales.
6. Poco más de tres cuartas partes dice pertenecer a la religión católica.
7. Poco más de dos terceras partes son solteros y no tienen hijos.
8. Existe una variabilidad en cuanto al grado de estudios, más de dos terceras partes pasan el grado de preparatoria, sin embargo encontramos con que existen sujetos que ni siquiera terminaron primaria.
9. El 95 por ciento conoce los centros comerciales, en su mayoría los visitan para ir al cine, comer, comprar su mandado y comprar ropa. Tienen una frecuencia de visitarlos, por lo menos una vez cada quincena.
10. La mitad de las personas encuestadas opinan querer productos de marca, principalmente cuando se trate de cosas para uso personal. La otra mitad dijo no interesarse o fijarse en ello.
11. Dos terceras partes mencionaron pertenecer a alguna red social aunque su uso es muy disperso, llegando a usarse desde una hora semanal hasta las 24 horas del día por estar conectados siempre por su celular. Sin embargo sí se pudo identificar que la gran mayoría (digamos cuatro quintas partes) tienen una idea de estas redes sociales y su manejo.

Ahora bien, entraremos al terreno de su percepción sobre las mujeres en los medios de comunicación. Para esto se abordó el tema de la televisión, donde el 95% están familiarizados con la televisión y poco más de la mitad la ve por lo menos unas 10 horas a la semana. Sin

³⁰ El 95 por ciento será tomado como el máximo de aceptabilidad para dejar un margen de error típico del 5 por ciento según las sugerencias hechas al revisar la encuesta.

embargo, poco más del 90% opinan que la televisión muestra mujeres que no coinciden con la realidad, diciendo que muestran mujeres: *perfectas, muy bellas, hermosas, exuberantes*. Asimismo, esta cantidad opinó que debían incluirse todos los tipos de mujeres en los medios de comunicación, aunque hubo quienes dijeron que eso no debía ser así porque la televisión *es un negocio y un espacio privado*. Esto nos muestra por un lado, como se hace obvio esta objetivización de los cuerpos de las mujeres, donde se muestran sólo unos tipos de mujeres que al mismo tiempo se manejan como una especie de *línea de productos*, e incluso entramos a la cuestión de la cosificación de sus cuerpos cuando las imágenes mostradas son para presentar sólo partes de los cuerpos de estas mujeres, mutilando incluso su aspecto humano, y ya no transformando sus cuerpos sólo en objetos sino en piezas que se pueden adquirir, objetos que pueden dividirse a razón de las “necesidades” contraídas por los hombres (Sáez, Valor-Segura & Expósito, 2012).

Otro punto a tomar en cuenta es sobre los ideales de pareja que tienen estos varones. Una tercera parte mencionó que tenía un ideal de pareja, el resto dijo que no o ni siquiera había pensado en esta cuestión. Enfocándonos en esta tercera parte³¹ podemos observar que este ideal responde muchas veces al estereotipo de los medios de comunicación. Debido a que hubo respuestas donde mencionaban que sus parejas debían de ser *bonitas y con tez blanca*. Después cuando se les preguntó por qué este era su ideal de pareja, se dijo que *por costumbre* o así *les gustaba*. De cierta forma vemos cómo se van reproduciendo comportamientos adquiridos por los medios de comunicación que estereotipan y objetivizan los cuerpos de las mujeres y discriminan la diversidad de las mujeres³².

³¹ Cabe aclarar, sí hubo respuestas que iban encaminadas a por discursos de derechos humanos y reivindicación de los derechos de las mujeres, donde se mencionaba que uno no podía establecer un ideal de pareja por cuestiones físicas meramente, porque hay más elementos que deben ser considerados.

³² Habría que afirmar también que esto ocurre con los hombres, aunque es necesario observar sus divergencias porque el fenómeno, pensándolo de primera intención, no se reproduciría de la misma forma y contenido.

Por otro lado, cuando se les preguntó acerca del tema de la trata de personas, tres cuartas partes mencionaron desconocer el tema, y hubo muchas percepciones cuando se respondió que sí lo conocían, desde lo vi en la televisión, hasta unas amigas feministas me explicaron.

De la misma forma, cuando se les preguntó acerca de si considerarían al movimiento feminista como el más adecuado para la defensa de los derechos de las mujeres, hubo una negativa redundante de las dos terceras partes de los sujetos. Sin embargo, la otra tercera parte dijo que sonaba lógico aunque muchos no supieran de qué se tratara. Esto nos hace ver cómo incluso dentro de las luchas en los movimientos sociales por la reivindicación de los derechos de las mujeres se ha generado un menosprecio por los mismos, que si bien, no se estudiarán aquí los porqués de esta situación, sí es posible especular que tales negativas se han podido dar por un desconocimiento de estos movimientos, ya que otra pregunta fue si conocen a alguien que perteneciera a este movimiento: más del 80% respondió que no.

Otra serie de preguntas que nos permiten ver las invarianzas son las siguientes:

1. ¿Considera que estuvo bien que las mujeres salieran del ámbito privado al público para poder desempeñarse en cualquier tarea como los hombres? El 95% respondió que sí.
2. ¿Cree que las mujeres saben desenvolverse debidamente en el ámbito público (como la economía o la política)? El 95% respondió que sí.
3. ¿Cree que les falta mucho por aprender sobre esta situación? Dos quintas partes dijeron que sí; otras dos quintas partes dijeron que no; y la otra varió.
4. ¿Cree que actualmente en México existe una cultura machista? Dos terceras partes dijeron que sí; una tercera parte dijo que no. Y hubo respuestas que mencionaban que el machismo *se ve más en pueblos, fuera de lo urbano*.

5. ¿Cree en el instinto materno? Poco más del 90% dijo que sí.
6. ¿Cree en el instinto paterno? Dos terceras partes dijeron que sí. El resto dijo que no y mencionaron que los hombres no tienen este instinto por no tener hijos.
7. ¿Cree que las mujeres están mejor equipadas que los hombres biológicamente para cuidar a los hijos? Dos terceras partes dijeron que sí.
8. ¿Cree que una mujer para alcanzar su plenitud deba tener hijos³³? Aquí hubo un equilibrio en las respuestas, porque la mitad opinó que no y la otra que sí. Sin embargo, hubo percepciones que afirmaron que no era necesario tener hijos pero que su cuerpo estaba preparado para la maternidad. Y hubo respuestas positivas que dijeron que a fin de cuentas es elección de cada persona el tener hijos, pero ellos pensaban que sí era necesario porque ser madre sólo pueden serlo las mujeres. Con esto observamos cómo el imaginario de estos varones sobre las mujeres no recae en el entendimiento de la sujeta como individuo sino en la construcción social de sus cuerpos.

Esta serie de preguntas nos muestran cómo estos varones han ido asimilando los discursos de apertura entre hombres y mujeres, sin embargo, en la mayoría de los casos, mantienen una percepción de los discursos tradicionales y que son muy criticados por las perspectivas feministas y de derechos humanos.

De la misma forma, podemos observar esta cuestión de los cambios de discursos en la siguiente pregunta: ¿Cree que las mujeres están mejor preparadas biológicamente para las tareas domésticas que los hombres? Aquí tres cuartas partes respondieron que no. Igualmente esta fracción apareció cuando se les preguntó acerca de si creían que los hombres son mejores

³³ A título personal, se tiene en cuenta el sesgo de género que es preguntar sobre hijos y no agregar hijas, o simplemente preguntar infantes, pero estos sesgos se mantienen en los cuestionarios debido a que se debe de pensar en el sujeto a entrevistar por sobre la crítica personal. Como sea, es importante hacer esta acotación.

maneja cuestiones políticas que las mujeres. Pero hubo una discrepancia muy notoria cuando se les preguntó: ¿Cree que los hombres son mejores líderes políticos que las mujeres? Aquí la mitad se inclinó al sí y la otra mitad al no. Muchos de los argumentos dados para el sí fueron que veían a muchas mujeres en puestos políticos importantes, como presidentas. Otros dados para el no, es que muchos de ellos consideran que si las mujeres no se ven tanto en puestos políticos importantes es que no tienen las mismas capacidades que los hombres, pero que la mayoría puede entrar en política pero para ser líder es distinto.

Ahora, entrando al terreno de lo económico, vemos cómo hay un cambio de percepción, cuando les preguntamos: ¿Cree que los hombres son mejores que las mujeres en el manejo de una empresa, en cuanto a cuestiones administrativas y de toma de decisiones? La variabilidad se dio a favor de las mujeres en poco más de la mitad siendo que hubo una quinta parte que respondió que era por igual. Las percepciones aparecidas aquí van en función de que las mujeres *han demostrado ser buenas empresarias*.

Dentro de esta comparación de percepciones entre lo político y lo económico, podemos remitirnos a los estudios feministas que encuadran más a las mujeres con la economía doméstica y más a los hombres con los jefes de familia. Esa podría ser una explicación de esta tendencia entre esta visión de las mujeres en la política y la economía.

Por otro lado, a pesar de que haya una tendencia a poner a las mujeres como capaces de manejar cuestiones económicas, esto cambió cuando implica la conservación del “poder económico” en una pareja. Se les preguntó si considerarían que es más sano para una relación de pareja o matrimonio, que el hombre gane más, o por lo menos igual que la mujer, para evitar conflictos: tres quintas partes respondió que sí; otras respuestas fueron que debían ganar más. Uno de los argumentos que se dieron para esta situación era que las mujeres se aprovechaban si

ganaban más que los hombres e incluso hubo casos que dijeron que solamente el hombre debía trabajar. Y también hubo quienes afirmaron que no había problema si las mujeres ganaban igual o más al hombre, pero que ellos no lo recomendaban. Fueron más pocos los casos que afirmaron no haber ningún problema con este aspecto que viéndose de fondo, implica uno de los aspectos más delicados de poder en una relación. Ya que la autosuficiencia económica, como se ha visto desde la postura feminista, implica mayor propensión a libertades que contrariamente se pierden si no hay forma de que las mujeres se mantengan por si solas.

Como aclaratoria, cabe decir que la intención de tratar de mostrar las menos cifras rígidas en este ejercicio de reflexión, se hizo porque la finalidad es repensar las respuestas de estas personas. Se trató de evitar ese sesgo mediático del que habla Bourdieu (1972) al mostrar una perspectiva ideológica que muchas veces se manipula en beneficio del expositor. De esta forma se pensó que lo mejor para mostrar los resultados de los cuestionarios, fuera a través de tendencias que acercaran más a la percepción de los varones sin inclinar la balanza de una manera porcentualmente rígida. Es por eso el uso de las fracciones en la explicación de los resultados, cayendo más en un ejercicio de reflexión crítico que en un ejercicio de determinismo ideológico.

Finalmente, en este apartado se observó cómo la valencia diferencial de los sexos entra en acción, en construcción simbólica, en dinámicas socioculturales (entrañadas en el contexto mexicano) y en procesos de dominación masculina. Con lo que también podemos hacer reflexión de cómo el sentido del sistema sexo-género marca una pauta importante dentro de la sociedad individualista patriarcal, donde la apertura social de las mujeres no significa la igualación de poder, sino su reconstrucción desigual pero plasmada lo más posible con los derechos humanos, en tanto estos sean derechos de los hombres por conservar su androcentrismo y falocentrismo, su poder de dominación. Por lo que la apertura a los espacios públicos de las mujeres y su

reconocimiento como sujetos, no implica ceder tan fácilmente puestos estratégicos de poder, llámense, los puestos más importantes para establecer *mayor apertura* de los sexos, ya que ésta se tratará de encerrar en discursos de *somos iguales pero la diferencia nos permite estar en donde históricamente estamos y por ende nos corresponde*, en las estructuras patriarcales.

CONCLUSIONES

A lo largo del trabajo se fueron analizando distintas cuestiones que tenían que ver con la objetivización de las mujeres en las sociedades de consumo contemporáneas, observando el grupo de mujeres tratadas para fines de prostitución por su gran incidencia a esta objetivización. Para esto se fueron observando estos fenómenos por medio del concepto de *objetivización de los cuerpos de las mujeres*, con lo que se pudo hacer un análisis más claro del cómo las personas de sexo femenino son vistas en estos tiempos; del cómo siguen siendo subordinadas a los hombres; del cómo los discursos actuales de multiculturalidad, democracia, individualismo y pluralismo no han sido suficientemente significativos para comenzar un proceso real de equidad de género de manera general, aunque si han propiciado cambios importantes de manera más particular; y de cómo es necesario estudiar más estas problemáticas que están perjudicando gravemente a las mujeres, particularmente a las mujeres tratadas para fines de prostitución.

La presente investigación tuvo como objetivo principal, *Explorar de qué forma se desarrolla en las principales zonas metropolitanas de México, la objetivización de los cuerpos de las mujeres en las denominadas sociedades de consumo; estudiando la percepción masculina dominante de este tipo de objetivización y la vivencia de las mujeres tratadas para fines de prostitución*. De esto, se puede decir que haría falta hacer varios estudios para contestar semejante cuestión con gran amplitud y profundidad, sin embargo, no significa que este trabajo no se haya acercado a esta intención, sino que como estudio exploratorio no pretendía abarcar la totalidad de sus planteamientos sino acercarse lo más posible a ellos.

En el trabajo se observó cómo ha incidido la sociedad consumista en nuestros tiempos, que a través de la erradicación de la sociedad industrial y el Estado de bienestar se llegaron a tiempos individualistas, hedonistas, democráticos, puntillistas y sobre todo, tiempos donde *las cosas y las*

personas nos convertimos en mercancías regidas bajo las reglas del libre mercado capitalista de corte patriarcal y la lógica del consumo; es así como también se analizó cómo esta sociedad afecta a las mujeres y a los discursos de la dominación masculina, convirtiéndolas a ellas en objeto del consumismo, que tiene una implicación directa con la estética consumista de nuestros tiempos, que entrelaza el sentido androcéntrico y falocéntrico, con lo que las mujeres no escapan al hecho de verse fácilmente como productos de consumo, que son desechados en un plazo relativamente corto, como ocurre con las mujeres tratadas para fines de prostitución. Como se puede observar, los resultados obtenidos van en el encaminamiento a recorrer este objetivo, que lo más probable es que tarde tiempo y esfuerzo en realizarse satisfactoriamente.

Otro punto que debe plantearse sobre los alcances de la investigación, es el intento de *explorar factores socioculturales e históricos que influyen en el imaginario social de dominación masculina en los sujetos de sexo masculino; en el paso de una sociedad del trabajo a una sociedad de consumo*. Este eje de investigación no se pudo llevar a cabo por falta de bibliografía, y por el hecho de que esto implicaría una metodología que haría elaborar otro estudio, en el sentido de ampliarlo de una manera que haría hacer otro tema para llegar a este objetivo. Es cierto que sería muy interesante e importante explorar este objetivo para tener una visión más amplia del tema, fue muy difícil e imposible tratar de abordarlo, porque nunca se imaginó que no se encontraría, si es que no existe aún, bibliografía sobre los procesos socioculturales que incitaron el paso de una sociedad industrial a una de consumo en las áreas metropolitanas de México. Sin embargo, es de mencionar que el trabajo brinda una aproximación bibliográfica general para abordar este objetivo, ya que se analizaron factores socio-históricos dentro de la dominación masculina en el paso de las sociedades industriales a las sociedades de consumo contemporáneas, como pueden ser: la adaptación de discursos contemporáneos (que velan por una igualdad social) en la visión androcéntrica, lo que permite la continuación de la dominación

masculina; o también, la adaptación de la objetivización histórica de las mujeres en la lógica del consumismo, haciéndolas mujeres objeto del consumismo, y asimismo despojándolas de su humanidad y valía de sujetos sociales, convirtiéndolas en objetos que sirven al poder patriarcal y a la satisfacción del mercado masculino dominante con una estética de consumo.

Igualmente, esta explicación de las limitaciones que se tuvieron para cumplir con el objetivo descrito anteriormente tiene la misma valía en la pregunta de investigación: ¿Cuáles son las formas de objetivización de la visión de dominación masculina sobre los cuerpos de las mujeres en las sociedades de consumo de México? Debido a que, a pesar de que los cuestionarios nos dieron percepciones importantes en cuánto a la forma en como los varones perciben a las mujeres, sus cuerpos y lo femenino, estos datos no tienen el alcance para encarar la sociedad de manera general. Por tanto, los resultados obtenidos deben verse como parte de un ejercicio que nos sirvió para hacer estudios posteriores que traten este tema directa o indirectamente. Aun así, es importante señalar que las coincidencias que hubo entre los entrevistados son muy significativas a escala microsocia, que pueden ser utilizadas como herramientas de aproximación al sector de hombres que acuden a los “servicios sexuales”, pero siempre pensando que son sólo como un aproximado, ya que marcar una generalización con tan pocos datos mostraría una falta de rigor en la investigación.

Ahora, acerca del objetivo específico de *Estudiar mediante entrevistas, los testimonios de objetivización sobre los cuerpos de las mujeres tratadas para fines de prostitución, para conocer la parte objetivizada de uno de los grupos de mujeres más vulnerables en estas sociedades*: por una parte se pudo observar que estas mujeres han vivido un rechazo por parte de su entorno social y familiar; como también, se puede analizar que ellas vienen llevando una vida en donde han sido marginadas personalmente y actualmente son marginadas socialmente, junto con el hecho de que sus situaciones sociales, culturales y económicas a lo largo de su vida las han vulnerabilizado y

puesto a merced de explotaciones inhumanas, estigmas y discriminaciones socioculturales y violencias de género, en sociedades de consumo como de las Zonas Metropolitanas de México que objetivizan los cuerpos de las mujeres. Provocando que se vean así mismas como un objeto al que es posible adquirir y desechar cuando cumplen su función de satisfacer el placer sexual del varón que está dispuesto a pagar por ello, porque “es una simple transacción de dinero y no conlleva a una cuestión de dignidad humana”.

En este sentido, la pregunta de investigación: *¿Cómo perciben la objetivización de sus cuerpos uno de los grupos de mujeres más vulnerables, como las mujeres tratadas para fines de prostitución, en estas sociedades?*, se contesta diciendo que ellas se ven así mismas como despojadas de su humanidad por parte de la sociedad; como cuerpos que se utilizan para satisfacer los *placeres naturalizados* de los hombres, contruidos por las sociedades patriarcales a cambio de una remuneración económica; como cuerpos que son exhibidos como mercancías sexuales y que son reprobados por la misma sociedad patriarcal que acepta que este trabajo sea permitido por creer que el hombre tiene una necesidad natural de satisfacer su sexualidad y las mujeres son el objeto que debe ser utilizado para ello, aun a costa de negarles su humanidad y su carácter de sujetos sociales. Por lo que podemos observar claramente que ellas cargan consigo el peso de ser prostitutas y el peso de ser mujeres, que en una sociedad de consumo como la nuevoleonense, estas cargas se pueden multiplicar fácilmente.

Para terminar con la parte de los objetivos específicos y las preguntas de investigación, cabe señalar que dentro de la pregunta de investigación: *¿Cuáles son las formas de objetivización de la visión de dominación masculina sobre los cuerpos de las mujeres en las sociedades de consumo de México?* Se puede decir, como se ha ido mencionando al principio de la conclusión, que esta sociedad de consumo objetiviza los cuerpos de las mujeres, convirtiéndolos *objetos del consumismo patriarcal*. De esta manera se ha ido legitimando el imaginario de dominación

masculina de que las mujeres están subordinadas al hombre, que en caso de las mujeres prostituidas, se valoran como mercancías del mercado ilegal de trata para ser objeto de la satisfacción sexual del hombre. Ya en general, como se observó en el análisis de cuestionarios de los hombres, las mujeres están bajo el sistema sexo/género y la valencia diferencial de los sexos.

Es de esta forma como el objetivo específico, *Estudiar mediante una encuesta, la percepción de la dominación masculina de los cuerpos de las mujeres en las sociedades de consumo, y así conocer la parte objetivadora de los hombres de estas sociedades sobre estos cuerpos*, se relaciona con esta pregunta, debido a que ambas cuestiones tienen que ver con el hecho de que en los hombres encuestados es clara la forma en que sus percepciones objetivizan a las mujeres, sus cuerpos y su feminidad. Estableciéndolas como objeto del consumismo mediante discursos que no les permiten alcanzar el estatus de sujetos a pesar de ellas ser individuos con necesidades como las de cualquier persona, sea de sexo masculino o femenino, e incluso hermafroditas, porque la medida es el hombre y ellas siempre serán mujeres: ya sea mujeres a las que se cree incompetentes para tomar el poder (económico, político, social, cultural, religioso o militar) que el hombre sólo es capaz de manejar; o mujeres a las que se observan como seres (no sujetos) a los cuales la maternidad les es lo más importante ypreciado para realizarse en la vida; o mujeres que podrán buscar otras tareas aparte de las del hogar con la que podrán ganar dinero y sentirse satisfechas, con la condición de que ganen menos que su pareja porque sino la relación podría tener problemas muy serios.

Finalmente, es obvio que se debe construir dentro del análisis de la ambivalencia diferencial de los sexos una lectura sobre las mujeres como objeto del consumismo dentro de las sociedades de consumo. Y si bien este trabajo ha tenido en parte esa intención, es claro que faltaría más profundidad a esta cuestión que es muy significativa para entender el sistema patriarcal y su sentido androcéntrico. Esto se debe a que actualmente la crítica de lo

masculino/femenino es muy importante para comprender los procesos y dinámicas que se dan en las relaciones humanas y sus fenómenos, porque como menciona Bourdieu (2007: 38): «Al carecer de otra existencia que la *relacional*, cada uno de los dos sexos es el producto del trabajo de construcción diacrítica, a un tiempo teórico y práctico, que es necesario para producirlo *como cuerpo socialmente diferenciado* del sexo opuesto (desde todos los puntos de vista culturalmente pertinentes), es decir, como hábito viril, por consiguiente no femenino, o femenino, por consiguiente no masculino». Donde las mujeres que son tratadas para fines de prostitución, quedan como un objeto del consumismo en una objetivización que se traslada al mercado de las sociedades consumistas que tienen sujetos [de sexo masculino] que consumen estas “mercancías” y son guiados por una estética consumista y una visión androcéntrica y falocéntrica.

En cuanto a las hipótesis:

1. *Actualmente, ha habido un cambio en el tipo de objetivización de los cuerpos de las mujeres construido por las nuevas formas de relaciones sociales que se circunscriben en las denominadas sociedades consumistas.*
2. *El nuevo tipo de objetivización de los cuerpos de las mujeres construido por las nuevas formas de relaciones sociales en las sociedades de consumo, puede crear un sufrimiento social en los grupos de mujeres más vulnerables, como son las mujeres tratadas para fines de prostitución.*

Sería necesario hacer un señalamiento, porque si bien se han esclarecido su valía mediante la exploración aproximativa, los datos obtenidos están sujetos a refutación como cualquier aportación científica, y por lo mismo, es necesario hacer ciertos cambios en éstas para mantener su valía. Estos serían: dentro de la primera hipótesis, el hecho de que es el consumismo junto con la estética de consumo, los que influyen directamente en la objetivización de las mujeres, como se ha hablado en todo el trabajo; y dentro de la segunda, el hecho de que no sería un desarrollo,

sino una modificación, ya que no se rompe con la objetivización y la mercantilización sino que interactúan de distinta manera, ya que, al tiempo que los nuevos discursos de apertura social que están en boga permiten a las mujeres ocupar espacios públicos, estos no transgreden significativamente las construcciones simbólicas de poder patriarcal y subordinación femenina, que objetiviza sus cuerpos y los vende en los mercados sexuales.

Asimismo, dentro de esta cuestión de los mercados sexuales, quisiera dejar abierta la propuesta de estudiar cuestiones como la objetivización de las mujeres en los medios de comunicación o la moda, usando el concepto construido de *mujeres objeto del consumismo*.

Por otro lado, y con el afán de tratar de ser propositivo en este trabajo, se quisiera mencionar una cuestión muy importante para ayudar a reducir la brecha de desigualdad entre los sexos, al tiempo que se abra la tolerancia hacia los géneros. Esta propuesta parte del hecho de que entre mayor sea el nivel educativo de las mujeres, más beneficios tendrá un país, ya que habrá ahorros económicos, cambios socioculturales positivos que ayuden a reducir la brecha de desigualdad e inequidad humana y de género, y una mayor participación en los ámbitos políticos y económicos (Muñoz, 1993). Esta creencia de transformaciones benéficas para la sociedad a partir de una mayor educación [crítica, humanista y con visión de género] para las mujeres, parte de la contrabalanza existente entre los sexos masculino/femenino, mencionada desde el principio del estudio, que se carga hacia la dominación masculina en perjuicio de lo que representa lo femenino. Que si bien no es una fórmula mágica para resolver las problemáticas de desigualdad de género en el mundo, sí se puede afirmar que es un aliciente para comenzar a reducir los estigmas, tabús, discriminaciones y violencias que recaen sobre el sentido de lo femenino y sus cuerpos.

Es importante señalar que esto no significa únicamente preocuparse por la educación de las mujeres, ya que es obvia la necesidad de dar este tipo de educación a personas de sexo masculino, sino que se trata de asegurar que las mujeres, como sujetos marginados y vulnerabilizados en la sociedad [mexicana], reciban una educación que les permita salir y cambiar estas situaciones de desventajas y perjuicios. Así lo dice Hérítier (2007: 247): «Debemos comprender que la libertad individual y la igualdad entre los sexos actúan en beneficio de toda la sociedad».

Asimismo, se quiere mencionar que es muy difícil creer en percepciones positivas que nos indiquen formas inmediatas y eficientes para erradicar estas situaciones de objetivaciones, estigmatizaciones, discriminaciones y violencias, que menoscaban los derechos más fundamentales para el bienestar de las mujeres. Como ejemplo de tal imposibilidad, se puede observar el proceso de exclusión en las sociedades modernas: «La circularidad perfecta del proceso» de exclusión de los lugares públicos, como son los principales puestos de poder económico, bélico, político³⁴ e incluso religioso, y de subordinación de lo femenino hacia lo masculino, «indica que se trata de una atribución arbitraria» (Bourdieu, 2007: 67; Lipovetsky, 2007; Hérítier, 2007).

Tal situación nos permite creer que tal vez sea más que obvio el menosprecio a los derechos de las mujeres, pero es claro que no se pueden deshacer fácilmente, ya que sus implicaciones socioculturales e históricas establecen raíces que no se pueden arrancar, sino que se deben plantar nuevos tipos de convivencia humana, para propiciar procesos que permitan observar otras formas de ver las relaciones humanas (Ramos, 2001: 14), porque como dijera Lipovetsky (2007: 254): «Tanto más cuanto que los estereotipos sexuales resisten más en la base

³⁴ En cuestión a los principales cargos políticos se ha visto que las mujeres han ganado muchos espacios, sin embargo, muchas veces, sino es que la mayoría, se toman las mismas posturas de dominación masculina y no se hacen avances para reducir las problemáticas femenino/masculino.

que en la cúspide». Por eso, es necesario aliviar estas problemáticas desde un enfoque integral y mediante un proceso adecuado, porque tan necesarias son las políticas públicas que defiendan los derechos de las mujeres, como la educación humanista y crítica que permita socializar y culturizar la perceptiva de género, e igualmente estas deben tratarse desde todas las ramas de estudios científicos.

Para finalizar, cabría decir que a lo largo del trabajo hemos observado cómo la objetivización de las mujeres se mezcla con los fenómenos ocurridos en las sociedades modernas, cómo se transforma en el sentido del consumismo contemporáneo o cómo se potencia en el caso de las mujeres tratadas para fines de prostitución. De esta manera, se observa que la globalización influye directamente en la expansión del sentido de las mujeres como objeto del consumismo, de sus violencias, discriminaciones y estigmas, por tratarse de una globalización de corte patriarcal, al igual que una globalización de corte neoliberal.

Esto nos puede conllevar, en el caso de las mujeres tratadas [para fines de prostitución], a tener que observar los fenómenos migratorios, ya que la trata de mujeres implica flujos migratorios a escala mundial, y por tanto, estudiar cómo estos flujos son afectados por esta objetivización consumista es muy importante para poder comprender que tanta incidencia o de qué manera se expresa este tipo de objetivización en el desplazamiento de las mujeres, para así poder ver su influencia y el daño que les provoca a ellas, como se observó de manera aproximativa en este trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

Acharya, Arun Kumar (2007). “El mercado de las mujeres: Globalización, migración y tráfico de mujeres en México”, en *Trayectorias*, Año IX, núm. 23. Monterrey, México: Universidad Autónoma de Nuevo León.

Acharya, Arun Kumar (2009a). *Una nueva forma de esclavitud humana: el tráfico de mujeres en México*. Monterrey, México: Universidad Autónoma de Nuevo León.

Acharya, Arun Kumar (2009b). “Un análisis conceptual del tráfico de mujeres y su tipología de origen.” En *Andamios*, Volumen 6, núm. 9. México.

Acharya, A. K.; Gómez O., F.J.; Moctezuma S., A.; Morquecho C., A.J.; Domínguez S., T. P.; Benítez A., A. A.; Cervantes N., J. J.; Garza R., A.; & Quistiano V., M. V. (2011). *Perspectivas del Tráfico de Personas en México: Un análisis de las Entidades Federativas*. Monterrey, México: Universidad Autónoma de Nuevo León

Acharya, Arun Kumar & Salas Stevanato, Adriana (2008). “Algunas consideraciones teóricas acerca del tráfico de mujeres en el contexto de la globalización”, en *Revista de Ciencias Sociales*, vol. XIV, núm. 2. Venezuela: Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad del Zulia.

Alonso, L. Enrique (1986). “La producción social de la necesidad”, en *Revista Economistas*, Año 4, Núm. 18. Madrid, España: Colegio de economistas de madrid. Pp. 26-31.

Alonso, L. Enrique (2006). *La era del consumo*. Madrid, España: Siglo XXI.

Arnaiz Amigo, Aurora (1981). *Feminismo y femineidad*. México: Porrúa.

Augé, Marc (2000). *Los “no lugares”, espacios del anonimato. Una antropología de la Sobremodernidad*. Barcelona, España: Gedisa.

Barthes, Roland (1990). “Semántica del objeto”. En *Revista de Occidente*, Núm. 104. España: Pp. 5-18.

Baudrillard, Jean (2002). *Cultura y simulacro*. Barcelona, España: Kairós.

Bauman, Zygmunt (2000). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. España: Gedisa.

Bauman, Zygmunt (2005). *Vidas desperdiciadas: La modernidad y sus parias*. Barcelona, España: Paidós.

Bauman, Zygmunt (2007a). *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Bauman, Zygmunt (2007b). *Amor líquido: acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. México: Fondo de Cultura Económica.

Bautista, Angélica & Conde, Elsa (2006). *Comercio Sexual en la Merced: una perspectiva constructivista sobre el sexoservicio*. México: Miguel Ángel Porrúa, Universidad Autónoma Metropolitana.

Berman, Marshall (2008). *Todo lo sólido se desvanece en el aire: la experiencia de la modernidad*. México: Siglo XXI.

Bourdieu, Pierre (2007). *La dominación masculina*. Barcelona, España: Anagrama. Bourdieu, Pierre (2012). La opinión pública no existe: conferencia impartida en Noroit, 1972. Arras: Francia. Consultado en la siguiente dirección electrónica: <http://pierrebourdieu.blogspot.mx/2006/06/la-opinin-pblica-no-existepierre.html>.

Bourdieu, Pierre (2012). La opinión pública no existe: conferencia impartida en Noroit, 1972. Arras: Francia. Consultado en la siguiente dirección electrónica: <http://pierrebourdieu.blogspot.mx/2006/06/la-opinin-pblica-no-existepierre.html>.

Bueno Castellanos, Carmen & Ayora Diaz, Steffan Igor (Coords.) (2010) *Consumos globales: de México para el mundo*. México: Universidad Iberoamericana/Universidad Autónoma de Yucatán.

Cacho, Lydia (2006). *Los demonios del Edén. El poder que protege a la pornografía infantil*. México: Grijalbo.

Cacho, Lydia (2010). *Esclavas del poder: un viaje al corazón de la trata sexual de mujeres y niñas en el mundo*. México: Grijalbo.

Casillas R., Rodolfo (2006). *La trata de Mujeres, Adolescentes, Niñas y Niños en México*. México: OIM y CIM-OEA. Consultado el 28 de agosto de 2010, en: www.oas.org/atip/Reports/Estudio.Exploratorio.en.Tapachula.pdf.

Castellanos, Rosario (2009). *Sobre cultura femenina*. México: FCE

Chiarotti, Susana (2003). *La trata de mujeres: sus conexiones y desconexiones con la migración y los derechos humanos*. Santiago, Chile: Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (CELADE), División de Población de la CEPAL.

Coddetta, Carolina (2009). *Prostitución y tráfico de mujeres y niñas: un problema global*. Consultado el 28 de agosto del 2010. <http://observatoriomujeres.org.ve/Portales/Cisfem%5Cdata%5CInforme%20Sombra%20CEDAW%202009,%20Prostituci%C3%B3n%20y%20tr%C3%A1fico.pdf>.

Cortina, Ruth Elena (2004). “La hermenéutica del cuerpo, significativo y significado en el hombre posmoderno”. En *Anuario*, Año VI, Num. 6, Argentina: UNLPam, Pp. 87-100.

Flores Espínola, Artemisa (2005). *Reflexiones feministas en ciencia*. México: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Autónoma de Nuevo León.

Galeano, Eduardo (2001). *El libro de los abrazos*. México: Siglo XXI.

- Galeano, Eduardo (2009). *Las venas abiertas de América Latina*. México: Siglo XXI.
- García Canclini, Néstor (2009). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: DeBolsillo.
- Héritier, Françoise (2007). *Masculino/Femenino II. Disolver la jerarquía*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández-Collado, Carlos & Baptista Lucio, Pilar (2006). *Metodología de la Investigación*. DF, México: Ed. Mc Graw Hill. 4ª Edic.
- Ianni, Octavio (2004). *La era del globalismo*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- Jeffreys, Sheila (2011). *La industria de la vagina: la economía política de la comercialización global del sexo*. Argentina: Paidós.
- Keijzer, Benno de (2001). **Variantes humanistas de una nueva masculinidad**. En Ramos R., Lídice (Comp.) (2001). *Mirando la masculinidad*. México: Cuadernos CUEG, Universidad Autónoma de Nuevo León, Pp. 21-27.
- Klein, Naomi (2001). *No logo: El poder de las marcas*. Barcelona, España: Paidós Plural.
- Lipovetsky, Gilles (1996). *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona, España: Anagrama.
- Lipovetsky, Gilles (2006). *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona, España: Anagrama.
- Lipovetsky, Gilles (2007). *La tercera mujer*. Barcelona, España: Anagrama.
- OIT (2006). *Trata de personas para fines de explotación sexual*. Brasilia: Consultado el 28 de agosto de 2010, en: <http://www.oitbrasil.org.br/info/downloadfile.php?fileId=254>.
- OIT (2007). *Tercera Parte: Experiencias sindicales en América Latina y el Caribe*. Montevideo, Uruguay: Consultado el 5 de octubre de 2010, en: http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/sind_for/cas_ors/index.htm.
- Olavarría, José (2004). **Masculinidades, Poderes y Vulnerabilidades**. En Cáceres F., Carlos et al. (Eds.) (2004). *Ciudadanía Sexual en América Latina: Abriendo el Debate*. Perú: Universidad Peruana Cayetano Heredia, Pp. 287-301.
- Organización de la Naciones Unidas (ONU) (1979). *Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer*: Consultado el 3 de diciembre de 2010, en: <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/text/sconvention.htm>
- Organización de la Naciones Unidas (ONU) (1992). *Programa 21*. Consultado el 10 de enero de 2013, en: <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/agenda21sptoc.htm>
- Osborne, Raquel (2009). *Apuntes sobre violencia de género*. Barcelona, España: Bellatera.

Rubín, Gayle (1986). "El tráfico de mujeres: Notas sobre la "economía política" del sexo", en *Nueva antropología*, Vol. VIII, Núm. 30, México.

Sáez, Gemma; Valor-Segura, Inmaculada; Expósito, Francisca (2012). ¿Empoderamiento o Subyugación de la Mujer? Experiencias de Cosificación Sexual Interpersonal. En *Revista PsychosocialIntervention*. España: Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid. Vol. 21, N° 1. Pp. 41-51.

Seidler, Víctor J. (2001). **La masculinidad**. En Ramos R., Lídice (Comp.) (2001). *Mirando la masculinidad*. México: Cuadernos CUEG, Universidad Autónoma de Nuevo León, Pp. 103-131.

Sen, Amartya (2000). *Desarrollo y Libertad*. México: Planeta.

Sieglin, Veronika (1999). **Modernización rural y transformación de la maternidad: el acortamiento de la lactancia natural en el centro-sur de Nuevo León, 1930-1990**. En Sieglin, Veronika (Comp.) (1999). *Vida cotidiana de mujeres en el noreste de México*. México: Universidad Autónoma de Nuevo León. Pp. 85-108.

Skrobanek, Siriporn, Boonpakdi, Nattaya, & Janthakeero, Chutima (1999). *Tráfico de mujeres. Realidades humanas en el negocio internacional del sexo*. Madrid, España: Narcea.

Szasz, Ivonne (2004). **El Discurso de las Ciencias Sociales sobre las Sexualidades**. En Cáceres F., Carlos et al. (Eds.) (2004). *Ciudadanía Sexual en América Latina: Abriendo el Debate*. Perú: Universidad Peruana Cayetano Heredia, Pp. 65-75.

Trujano Ruiz, P., Dorantes Segura, J., & Tovilla Quesada, V. (2009). "Violencia en Internet: Nuevas víctimas, nuevos retos". En *Liberabit. Revista de Psicología*, Vol. 15, núm. 1, Perú. Consultado el 16 de noviembre de 2010, en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/686/68611923002.pdf>

Ulloa Ziáurriz, T. C. (2008). "La trata de personas, especialmente mujeres y niñas, con propósitos de prostitución y otras formas de explotación sexual en América latina y el Caribe". *Primer congreso latinoamericano de trata y tráfico de personas*. Buenos Aires, Argentina.

UNITED NATIONS GENERAL ASSEMBLY (UNGA) (2000), *Report of the Ad Hoc committee on the Elaboration of a convention against Transnational Organized Crime on the work of its First to Eleventh sessions*. A/55/383, Anexos I, II y III, Nueva York: ONU.

Vázquez Martínez, Óscar (2001). **Género hegemónico y cultura, el modelo de masculinidad en la cultura popular**. En Ramos R., Lídice (Comp.) (2001). *Mirando la masculinidad*. México: Cuadernos CUEG, Universidad Autónoma de Nuevo León, Pp. 29-51.

Zebadúa, María (1999). **Interiorización del rol de género: dos estudios de caso en el campo nuevoleonés**. En Sieglin, Veronika (Comp.) (1999). *Vida cotidiana de mujeres en el noreste de México*. México: Universidad Autónoma de Nuevo León. Pp. 49-84.

Žižek, Slavoj (2003). *El sublime objeto de la ideología*. Argentina: Siglo XXI.

ANEXO I

GUÍA DE ENTREVISTA PARA LAS MUJERES PROSTITUIDAS

Datos personales y sobre la familia

1. ¿En qué lugar nació?
2. ¿Cuándo nació?
3. ¿Cómo es su familia, de qué tipo?
4. ¿Cuántos miembros componen su familia natal?
5. ¿Viene de una zona rural o una zona urbana?
6. ¿Cuál es su religión?
7. ¿Cuál es su clase social?
8. ¿Cuál es su estado civil?
9. ¿Qué edad tiene?
10. ¿Cuánto tiempo tiene de radicar en este lugar?
11. ¿Cuál era la condición de su familia?
12. ¿Cómo era la situación económica de su familia?
13. ¿Qué valores se enseñaban dentro de su familia?
14. ¿A qué se dedicaba su padre?
15. ¿Qué oficio desempeñaba su madre?
16. ¿Qué religión profesaba su familia?
17. ¿Su familia pertenecía a algún grupo étnico?

Datos sobre el oficio

18. ¿Por qué trabaja en este oficio?
19. ¿Desde cuándo se dedica a este oficio?
20. ¿A qué edad se inició en esto?
21. ¿Cuál era su estado civil al iniciarse en este trabajo?
22. ¿Había laborado antes en un trabajo diferente?
23. ¿Hay miembros en su familia que se dediquen al mismo oficio que usted?
24. ¿Quiénes son estas personas?
25. ¿Quién la involucró en la prostitución?
26. ¿En qué lugares ha ejercido la prostitución?
27. ¿Cómo llegó a este lugar?
28. ¿Alguien la trajo a esta ciudad?
29. ¿Cómo la trajo?
30. ¿Cómo ingresó al mundo de la prostitución?
31. ¿Fue traficada?
32. ¿Por quién fue traficada?

33. ¿De qué manera fue traficada?
34. ¿Le hizo alguna promesa el traficante a usted o a su familia?
35. ¿Qué tipo de promesa hizo?
36. ¿Antes de llegar a este lugar usted permaneció en otros lugares?
37. ¿Dónde permaneció?
38. ¿Con quién permaneció?
39. ¿Qué tipo de lugar era?
40. ¿Cuál fue la razón de permanecer en ese lugar?
41. ¿Cuánto tiempo permaneció allí?
42. ¿Cuál fue la primera reacción que tuvo cuando conoció su trabajo?
43. ¿Cuál es la visión de su trabajo en este momento?
44. ¿Cuál es su ganancia mensual?
45. ¿Cómo maneja usted el dinero?
46. ¿Tiene alguna clase de adeudos?
47. ¿Vive usted en casa propia?
48. ¿Tiene libertad o está sujeta a alguien?
49. ¿Su familia conoce a qué se dedica usted?
50. ¿De qué manera perciben ellos su trabajo?
51. ¿Envía dinero a su familia?
52. ¿Con qué frecuencia envía el dinero?
53. ¿Qué cantidad envía a su familia?
54. ¿Ha mejorado la perspectiva económica de su familia después de que usted ingresó a este empleo?
55. ¿Desearía regresar a su lugar de origen?
56. ¿Le gusta su trabajo?
57. ¿Cuándo realiza su trabajo?
58. ¿Cuáles son los lugares donde usted se dedica a trabajar?
59. ¿En dónde solicita usted a sus clientes?
60. ¿Cuántos clientes tiene en un día?
61. ¿A qué persona paga el dinero el cliente?
62. ¿El cliente le paga propinas?
63. ¿Por qué razón?
64. ¿Cuánto dinero le paga a su superior por cada cliente?
65. ¿Consume o ha consumido alcohol, tabaco o alguna droga?
66. ¿Por qué consume o consumió estos?
67. ¿Sufre algún tipo de violencia por parte de su pareja?
68. ¿Qué tipo de violencia sufre por parte de su pareja?
69. ¿Sufre de violencia por parte de sus clientes?
70. ¿Qué tipo de violencia sufre por parte de sus clientes?
71. ¿Sufre de violencia por parte de sus dueños?

72. ¿Qué tipo de violencia sufre por parte de sus dueños?

Datos sobre la salud de las mujeres

73. ¿En estos momentos, usted tiene alguna clase de problema de salud?

74. ¿Qué clase de problema de salud tiene?

75. ¿A dónde va a atenderse cuando presenta problemas de salud?

76. ¿Tiene alguna clase de seguridad social?

77. ¿Qué medidas de salud toma para no enfermarse?

78. ¿Cómo se protege de las enfermedades de transmisión sexual (E.T.S.)?

79. ¿Ha padecido alguna E.T.S.?

80. ¿Usa métodos anticonceptivos?

81. ¿Qué métodos anticonceptivos utiliza?

82. ¿Ha tenido embarazos?

83. ¿Cuántos de ellos ha dado a luz?

84. ¿Ha sufrido de algún aborto?

85. ¿Dónde ha dado a luz?

86. ¿Si se ha practicado algún aborto, en qué lugar lo hizo y qué la orilló a hacerlo?

87. ¿Cuántos hijos tiene?

88. ¿Sus hijos viven con usted?

89. ¿Quiere usted a sus hijos?

90. ¿Sus hijos o su pareja conocen sobre su oficio?

91. ¿Cuál es su tipo de alimentación?

92. ¿Sufre de trastornos nutricionales?

93. ¿Se alimenta bien?

94. ¿Qué rango de edad tienen sus clientes?

95. ¿Qué tipo de servicio le demandan sus clientes?

96. ¿Ha sido violada?

97. ¿Por quiénes ha sido violada y con qué frecuencia?

98. ¿Sus clientes presentan alguna clase de intoxicación cuando están con usted?

99. ¿Cómo se siente usted ante la sociedad?

100. ¿Qué siente cuándo está realizando su trabajo?

101. ¿Sufre de discriminación por parte de sus clientes o por sus compañeras de trabajo?

102. ¿Cuál es su visión sobre su futuro?

ANEXO II

CUESTIONARIO SEMIESTRUCTURADO PARA PERCEPCIÓN DE HOMBRES

Fecha: ____/Nov./2011 N° de Encuesta _____ Encuesta Completa [] Encuesta Incompleta []

1-Edad: _____ 2-Tiempo Viviendo en la ZM (2 años mínimo): _____

3-Género: 1.Heterosexual 2.Bisexual (Explicar que se verán nomás sus experiencias con mujeres)

4- ¿Alguna vez ha acudido a un lugar donde se ofrezcan servicios sexuales (Table-dance, sala de masajes, casa de citas, etc.)?

1.Sí 2.No 3.Otra _____

5- ¿Ha visitado estos lugares más de veces en su vida?

1.Sí 2.No 3.NR 4.Otra _____

6- ¿Cuándo fue la última vez que visitó estos lugares? 1.No respondió 2. _____

8- Lugar de nacimiento (municipio y Estado): 1.No Respondió 2. _____

9-Zona de nacimiento: 1.Rural 2.Urbana 3.No Respondió **(NR)**

10- ¿Su familia pertenece(ció) a algún grupo étnico o indígena? 1.Sí 2.No 3. NR

2.1.¿Quiénes? 1.NR 2. _____

11- ¿Quiénes en su familia hablan algún dialecto?

1.Yo 2.Hermanos 3.Padres 4.Abuelos 5. Nadie habla 6.NR 7.Otros _____

12- ¿Cuál es el dialecto que hablaban?

1.Nadie habla 2.NR 3. _____

13- Estado Civil 1.Casado 2.Soltero 3.Divorciado 4.Unión libre 5.Separado

6.Viudo 7. No especificó 8.NR 9.Otro _____

14- ¿Tienes hijos? 1.Sí 2.No 3.NR

15- Religión: 1.Católica 2.Testigo de jehova 3.Protestante 4.Adventista 5.Ninguna

6.NR 7.Otra _____

16- ¿Cuál es su último grado de estudios? 1.Primaria 2.Secundaria 3.Preparatoria/Técnica

4.Universidad 5.Posgrado 6.No estudió 7.NR 8. Otro _____

17- ¿Tiene trabajo? (preguntar el trabajo y poner sector): 1.Sí 2.No 3.NR

18- ¿En qué sector se desempeña? 1.Servicios 2.Manufactura 3.Construcción 4.Informal

5.Turístico 6. Bienes Raíces 7.Mercantil 8. No trabaja 9.NR 10.Otro _____

19- ¿Cada cuándo le pagan u obtiene sus ingresos?

1.Cada día 2.Cada semana 3.Cada quincena 4.Cada mes 5.No obtiene ingresos **(NOI)**

6.NR 7.Otro _____

20- ¿Cuál es el aproximado de ingresos que tiene a la semana?

1.Entre 500 y mil pesos 2.Entre mil y 1,500 3.Entre 1,500 y 2,000 4.Entre 2,000 y 2,500

5.Entre 2,500 y 3,000 6.Entre 3,000 y 5,000 7.NOI 8.NR 9.Otro _____

21- ¿Considera que su ingreso es suficiente para vivir cómodamente?

1. Sí 2.No 3.NOI 4.NR 5.Otro _____

22- ¿Por qué? 1.NOI 2.NR 3. _____

23- ¿Actualmente tiene deudas?

1.Sí 2.No 3.NR

- 24- ¿En qué tiene? 1.No tiene 2.NR 3. _____
- 25- ¿Con qué frecuencia visita centros comerciales para cuestiones de recreación? (Cines, restaurantes, videojuegos, helado, boliche, pasear, casino, shopping, etc.)
1.Dos días o más a la semana 2.Semanalmente 3.Quincenalmente 4.Mensualmente
5.Nunca los visita 6. Ya no los visita 6.NR 7.Otro _____
- 26- ¿Por qué nunca los ha visitado? 1.Sí los ha visitado 2.NR 3. _____
- 27- ¿Por qué ya no los visita? 1.Sí los visita 2.NR 3. _____
- 28- ¿Cuáles son los lugares más frecuentes que visita en los centros comerciales para cuestiones de recreación? (Aunque no compre nada) 1.Cines 2.Restaurantes 3.Videojuegos 4.Helados
5.Boliche 6.Casino 7.Ropa 8.Café 9.No visita 10.NR 11.Otro _____
- 29- En general, cuando compra algo (como ropa, comida, una película, un cd de música, celular, accesorios personales y electrodomésticos) ¿Prefiere que sea un producto de marca o le da igual?
1.Preferiría de marca 2.Me da igual 3.NR 4.Otra _____
- 30- Aproximadamente, ¿Cuánto se gasta en estos lugares cada vez que los visita? (por persona)
1.Menos de \$100 2.Más de 100 Menos de 200 3.Más de 200 menos de 300 4.NR
5.Otra _____
- 31- ¿Está en alguna red social?
1.Sí 2.No 3.NR
- 32- ¿Cuál? 1.Facebook 2.Twitter 3.Messenger 4.GooglePlus 5.No tiene
7.NR 8.Otra _____
- 33- ¿Cuántos días a la semana las usa?
1.De 5 a 7 días 2.No tiene 3.NR 4.Otro _____
- 34- Aproximadamente, ¿Cuántas horas al día? 1.No tiene 2.NR 3. _____
- 35- ¿Ve televisión?
1.Sí 2.No 3.NR
- 36- Más o menos, ¿Cuántas horas al día la ve? 1.No la ve 2.NR 3. _____
- 37- ¿Cree que en la televisión se muestra unos tipos de mujeres que no coinciden con la realidad?
1.Sí 2.No 3.No sabe (NS) 4.NR
- 38- ¿Qué tipo de mujeres ve/observa? 0. _____
1.Muestran todos los estilos de mujeres 2.NS 3.NR **4.Otro** _____
- 39- ¿Considera que se debe incluir todo tipo de mujeres en los medios de comunicación?
1.Se debe cambiar 2.Así está bien 3.Sí se incluyen 4.NS 5.NR 6.Otra _____
- 40- ¿Por qué? 1. Sí se incluyen 2.NS 3.NR 4. _____
- 41- ¿Tiene algún ideal de pareja? 1.Sí 2.No 3.NR
- 42- ¿Cuál es ese tipo? 0. _____
1.NR **2.Responde al estereotipo de los medios** 3.Otro _____
- 43- ¿Por qué ese es su ideal? 1.NR 2. _____
- 44- ¿Alguna vez ha tenido una pareja que cumpla con ese ideal? 1.Sí 2.No 3.NR
- 45- De las siguientes opciones, ¿qué entiende por la palabra “mujer pública”?
1.Mujer que está en el ámbito público 2.Mujer que es puta/prostituta 3.Una mujer que tiene muchos hombres 4. NR 5.Otra _____
- 46- ¿Sabe acerca del tema de la trata de personas? (pedir que comenten)
0. _____ 1. Sí 2.No 3.NR
- 47- ¿Consideraría al movimiento feminista como el más adecuado para la defensa de los derechos

- de las mujeres? 1.Sí 2.No 3.NR 4.Otro_____
- 48- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 49- ¿Usted considera que estuvo bien que las mujeres salieran del ámbito privado al público para poder desempeñarse en cualquier tarea como los hombres? (explicar esta pregunta si es necesario)
1.Sí 2.No 3.NS 4.NR
- 50- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 51- ¿Cree que las mujeres saben desenvolverse debidamente en el ámbito público? (política, economía)
1.Sí 2.No 3.NR 4.Otra _____
- 52- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 53- ¿Cree que les falta mucho por aprender? 1.Sí 2.No 3.Ellas nunca van a aprender 4.NR
5.Otro_____
- 54- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 55- ¿Cree que actualmente en México existe una cultura machista? 1.Sí 2.No 3.NR
- 56- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 57- ¿Cree en el instinto materno? 1.Sí 2.No 3.NR 4.Otro_____
- 58- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 59- ¿Cree en el instinto paterno? 1.Sí 2.No 3.NR 4.Otro_____
- 60- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 61- ¿Cree que las mujeres están mejor equipadas que los hombres biológicamente para cuidar a los hijos? 1.Sí 2.No 3.NR 4.Otro_____
- 62- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 63- ¿Cree que una mujer para alcanzar su plenitud deba tener hijos?
1.Sí 2.No 3.Por lo general 4.NR 5.Otro_____
- 64- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 65- ¿Qué diferencias no físicas encuentra entre un hombre y una mujer? (Cualidades, capacidades, actos, expresiones, sentimientos, pensamientos, percepciones)
0.1.Hombre: _____
0.2.Mujer: _____
1.Ninguna 2.NR 3.Otra _____
- 66- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 67- ¿Usted considera que existen trabajos propios de hombres y propios de mujeres?
1.Sí 2.No 3.NR
- 68- ¿Cuáles? 1.Ninguno 2.NR 3.Otra _____
0.1.Hombres: _____
0.2.Mujeres: _____
- 69- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 70- ¿Cree que las mujeres están mejor preparadas biológicamente para las tareas domésticas que los hombres? 1.Sí 2.Igual de preparados 3.NR 4.Otra _____
- 71- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 72- ¿Cree que los hombres son mejores manejando cuestiones políticas que las mujeres?
1.Sí 2.No 3.NR 4.Otra_____
- 73- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 74- ¿Cree que los hombres son mejores líderes políticos que las mujeres?
1.Sí 2.No 3.NR 4.Otra_____

- 75- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 76- ¿Cree que los hombres son mejores que las mujeres en el manejo de una empresa, en cuanto a cuestiones administrativas y de toma de decisiones?
1.Sí 2.No 3.NR 4.Otra _____
- 77- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 78- ¿Consideraría que es más sano para una relación de pareja (o matrimonio) que el hombre gane más, o por lo menos igual que la mujer, para evitar conflictos?
1.Sí 2.No 3.Que gane más 4.NR 5.Otra _____
- 79- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 80- ¿Usted pensaría que las mujeres que no tienen hijos por decisión propia están yendo contra su naturaleza? 1.Sí 2.No 3.NR 4.Otra _____
- 81- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 82- ¿Usted se consideraría mujeriego?
1.Sí 2.No 3.NR 4.Otra _____
- 83- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 84- ¿Cree que los hombres son más promiscuos que las mujeres?
1.Sí 2.No 3.NR 4.Otra _____
- 85- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 86- ¿Cree que puede existir una amistad entre un hombre y una mujer? (que se piensen el uno a la otra como personas con buen atractivo)
1.Sí 2.No 3.NR 4.Otra _____
- 87- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 88- ¿Ha llegado a presumir con sus amigos sus relaciones sexuales?
1.Sí 2.No 3.NR 4.Otra _____
- 89- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 90- ¿Alguna vez ha pagado por servicios sexuales de cualquier tipo?
1.Sí 2.No 3.NR 4.Otra _____
- 91- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 92- De las siguientes opciones, ¿Cuál cree usted que sería la que describiría la principal razón por la que las mujeres trabajan en el sexoservicio? 1.Porque les gusta 2.Porque las obligan 3.Por dinero
4. Porque no saben hacer otra cosa 5.Por decisión propia 6.Por placer 7.NR
6.Otra _____
- 93- ¿Por qué? 0. _____ 1.NR 2.Otro.
- 94- ¿Cree que una mujer que trabaja en el sexoservicio pueda ser buena madre?
1.Sí 2.No 3.NR 4.Otra _____
- 95- ¿Cree que tenga más valor social una mujer profesionalista que una ama de casa?
1.Sí 2.No 3.No respondió 4.Otra _____
- 96- ¿Y una profesionalista ama de casa tiene más valor social que sólo una ama de casa?
1.Sí 2.No 3.No respondió 4.Otra _____
- 97- ¿Cree que una prostituta sería menos respetable que una ama casa?
1.Sí 2.No 3.No respondió 4.Otra _____
- 98- ¿Y una prostituta ama de casa sería menos respetable que sólo una ama de casa?
1.Sí 2.No 3.No respondió 4.Otra _____

ANEXO III

DEFINICIÓN, ADJETIVO Y CONJUGACIÓN DEL VERBO OBJETIVIZAR

Objetivización: f. Acción y efecto de objetivizar.

Objetivizar: tr. Dar cualidad de objeto al cuerpo de una persona. Principalmente a los cuerpos de las mujeres.

Conjugación:

Infinitivo	Participio	Gerundio
objetivizar	objetivizado	objetivizando
INDICATIVO		SUBJUNTIVO
Presente	Futuro simple o Futuro	Presente
objetivizo objetivizas / objetivizas objetiviza objetivizamos objetivizáis / objetivizan objetivizan	objetivizaré objetivizarás objetivizará objetivizaremos objetivizaréis/objetivizarán objetivizarán	objetivice objetivices objetivice objetivicemos objetivicéis / objetivicen objetivicen
Pretérito imperfecto o Copretérito	Condicional simple o Pospretérito	Pretérito imperfecto o Pretérito
objetivizaba objetivizabas objetivizaba objetivizábamos objetivizabais / objetivizaba objetivizaban	objetivizaría objetivizarías objetivizaría objetivizaríamos objetivizaríais / objetivizarían objetivizarían	objetivizara u objetivizase objetivizaras u objetivizases objetivizara u objetivizase objetivizáramos u objetivizásemos objetivizarais u objetivizaseis / objetivizaran u objetivizasen objetivizaran u objetivizasen
Pretérito perfecto simple o Pretérito		Futuro simple o Futuro
objetivicé objetivizaste objetivizó objetivizamos objetivizasteis/objetivizaro n objetivizaron		objetivizare objetivizares objetivizare objetivizáremos objetivizareis / objetivizaren objetivizaren
IMPERATIVO		
objetiviza (tú) / objetiviza (vos) objetivizad (vosotros) / objetivicen (ustedes)		