# Editorial

Vaya una crítica al DIF y a su propaganda. 1994 fue declarado Año Internacional de la Familia y el Sistema de Desarrollo Integral de la Familia, lo aprovechó para hacer grandes campañas publicitarias con el lema ¡Viva la Familia!

Y si, que viva, pero ¿que tipo de familia? Porque aparentemente para el DIF no hay más que un tipo: la familia tradicional patriarcal compuesta por papá, mamá y niños bien educados. ¡Viva la familia!

También existe la abuela agradecida de que la dejen sentirse útil y parte de esa familia, al encargarle el cuidado eventual de los nietos. ¡Viva la familia!

El padre, proveedor, no participa en forma igualitaria en el cuidado del hogar y de los hijos. De hecho parece no participar jamás porque cuando la madre se ausenta, no sabemos si por enfermedad o alguna otra emergencia, él se percata, y asi se lo dice, de lo importante que es la labor femenina dentro del hogar. Ahora la aprecia más. ¡Viva la familia!

Desde luego la campaña no entra en el pequeño detalle del valor económico del trabajo doméstico.

Para culminar el Año, hace unas semanas se inició una campaña dirigida a los hombres, padres de familia, a través de la cual se les informa que ellos son el capitan de la nave familiar y los responsables de sortear las mareas y llevar el barco a puerto seguro. ¡Viva la familia!

En esta campaña no se promueve la democracia familiar y mucho menos la participación igualitaria de las mujeres. Lo menos que se puede decir es que el DIF está inadecuadamente atrasado en relación al papel femenino dentro de la familia y que parecen ignorar que el 45 por ciento de los hogares mexicanos, están encabezados por mujeres.