

1. Mujeres jóvenes
2. Trabajo

12.09
M 894
305

CENTRO DE ESTUDIOS DE LA MUJER
FACULTAD DE PSICOLOGIA
U. N. A. M.

PRIMER SEMINARIO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE
DE ESTUDIOS DE LA MUJER,

CEESTEM

3 al 7 de octubre de 1983.

/LA MUJER JOVEN EN EL COMERCIO/

ALICIA MOSCARDI CERVERA

CENTRO DE ESTUDIOS SOBRE
LA JUVENTUD

CONSEJO NACIONAL DE RECURSOS PARA
LA ATENCION DE LA JUVENTUD (CREA)

Providencia No. 724

Col. Del Valle

México, D.F.

LA MUJER JOVEN EN EL COMERCIO
Alicia Moscardi Cervera.

La falta de información concreta y de trabajo teórico sobre la mujer y la juventud en México, quizá se pueda explicar por el corto período de tiempo que se ha dedicado a su estudio; es sólo en estas últimas décadas que ambos sectores sociales surgen como posibles sujetos de su propia historia. Hasta hace poco, la condición de desigualdad que ambos sectores experimentan frente a otros sectores sociales se percibía como natural, universal y verídico.

Ambas categorías -juventud y mujer- no representan un grupo social homogéneo sino que ambas se matizan con otras categorías tales como clase, religión, cultura, sexo y edad, y así están conformadas por distintos fenómenos sociales que tienen contradicciones entre sí. No obstante, existen rasgos globales que hacen de la condición de mujer o de joven un fenómeno específico con pautas y normas distintas y menospreciadas frente a la falta de consenso sobre una definición concreta de lo que es juventud, por lo que hay que considerar los otros factores sociales que influyen sobre esta etapa de la vida humana como determinantes en una definición cualitativa del fenómeno.

En el mismo sentido, la división sexual del trabajo y los efectos de éste se experimentan de distintas maneras según cada forma de organización productiva y de acuerdo a pautas culturales concretas. En un país como México, cuyo proceso de desarrollo ha sido desigual, combinando diversas formas de producción existen, por un lado, mujeres jó-

venes que han ido modificando y cambiando patrones socialmente reconocidos que ponen de manifiesto su condición de marginalidad, y por el otro, subsiste una gran parte de la población donde la socialización, en relación a los roles sexuales, se traduce para las mujeres jóvenes, y aún para los niñas, en una responsabilidad que no se diferencia esencialmente de las mujeres mayores, siendo así una juventud despojada de la posibilidad de ser parte de una fuerza transformadora.

En realidad, si bien todas las mujeres jóvenes tienen en común la culminación de su formación y maduración biológica, ello trae aparejado una consecuente y diferente inserción en los procesos de producción y reproducción social. Es decir, que esta inserción variará en tiempo, cantidad y calidad de acuerdo a su situación de clase, por lo que un concepto global de edad es un parámetro que puede contemplar todas las variantes del proceso juventud en todas sus manifestaciones sociales.

Partiendo de estas reflexiones conceptuales la presente investigación, que se encuentra en su etapa inicial, pretende caracterizar y diferenciar las condiciones de trabajo y las expectativas de gran cantidad de mujeres que laboran en medianos comercios y en centros comerciales, tomando en cuenta su condición de mujer joven y de trabajadora.

La fase actual del sistema capitalista, lo que se denomina capitalismo monopolista, trae consigo una serie de cambios que afectan la estructura social en su conjunto. En este proceso, debido a que cada vez es mayor el grado de acumulación de capital, se produce un acele-

rado desarrollo del sector terciario -servicios y comercio-, sector que interesa por la magnitud considerable que ha alcanzado en el país. Los cambios, producto de este crecimiento, se observan en la composición de los grupos sociales y, como consecuencia, en la estructura del empleo; en México esto ha ido produciendo una rápida formación de nuevos asalariados a los que se incorporan gran cantidad de mujeres, predominantemente en zonas urbanas.

Es en este sector, que contempla actividades tan heterogéneas, donde la mano de obra femenina adquiere contornos importantes por su participación es donde la mujer joven participa en mayor grado.

Dada la amplitud del sector, se ha seleccionado, por el desconocimiento existente de su composición, un área de empleo desempeñado en su mayoría por mujeres: las trabajadoras en medianos comercios y en las grandes cadenas de establecimientos comerciales (Blanco, Aurrerá, Comercial Mexicana, Sumesa, Samborns, Suburbia, Palacio de Hierro, etc.) las que observadas detenidamente son mujeres muy jóvenes.

En esta rama de la actividad económica se advierte que la monopolización creciente hace que día a día sobresalgan los grandes monopolios comerciales que concentran la mayor parte de la riqueza producida socialmente, desplazando así a las pequeñas tiendas y misceláneas de los alrededores que, dicho sea de paso, concentra también a gran cantidad de mujeres.

En estos centros, las mujeres desempeñan variadas funciones, desde cajera hasta seleccionadora de carnes, frutas, verduras, demostradora de artículos en diferentes secciones etc. Las condiciones de trabajo son terriblemente inseguras y los salarios muy bajos; tienen contratos mensuales mientras están "a prueba", que en ocasiones se prolonga durante meses, ahorrándole por supuesto a la empresa el pago de prestaciones, como aguinaldos, servicios médicos, etc.

Por otra parte, existen diferencias entre un centro comercial y otro, en los que no varían sustancialmente las condiciones de trabajo, aunque en los más exclusivos el acceso a ellos se hace más difícil para jóvenes de extracción humilde, ya que en estos grandes almacenes exigen como requisito indispensable una "buena presentación" y ello implica determinado esquema de belleza y vestir a la moda.

Nuestra hipótesis al respecto contempla que este verdadero ejército de mujeres jóvenes que participan en dichas actividades provienen de sectores heterogéneos, en los cuales habrá de distinguirse, por un lado, el acceso diferente que tienen con respecto a los bienes de consumo; y por el otro, su participación, también diferente, en actividades determinadas por el grado de escolaridad con el que cuentan. El trabajo en medianos comercios y en grandes centros comerciales realizados por mujeres jóvenes refleja, por lo general, la estructura de clases del propio sistema. En base a rasgos generales se tendría que:

1. Las mujeres de clase media que trabajan obtienen los mejores --

puestos porque son contratadas por su apariencia, generalmente son "atractivas" y están "bien vestidas".

2. Las mujeres que provienen de sectores más humildes son relegadas a puestos secundarios, y por supuesto a salarios menores, aunque su preparación sea mejor; y a pesar de que "la buena presentación" cuenta mucho, son contratadas por su rendimiento, y por su vulnerabilidad frente a las exigencias de los patrones.
3. El grado de educación es uno de los determinantes en el acceso a los diferentes trabajos. Indudablemente se presentan desigualdades entre las empleadas en los diferentes puestos desempeñados, y entre los diferentes establecimientos comerciales. (ejemplo perfumería/carnicería y Aurrerá/Palacio de Hierro).

Por lo tanto, caracterizar y diferenciar las condiciones de trabajo desempeñado por mujeres jóvenes que laboran en este tipo de comercios, así como esclarecer el panorama de su cotidianidad y problemas a los que se ven expuestas es una tarea que se hace necesaria para dilucidar, por un lado, el panorama de este sector de la economía que, en los últimos diez años, ha sufrido un crecimiento y monopolización desmesurado y que en época de crisis económica son los que más se benefician; y por el otro, determinar cómo el estrato social, el sexo y la edad son dimensiones distintas de desigualdad social, tratando de

conocer, asimismo, cuáles son los diversos tipos o formas de interacción.

A su vez, la condición de las mujeres concretas no puede desvincularse de su entorno, por lo que aproximarnos a las desigualdades que sufren, tanto en su esfera privada como pública es ineludible para determinar la vinculación entre dos formas de diferenciación social. Por lo tanto, hay que poner de manifiesto y analizar niveles como: procesos de trabajo, prestaciones y servicios proporcionados, condiciones contractuales, jornadas de trabajo; al igual que mecanismos de relación establecidos con la patronal, con compañeros/as de trabajo, con la familia de origen y de nueva formación, el hostigamiento sexual explícito e implícito a que se ven expuestas las mujeres en sus trabajos, la participación sindical y política, las necesidades de consumo creadas por la sociedad y por el puesto desempeñado, los tipos y expectativas de movilidad ocupacional y social de las jóvenes.

Por último, también es necesario ahondar en cómo esta joven asalariada responde o es afectada por los cambios que se producen en la sociedad, y ver si éstos están acompañados o no de transformaciones ideológicas.

Todo este panorama integral de relaciones y correlaciones se pretende investigar en las mujeres jóvenes tanto solteras como casadas, en unión libre; divorciadas, separadas, madres solteras o abandonadas; y puesto que el desarrollo del gran comercio, se dá, en los centros urbanos la investigación se está desarrollando en el Distrito Federal y la Zona Metropolitana.