

Tortillas artesanales mazahuas y biodiversidad del maíz nativo. Reflexiones desde el ecofeminismo de la subsistencia

Cárdenas Marcelo, Alma Lili; Vizcarra Bordi, Ivonne; Espinoza-Ortega, Angélica; Espinosa Calderón, Alejandro

Tortillas artesanales mazahuas y biodiversidad del maíz nativo. Reflexiones desde el ecofeminismo de la subsistencia

Sociedad y Ambiente, núm. 19, 2019

El Colegio de la Frontera Sur, México

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=455759501011>

DOI: <https://doi.org/10.31840/sya.v0i19.1944>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Tortillas artesanales mazahuas y biodiversidad del maíz nativo. Reflexiones desde el ecofeminismo de la subsistencia

Artisanal Mazahua Tortillas and Native Maize Biodiversity. Reflexion from the Ecofeminism of Subsistence

Alma Lili Cárdenas Marcelo
Universidad Autónoma del Estado de México, México
almalili77@hotmail.com

 <http://orcid.org/0000-0003-2513-960X>

Ivonne Vizcarra Bordi
Universidad Autónoma del Estado de México, México
ivbordi@yahoo.com.mx

 <http://orcid.org/0000-0003-4456-8450>

Angélica Espinoza-Ortega
Universidad Autónoma del Estado de México, México
angelica.cihuatl@gmail.com

 <http://orcid.org/0000-0002-5968-0587>

Alejandro Espinosa Calderón
Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias, México
espinoale@yahoo.com.mx

DOI: <https://doi.org/10.31840/sya.v0i19.1944>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=455759501011>

Recepción: 02 Octubre 2018
Aprobación: 05 Febrero 2019

RESUMEN:

El trabajo retoma al ecofeminismo de la subsistencia para conocer la participación de las mujeres en la conservación de los maíces nativos a través de la elaboración y venta de tortillas artesanales. Es un estudio etnográfico feminista que pretende dar visibilidad a las relaciones de género que resultan en negociaciones entre mujeres y hombres que sostienen la continuidad alimentaria maíz-tortillas artesanales. Para ello se llevaron a cabo tres tipos de entrevistas (a profundidad, semiestructuradas y estructuradas) a mujeres y hombres ≥ 18 de años de edad, que participan en actividades relacionadas con la continuidad alimentaria maíz-tortillas artesanales en el mercado La Placita de Ixtlahuaca, Estado de México. Los resultados se agruparon en tres tipos de actores/as: mujeres que elaboran y venden tortillas artesanales, productores/as de maíces nativos y consumidores/as de tortillas. Se discuten las negociaciones entre grupos, así como la influencia de factores externos como la siembra de maíces mejorados y el acceso a maíz nativo. Se concluye que la permanencia de los maíces nativos se debe a las relaciones y negociaciones que articulan las mujeres que elaboran y venden tortillas entre productores/as y consumidores/as, vinculadas a las estrategias de subsistencia.

PALABRAS CLAVE: tortillas, maíz nativo, género, ecofeminismo de la subsistencia, biodiversidad.

ABSTRACT:

This paper examines the ecofeminism of subsistence in order to determine the participation of women in the conservation of native maize through the production and sale of artisanal tortillas. It is a feminist, ethnographic study, designed to lend visibility to the gender relationships that result in negotiations between the men and women that sustain the food continuity between maize and artisanal tortillas. Three types of interviews were conducted (in depth, semi-structured and structured) with men and women ≥ 18 years, who participate in activities related to the food continuity between maize and artisanal tortillas in the La Placita market of Ixtlahuaca, in Mexico State. The results are grouped into three types of actors: women who make and sell artisanal tortillas, landrace corn producers and tortilla consumers. Negotiations between groups are discussed, together with the influence of external factors such as the sowing of improved corn and access to landrace corn. The article concludes that the permanence of landrace

corn is linked to the relationships and negotiations established by the women who make and sell tortillas between producers and consumers, linked to subsistence strategies.

KEYWORDS: tortillas, landrace corn, gender, subsistence ecofeminism, biodiversity.

INTRODUCCIÓN

Las tortillas artesanales elaboradas con maíz nixtamalizado son uno de los componentes más importantes de la comida mexicana, reconocida como patrimonio intangible de la humanidad (UNESCO, 2010). Las cocinas tradicionales mexicanas son concebidas como el resultado de una actividad comunitaria e influyente que articula la cohesión social, sin dejar de ser intercultural y con un amplio legado intergeneracional (Kohsaka, 2017) ¹. Su riqueza se sustenta en la diversidad biológica, agrícola y cultural, siendo el mejor ejemplo de ello el maíz (*Zea mays*) al contar con 59 razas nativas y más de 300 variedades (Ortega, 2007), con las cuales se preparan más de 700 platillos diferentes a lo largo y ancho del país (Oseguera y Ortega, 2016), entre los que resaltan las tortillas en sus diferentes presentaciones. En la mayoría de las ocasiones, las tortillas acompañan a otros alimentos o son el alimento principal de los hogares campesinos e indígenas. No por nada, las tortillas de maíz han sido desde hace más de 3 500 años el alimento básico del pueblo mexicano (Torres, 2009; González-Jácome, 2016).

Desde la época precolombina la confección de las tortillas ha estado en manos de las mujeres, como parte de la división sexual del trabajo y designada por su género, por lo que pasaban gran parte del día de rodillas frente al metate y el comal (Vizcarra, 2002). En las crónicas de Bernardino de Sahagún (2006), se menciona que eran consideradas cualidades de una buena mujer el saber guisar, amasar y hacer las tortillas redondas. Éstas eran elaboradas ya sea para su consumo en los hogares o para su venta en espacios públicos como los tianguis/mercados (Díaz de Castillo, 1837). Fue en el periodo de la colonia cuándo se implementó la siembra de trigo al ser el principal alimento del pueblo español, forzando a las mujeres mexicanas a preparar alimentos con este nuevo grano, cuyo resultado fue la “tortilla de trigo” (mezcla de masa de maíz y trigo molido) (Vizcarra, 2002).

Durante este tiempo las técnicas de la elaboración de tortillas no se vieron modificadas y, aunque aún siguen formando del legado de muchas cocinas mexicanas, a través del tiempo se han incorporado instrumentos de trabajo que facilitan su elaboración. Así por ejemplo, en el siglo XIX se fueron introduciendo poco a poco molinos manuales domésticos de fácil manejo para las mujeres y, a finales del siglo XIX, surgieron los primeros molinos de nixtamal mecanizados. Posteriormente se inventaría el “aplastón”, primera prensa manual para realizar tortillas, con el cual las mujeres podían liberarse de palmea la masa para formar la tortilla. Con ambas tecnologías se impulsó la automatización que culminaría con el invento de las maquinas tortilladoras Celorio en 1946 (Torres, 2009). La introducción de las tecnologías mecanizadas y su automatización en la elaboración de tortillas (tortillerías) ha cuestionado si la liberación de la esclavitud del metate y de la confección de tortillas palmeadas, significó una victoria para las mujeres o sólo el principio del despojo que se aproximaba bajo el manejo y ejecución de los hombres (Keremitsis, 1983; Escobar, 2007).

Por otro lado, con el crecimiento demográfico de las ciudades de mediados del siglo XX, aumentó la demanda de consumo de tortillas de maíz y con ello la proliferación de las tortillerías automatizadas y el aumento de la demanda del grano. Para satisfacer la creciente demanda, se observó que en un corto periodo (de la segunda mitad del siglo hasta inicios del siglo XXI), no sólo se redujo la superficie de producción donde se mantiene la diversidad de granos nativos sino que, junto con la expansión de la agricultura intensiva de monocultivos que emplea semillas híbridas con altos niveles de dependencia de insumos agroquímicos (Massieu y Lechuga, 2002), surge y se extiende la industria de harinas de maíz para abastecer la fabricación de tortillas y otros alimentos como son el grupo industrial Maseca GRUMA (Rendón y Morales, 2008) ².

En la actualidad, esta estrecha relación entre agriculturas intensivas de maíz mejorado o híbrido y la agroindustria de maíz, son ahora la antesala de la introducción de maíces transgénicos que amenazan la bioseguridad basada en la diversidad de maíces nativos a lo largo del territorio mexicano (García y Toscana, 2017) y que además ponen en riesgo la seguridad alimentaria en términos de inocuidad y soberanía (De la Tejera, *et al.*, 2013). De hecho, el estudio reciente de González-Ortega *et al.* (2017) muestra rastros de maíces transgénicos en las tortillas industrializadas con harinas de maíz en México.

Si bien existen pocos estudios que explican la coexistencia de los mercados de las tortillerías automatizadas que usan harina de maíz (Maseca o Minsa) con la de los mercados donde se elaboran y venden tortillas artesanales (Nuñez y Sempere, 2016; Ortega, 2018), la interrogante del porqué las mujeres continúan reproduciendo su oficio artesanal frente a estas transformaciones y amenazas, ha sido de las menos exploradas en los estudios de género y alimentación (Vizcarra, 2018).

En estos estudios resalta que las tortillas elaboradas a mano por las mujeres continúan manteniendo el sustento de muchos hogares mexicanos principalmente porque forman parte substancial de la dieta diaria y/o, al ser vendidas por las propias mujeres, representan una estrategia para obtener ingresos familiares (Vizcarra, 2006; Ortega *et al.*, 2018). Gracias a ello, las mujeres que elaboran y/o venden tortillas artesanales han logrado mantener una continuidad de la vida relacionada directamente con el resguardo de la biodiversidad que, en una perspectiva teórica, se le ha identificado con la corriente del *ecofeminismo de la subsistencia* (Merchant, 1996) también llamado la ciencia de la subsistencia (Rocheleau *et al.*, 1996). Esta postura ha sido criticada por su esencialismo que condena a las mujeres a la naturaleza-subsistencia-reproducción y a los hombres a la cultura-tecnología-producción (Biehl, 1991; Vázquez y Velázquez, 2004). Pese a estas críticas, aún se reconoce que los hombres “participan con mayor intensidad en las economías comerciales locales y regionales. Inevitablemente, el estatus del trabajo de la mujer declina al tiempo que se ve relegada a actividades de subsistencia” (Escobar, 2007:191).

En la actualidad, la teoría ecofeminista ha ido más allá de los principios del dualismo para posicionarse en el pensamiento crítico antipatriarcal, el cual reconoce la existencia de una relación estrecha entre las desigualdades sociales que atraviesan las mujeres y la degradación ambiental que atenta contra los medios de subsistencia (Puleo, 2000). Esta relación se traduce a su vez en la desvaloración “sistémica de las mujeres respecto a los hombres con el empobrecimiento y el daño a los ecosistemas” lo que ha imposibilitado pensar en soluciones conjuntas (Ramírez, 2012: 107). El ecofeminismo de la subsistencia recoge sobre todo las experiencias de las mujeres de los países pobres que buscan mantener o recuperar las condiciones para la supervivencia humana en las circunstancias actuales de deterioro de los ecosistemas poniendo, por encima de los intereses de la producción de bienes y servicios, la continuidad de la vida humana en un sentido más amplio, el del equilibrio ecológico. Para ello, los arreglos sociales entre género, generaciones, etnias y clases buscarán que la interdependencia humana-cultural con la naturaleza-sociedad sea un continuo de la vida humana y no humana (Apffel, 1991 en Ramírez, 2012: 185).

Sin lugar a dudas ésta es una postura decolonial³, cuyas innovaciones de subsistencia que surjan de estos arreglos deberán combatir de inicio las desigualdades que imperan en el sistema patriarcal y capitalista, las cuales no sólo han puesto en desventaja a las mujeres pobres e indígenas cuando el deterioro ambiental pone en riesgo sus medios de supervivencia, sino que además por la asignación de roles que las estigmatiza al cuidado de los otros, las políticas económicas globales trasladan muchos costos sociales y ambientales a las mujeres del campo, cuando ellas se ven implicadas en las estrategias de recuperación de esos medios (Mies y Shiva, 2014). Lo cierto es que, gracias a esas condiciones, las estrategias de subsistencia ecofeministas plantean formas alternativas de continuidad de la vida, fundamentadas en la conservación de la biodiversidad, como son los granos nativos y otras plantas destinadas a la alimentación (Puleo, 2011; Papuccio, 2014; Zuluaga, 2014; Puleo, 2017; Rincón y Vizcarra, 2017). Al mismo tiempo, cuestionan y resisten los embates que generan las economías de mercado sobre el aprovisionamiento de alimentos, producidos con esquemas de

sometimiento de la naturaleza a través de la biotecnología/biogenética, los monocultivos y las patentes (Shiva, 2001; Ramírez, 2012; Vizcarra *et al.*, 2013).

El presente artículo tiene como objetivo conocer las estrategias que permiten la participación de las mujeres en la conservación de los maíces nativos a través de la elaboración y venta de tortillas artesanales en los mercados locales, retomando el ecofeminismo de la subsistencia. Si bien existen diversos estudios que evidencian cómo hombres y mujeres tienen diferentes consideraciones para seguir sembrando maíces nativos (Hellin *et al.*, 2010; Rincón y Vizcarra, 2017; Rodríguez *et al.*, 2017; Munguía-Aldama *et al.*, 2018), poco se ha visibilizado la influencia de las mujeres sobre la elección del maíz que se emplea para la elaboración y venta de tortillas (Vizcarra, 2018). Román y Guzmán (2013), señalan que las mujeres son las que recomiendan o siguen a los hombres qué semilla se ha de sembrar para el autoconsumo. En consecuencia, la limitación a los espacios cerrados como el hogar han restringido su poder de decisión. Sin embargo, en los espacios públicos como la venta de tortillas en los mercados, las mujeres tienen mayor autonomía al momento de elegir qué tipo de maíz usar (Ortega *et al.*, 2017).

METODOLOGÍA

Para el logro del objetivo, el trabajo se realizó en los mercados que confluyen en la cabecera municipal de Ixtlahuaca, el Estado de México, los cuales pertenecen y dan vida económica, social y cultural a la etnoregión mazahua. Se privilegió la metodología cualitativa con la finalidad de conocer las relaciones de género que resultan en negociaciones entre mujeres y hombres, que sostienen la continuidad alimentaria de maíz-tortillas artesanales. El trabajo de campo se llevó a cabo de octubre de 2016 a julio de 2018, el cual incluyó observación participante y entrevistas a mujeres y hombres ≥ 18 de años, que aceptaron colaborar en el estudio mediante consentimiento informado (Martínez-Salgado, 2012).⁴ Se realizaron tres tipos de entrevistas que alcanzaron el punto de saturación de información (DiCicco-Bloom y Crabtree, 2006):

- 16 entrevistas a profundidad a mujeres originarias del municipio de Ixtlahuaca que se dedican a la elaboración y venta de tortillas artesanales de maíz nativo.⁵
- 12 entrevistas semiestructuradas: tres a productoras y nueve a productores de maíces nativos que venden sus granos en los mercados donde confluyen las mujeres que elaboran y venden tortillas artesanales.
- 124 entrevistas estructuradas a 62 consumidoras y 62 consumidores de diferentes tipos de tortillas de maíz (artesanales o no; compradas o no) que frecuentan los distintos tianguis-mercados para indagar acerca de su conocimiento y sus preferencias sobre los tipos de tortillas.

Cabe mencionar que la presente investigación forma parte de otra más amplia en la que se estudia, desde la interseccionalidad (edad, género y etnia), cómo los ciclos de vida domésticos en los que se encuentran las mujeres entrevistadas (nido vacío, con hijos en edad preescolar o escolar, y con hijos mayores de 15 años), su nivel educativo y el acceso a redes de confianza familiar (para cuidar a sus hijos pequeños y poder salir a vender), son factores que determinan fuertemente en qué tipo de mercado se insertan las mujeres para vender sus tortillas (Cárdenas, 2018). Para este artículo sólo se analizan las estrategias femeninas, los arreglos en las relaciones de género con los/las productores y la importancia de las preferencias de los/las consumidores por estas tortillas en un sólo tipo de mercado, el de La Placita. Lo anterior debido a que en éste existe una mayor presencia femenina en la elaboración y venta de las tortillas de maíz nativo, por lo que promueven de alguna manera la conservación de la biodiversidad. Por esta razón, la unidad de análisis no se centra en los hogares de las mujeres —aunque forman parte de la reflexión— sino que se considera la experiencia de las y los sujetos sociales que intervienen en la elaboración y venta de tortillas de maíz en el espacio público, ya que es a través de ésta que se pueden observar los arreglos sociales entre sujetos para subsistir.

IXTLAHUACA Y SUS MERCADOS

El municipio de Ixtlahuaca, Estado de México, conforma uno de los doce municipios de la etnoregión mazahua (Sandoval, 1997). Tiene una altitud promedio de 2 540 msnm y una temperatura media de 14 °C. Su extensión territorial es de 336.48 km², de los cuales en el 74.81 % se siembra maíz (34.2 % punta de riego y 65.8 % temporal) (SEDAGRO, 2018). Se conforma geográficamente por la cabecera municipal (Ixtlahuaca de Rayón), 45 manzanas y 53 comunidades. Para el 2010 contaba con una población total de 141 482 habitantes; 73 094 mujeres y 68 388 hombres: de éstos el 28.2 % se encuentra en situación de pobreza extrema, el 14.07 % hablaba alguna lengua indígena (7.56 % mujeres y 6.51 % hombres) y se reportaban 30 832 hogares y viviendas donde el 21.11 % estaban encabezadas por jefas de familia (CONEVAL, 2018).

En la etnoregión mazahua se pueden encontrar las siguientes razas de maíz: cónico, chalqueño, elotes cónicos, cacahuacintle, palomero toluqueño (catalogado en peligro de extinción por la CONABIO en 2010) y arrozillo, así como sus respectivas variedades: negro, azul, rojo, blanco, amarillo, rosado y pinto, entre otras. Dadas las condiciones ambientales, las cosechas tienden a ser irregulares debido a las variaciones de precipitación pluvial y su exposición a heladas tempranas (Segundo, 2014). En la parte cultural, González y Reyes (2014) señalan que el maíz en el Valle de Ixtlahuaca se emplea principalmente para el autoconsumo, pero que además sostiene un papel fundamental en sus procesos sociales, alimenticios, ideológicos y religiosos, mismos que se ven reflejados en celebraciones como la bendición de semillas el día 3 de mayo y la fiesta del maíz el 15 de agosto, donde se acostumbra poner flores en las cuatro esquinas de las milpas en un acto de “florear la milpa”.

Además del acceso directo a la diversidad de maíces, alimentos y elementos de los hogares campesinos, requeridos para la vida cotidiana y la realización de rituales y ceremonias, éstos se pueden adquirir en el tianguis de los lunes de la cabecera municipal de Ixtlahuaca que es el más grande de los doce municipios que conforman la etnoregión mazahua (González y Vega, 2016). Otro tianguis que confluye en el mismo espacio pero de manera sexagesimal, es el llamado La Placita. El tianguis del lunes es un mercado de tipo itinerante conformado por seis espacios diferenciados. Por su parte, La Placita se instala de martes a domingo a un costado de la terminal de autobuses (Figura 1). Con una extensión aproximada de 4 000 m², La Placita comenzó como un gesto de subsistencia en el que confluían pequeños productores/as y recolectores/as, para vender o intercambiar en las calles sus productos (de la milpa, monte y traspatio) en diferentes días de la semana, siendo las mujeres que elaboran y venden tortillas las más constantes a lo largo del año por ser el alimento base en el día a día de las y los ixtlahuaquenses.

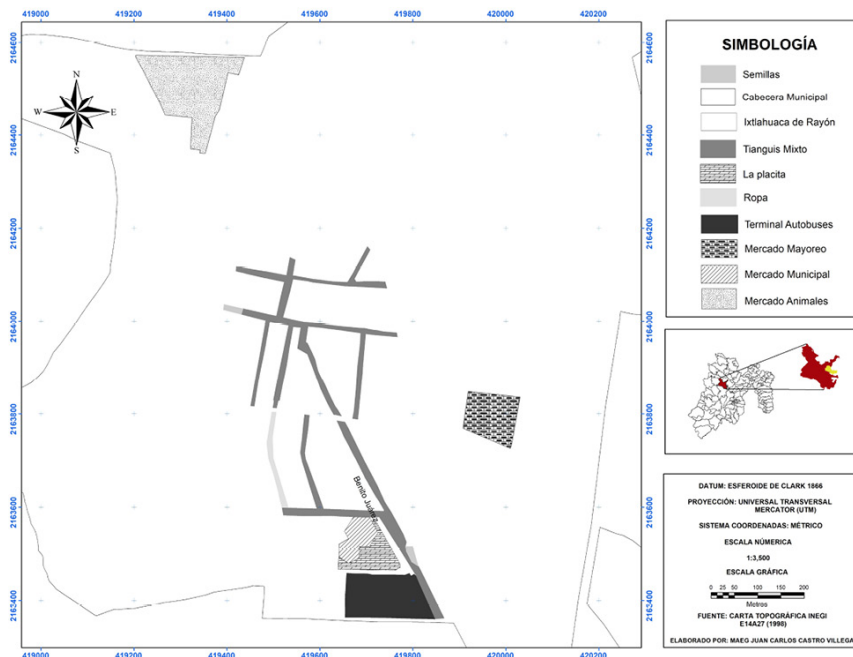


FIGURA 1.
Mapa de ubicación y distribución de los tianguis de Ixtlahuaca

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos del trabajo de campo (octubre 2016 - julio 2018) en los mercados de Ixtlahuaca, Estado de México, México.

Con el paso del tiempo concurrieron puesteros con mayor capacidad de venta, generando tensiones con locatarios/as, por lo que el ayuntamiento redujo el tiempo de venta de 4:00 a. m. a 10:00 a. m. penalizando a aquellos/as que siguieran vendiendo después de esta hora e incluyendo a quienes ofrecen sus productos de subsistencia (recolecta principalmente). En la actualidad, existen otros puntos de venta de tortillas como son los puestos fijos de tortillas artesanales nixtamalizadas pero, para abaratar los costos, su principal insumo es el maíz híbrido. Asimismo, en la cabecera municipal se han establecido 10 tortillerías mecanizadas que emplean maíz híbrido y harina de maíz (generalmente Maseca). Cabe subrayar que en la última década también se consiguen este tipo de tortillas industrializadas en las tres tiendas de autoservicio ubicadas en la cabecera municipal (Super-Compras, Soriana Express y Mi Bodega Aurrera). Si bien la venta de tortillas de maíz artesanales de casa en casa es otro tipo de mercado en la etnoregión mazahua, ésta ha sido poco explorada por las dificultades que se tienen metodológicamente para identificar los puntos de venta. Para este estudio, todas las mujeres entrevistadas que elaboran y venden tortillas artesanales tienen sus puestos en La Placita, mientras que los productores/as y consumidores/as fueron entrevistados/as en ambos mercados, tianguis del lunes y en La Placita.

MUJERES QUE ELABORAN Y VENDEN TORTILLAS EN LA PLACITA Y ESTRATEGIAS DE SUBSISTENCIA

En La Placita existen alrededor de 20 mujeres que elaboran y venden tortillas artesanales de manera intermitente u ocasional durante todo el año, a excepción de cinco que se encuentran de manera permanente. De las 16 entrevistadas, 14 se consideran mazahuas, 13 indicaron estar casadas y tres mencionaron ser viudas. Tienen una edad promedio de 57 años y bajos niveles de escolaridad (seis sin estudios, cinco tienen primaria inconclusa, dos terminaron la primaria en el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos, así como

dos más terminaron la secundaria en dicha institución y una estudió la secundaria escolarizada)⁶. La Tabla 1 muestra otras características de las mujeres entrevistadas que las diferencian entre sí como acceso a la tierra y al maíz nativo, así como las preferencias de variedad de maíz para elaborar y vender tortillas.

TABLA 1.
Mujeres entrevistadas que elaboran y venden tortillas en La Placita

Nombre y edad	Tiempo dedicado a la venta de tortillas	Posesión de tierra	Tipo de acceso al maíz	Tipo de maíz empleado para la elaboración de tortillas	Docenas de tortillas vendidas al día
Mariana, 62 años	27 años	No	Compra	Blanco, azul y rosadito	De 10 a 15
Carmen, 64 años	24 años	Si, a nombre del esposo	Autoabasto y compra	Blanco y azul	De 10 a 20
Lucia, 64 años	29 años	Propia	Autoabasto	Blanco y azul	De 15 a 20
Miranda, 56 años	26 años	Si, a nombre del esposo	Compra	Blanco y azul	Más de 15
Consuelo, 56 años	35 años	No	Compra	Blanco, azul, rosadito y amarillo	Más de 30
Adriana, 62 años	25 años	Propia por viudez	Autoabasto	Blanco, azul y rosado	De 10 a 15
Reyna, 73 años	50 años	Propia por viudez	Autoabasto	Azul	De 12 a 20
Claudia, 64 años	38 años	No	Autoabasto	Blanco, azul y rosado	De 15 a 20
Alma, 41 años	11 años	No	Compra	Blanco y azul	De 80 a 100
Mónica, 63 años	25 años	Si, a nombre del esposo	Autoabasto y compra	Blanco y ocasionalmente rosado	De 15 a 20
Paula, 58 años	10 años	Si, a nombre del esposo	Autoabasto y compra	Blanco, amarillo y azul	De 35 a 40
Isabel, 53 años	8 años	No	Compra	Azul, rosado y blanco	Más de 25
Rosa, 56 años		Si, a nombre del esposo	Autoabasto	Blanco y azul	De 15 a 25
Margarita, 60 años	15 años	No	Compra	Blanco, azul y ocasionalmente rosado	De 10 a 15
Ana, 43 años	4 años	No	Compra	Blanco	De 10 a 15

Fuente: elaboración propia a partir de trabajo de campo en los mercados de Ixtlahuaca, Mexico. Octubre 2016-julio 2018.

Todas señalan que empezaron a vender tortillas por carencias económicas en sus hogares y justo después de tener a su primer hijo/a. Al no contar con estudios, sus opciones de trabajo se restringían a tres fuentes de empleo accesibles a las mujeres de la región: empleada doméstica, jornalera y venta de productos locales, artesanales o domésticos como las tortillas. Como dice Reyna (73 años) “... a que se iba dedicar una si en esos tiempos la mujer no valía”. De hecho, cuatros de ellas empezaron vendiendo productos de recolección, pero al acabar la temporada de lluvias se quedaban sin mercancía por lo que decidieron comprar maíz para elaborar tortillas y con ello extender su periodo de ingresos. Otras seis iniciaron con la venta de los excedentes de grano producidos en las tierras de sus esposos, pero debido a que el trabajo de las mujeres en la parcela no era valorado al interior de los hogares ni en las comunidades, y tampoco se les retribuía, dispusieron de su saber para hacer tortillas e introducirse en la venta de tortillas artesanales.

Las ganancias extra o, como ellas lo dicen, “sacarle unos pesitos más al maíz”, les ha permitido construir nuevos arreglos sociales con sus parejas, sobre todo al considerarse valiosas en la contribución económica

para “ayudar” a sus esposos a solventar los gastos del hogar y los costos que implica la siembra de maíz: “Un día una señora de Santa, de esas de las primeras que empezaron a vender tortillas, me dijo: ¿Tu qué haces mendigando si tienes maíz? Vente a vender tortillas. Me daba pena, pero así le hice, ya mínimo le echo la mano a mi viejo con el mandado” (Mónica, 63 años). Por otro lado, su participación económica en la siembra de maíz ha generado un espacio de negociación que les confiere cierto derecho a seleccionar la semilla de maíz que producirán sus esposos:

“Luego me doy unos agarrones con ese (el esposo) ya que quiere sembrar puro de ese, ese el cuatero (híbrido), yo si le dije: — si no siembras mi maicito ya no voy hacer tortillas, a ver quién te da para tu abono” (Miranda, 56 años).

“Mi marido luego siembra del mejorado (híbrido), ves que lo muele para sus animales, luego ya no me quiere sembrar (maíz nativo), me dice: ¿tú para que quieres ese maíz? Me enojé y le dije: entonces hazte tú tus tortillas porque yo no quiero ese feo. Creo que se puso a pensar, porque mínimo yo voy guardando mi tandita y ya le doy para el gas, el abono o lo que le haga falta” (Mónica, 63 años).

Gracias a esa negociación se fomenta también la prevalencia de la biodiversidad de otras especies tales como: trigo (*Hordeum vulgare* y *Triticum* spp., que son empleados para hacer las tortillas con trigo), calabaza (*Cucurbita pepo*), habas (*Vicia faba*), frijol (*Phaseolus vulgaris*), navo (*Brassica campestris*), malva (*Malva sylvestris*), sanguinaria (*Polygonum aviculare*), quintonil (*Amaranthus* spp.), cenizos (*Chenopodium album*), Chivatos (*Calandrinia micrantha*) y carretón (*Medicago polymorpha*). Además, las orillas de las milpas son aprovechadas para sembrar flores para el día de muertos como cempasúchitl (*Tagetes erecta*) y recientemente flor de nube (*Gypsophila repens*), en tanto que en las superficies circundantes a los arroyos se recolectan papas de agua (*Sagittaria macrophylla*) y berros (*Nasturtium officinale*) (González y Reyes, 2014).⁷ Estos alimentos, junto con otras plantas que mantienen la biodiversidad en la milpa, no sólo forman parte de la dieta cotidiana y estacional de los hogares, sino que también llegan a los tianguis del día lunes y La Placita, ya sea para venderlos o como alimento preparado para ofrecer tortillas de muestra con alguno de estos alimentos. Así, ellas crean potencialidades de venta.

La venta de tortillas en La Placita se hace al mayoreo y al menudeo, modalidades que reflejan distintas estrategias de subsistencia femenina. La venta por mayoreo se da de 4:00 a. m. a 8:00 a. m. y en este ramo sólo existen una vendedora y un vendedor durante todo el año. Ella es Alma (41 años, cuatro hijas y dos hijos), lleva 11 años dedicándose a la venta de tortillas y convirtiendo este oficio en un negocio familiar femenino. Ella y sus hijas movilizan de 80 a 120 docenas (según el día) para ofrecer la docena a 11 pesos. Debido a que las elaboran desde las 8:00 p. m. para tenerlas listas al día siguiente, estas tortillas suelen venderse frías.

El caso de Alma es peculiar no sólo porque es la más joven de las mujeres entrevistadas, sino porque se asume jefa del hogar a pesar de que está casada, pues su esposo es desempleado. Ella absorbe todos los gastos del hogar, impulsa a sus hijas y no sólo a los hijos varones a seguir estudiando para lograr una carrera universitaria. Al no tener acceso a una parcela (ni su esposo), se ve obligada a comprar maíz nativo los primeros meses de poscosecha, cuando éste es más barato. Una vez que sube su precio y escasea, para reducir costos, ha aprendido a negociar el precio del maíz híbrido para el resto del año, además de que con sus ahorros ha desarrollado capacidades para invertir en infraestructura para su negocio (molino mecánico, estufa de gas, aplastón). Es posible que esas capacidades estén estrechamente relacionadas con mayores niveles de escolaridad formal que la diferencia de otras mujeres entrevistadas con el mismo nivel.

Por su parte, Juan (58 años, casado) sólo se dedica a la venta de tortillas, tlacoyos y gorditas de mayoreo. Al día llega a vender 50 docenas de tortillas artesanales elaboradas por las mujeres de su familia. Las ofrece al mismo precio que Alma a pesar de que Juan no compra maíz casi todo el año, pues él es posesionario de dos parcelas donde siembra maíz nativo azul, insumo principal de los productos. Por esta razón y dado que el precio al que ofrece los tlacoyos y las gorditas es mayor que las tortillas (20 pesos), el puesto de Juan tiene mayores ganancias.

Mientras que Alma maneja su negocio, las mujeres familiares de Juan, que fueron entrevistadas y que hacen la mayor parte del trabajo, no tienen acceso a un ingreso por ello. Ellas sólo llegan a ir al mercado cuando

Juan se queda sin mercancía y existe algún comprador, caso en el que las tortillas llegan calientes al mercado. Cabe mencionar que las tortillas al mayoreo son adquiridas por revendedores quienes distribuyen el producto en la Ciudad de México con un valor de 20 pesos la docena de tortillas y de 45 pesos la docena de tlacoyos y gorditas. Como pudo observarse, en el caso de las mujeres del hogar de Juan, existe un proceso de doble sujeción de las productoras de tortillas a mercados más amplios, reforzando sin lugar a dudas las relaciones de dominación capitalista cuando ellas sólo forman parte de la cadena productiva sin acceso a ese mercado ni a sus “beneficios”, además de que se someten a relaciones de dominación patriarcal, cuya ideología desvaloriza social y económicamente el trabajo de las mujeres, pobres e indígenas en esos mercados.

La mayoría de las mujeres entrevistadas pertenece al grupo de venta por menudeo, que a su vez se divide en dos subgrupos: las que tienen acceso al maíz nativo que se produce en sus parcelas o las de sus esposos, e incluye las posibles compras de maíz el resto del año para complementar sus procesos de producción-venta; y las que tienen que comprarlo todo el año (Tabla 1). Las primeras comienzan a vender desde las 7:00 a. m. con la finalidad de terminar su producto antes de las 10:00 a.m. Esta estrategia va ligada al precio castigado que ellas ofrecen por docena pues, al autoabastecerse del maíz, tienen la posibilidad de colocar un precio menor al resto de la competencia (de uno a tres pesos menos). Esa táctica les ha permitido posicionarse en el mercado sobre el segundo subgrupo, ocasionando puntos de tensión entre vendedoras y compradores/as por no existir un precio estable de las tortillas artesanales (varían de 12 a 15 pesos la docena). Al respecto, Mariana (62 años) señala: “Luego hay muchos que me dicen que por qué le doy a 15 pesos (la docena) y les digo: pónganse a pensar, la cal, la leña, ‘*ora* el gas, ‘*ora* el transporte, no ya no, ya no te deja”.

Para hacer frente a esos conflictos y justificar los precios más elevados, algunas mujeres que compran maíz, diversifican los colores de las tortillas, empleando diferentes variedades (azul-rosado-blanco y con-sin trigo). Así también, hacen uso de sus habilidades en la cocción del nixtamal para obtener la masa perfecta, es decir que sea moldeable y con humedad suficiente para que las tortillas no se quiebren o se agrieten en la cocción:

“Es más delicado el sabino (maíz rojo) y el azul, el blanco se presta más... pero la ventaja que tiene es que el sabino y el azul se cuece más rápido que el blanco (se refiere a los tiempos del nixtamal), el blanco es más duro (refiriéndose a la semilla), pero no todas le saben al sabinito o al azulito”... “Un día quise traer sabinito, me apuré a echar mis tortillas y cuando las destape estaban bien desechas, parecían chicle... creo que el maíz que compré no se había rebozado (no había alcanzado a madurar) me dio pena ¡cómo voy a vender mis tortillas así!, mejor me fui a mi casa y se las di a mis animalitos” (Paula, 58 años).

Todas prefieren el maíz nativo (“debe ser criollito”) ya que señalan que el maíz mejorado (híbrido-cuatera) “no se presta para hacer tortillas”. Al igual que las mujeres palmeadoras de Tlaxiaco (Ortega, 2018) las mujeres de la etnoregión mazahua sostienen que para nixtamalizar el maíz híbrido se requiere mayor tiempo de cocción y por tanto mayor combustión de leña o gas. Además, el empleo de cal exige de experimentación constante porque no siempre se compra maíz del mismo productor. De no tener cuidado con las cantidades de cal, toman el riesgo de perjudicar la correa de la masa (elasticidad) para hacer tortillas.⁸

Ciertamente, la gente ixtlahuaguense sabe distinguir entre el maíz nativo y el maíz mejorado o híbrido, por ejemplo, al recalentar las tortillas hechas con el híbrido, éstas suelen endurecerse y se dice que “carecen de sabor”. Sólo cuando se ven obligadas a comprar este maíz por una mala cosecha, ellas se fijan en las cualidades que caracterizan el grano en la oferta comparándolo con los nativos locales: “el maíz del rancho se ve diferente y el que viene allá de Zacatecas o de allá Sinaloa, el maíz se ve muy diferente como que es más grande pero bofo (harinoso)” (Consuelo, 56 años).

La compra del maíz nativo suele hacerse en las comunidades de origen, entretejiendo redes de confianza y de reconocimiento por el oficio de ellas y de ellos, pero sobretudo donde se pueden implementar las estrategias de salir adelante con su trabajo:

“Ya saben que vendo tortillas y ahí me van a ofrecer los vecinos” (Alma, 41 años).

“Ahora sí que compramos donde vemos que está limpio el maíz, para no andar haciendo doble tarea” (Margarita, 60 años).

“Es mejor comprar maíz en la plaza, un día compré maíz azul en la veterinaria (bodega) y me di una arrepentida... estaba bien sucio (el maíz) y si, te ahorras unos pesitos, pero tienes que andarlo limpiando... y pues en La Placita ya sabemos con

quién comprar, hasta confianza hay, y si no me alcanza para pagar pido prestado maíz y ya les pago cuando lo trabaje” (Rosa, 56 años).

La preferencia por el “maíz criollito” (nativo) proviene también de los gustos y las costumbres culinarias locales. El sabor y los olores de las tortillas artesanales recrean la memoria de la infancia y su relación con la alimentación, la cocina y la crianza, mismas que las mujeres tratan de mantener de generación en generación a pesar de los cambios que están sufriendo sus dietas tradicionales con la introducción de alimentos industrializados, entre ellos las tortillas de harina de maíz Maseca: “Si compras un kilo (tortilla de tortillería) al rato tienes hambre... y es que no te llenas. Con mis tortillitas, con dos te llenas y están más ricas” (Rosa, 56 años).

Este gusto trasciende el mercado y conforme se van movilizand las ideas y la información sobre las nuevas enfermedades relacionada con la mala alimentación y la degradación ambiental, las mujeres se van también apropiando de los discursos de salud para vender sus tortillas de calidad y nutritivas (Ortega, 2018):

“Pues está el otro maíz (híbrido) pero según está causando mucho cáncer... quien sabe que tanto le ponen” (Miranda, 56 años).

“Lo que pasa es que la gente más civilizada... ‘asegún’ más despierta... ¡pero no creo! Estamos siendo como más ignorantes porque si así fuera, si fuéramos más civilizados, aprendiéramos eso (cultivar sin agroquímicos) y comiéramos eso: lo que comían antes... Ya ahorita ya no quieren comer quelites, ya no quieren comer nada de eso. Y aunque les hace daño lo desconocido, ahora lo siguen comiendo. Bueno pues yo, en mi caso, para mí es mejor el quelite, cosas que sembramos, frijoles y todo eso, pero ya no hay tanto como antes, ya se perdió eso, lo que se daba por aquí, así como la cebada morada, ya se nos va olvidando eso, lo de antes... Ahora van creciendo nuevos cultivos mejorados de maíz, tomate, jitomate... pero son cosas que ya no son de bien (sanas)” (Consuelo, 56 años).

Entre otras estrategias femeninas para asegurar la venta de tortillas en La Placita, las mujeres llegan en taxis colectivos, cargando en rebozo su chiquihuite⁹ que contiene de 15 a 40 docenas de tortillas confeccionadas en casa, ya sea en un fogón de leña o en estufas de gas. Las tortillas deben estar recién salidas del comal y mantener su calor o, como ellas lo refieren “deben estar calientitas” para satisfacer la demanda de los consumidores locales que, como veremos más adelante, tienen ciertas exigencias del “buen gusto”. Para atraer a los consumidores, ofrecen degustación gratis de una tortilla con sal, salsa o con un guisado que ellas mismas preparan. En caso de que no logren vender toda su mercancía, la mayoría opta por el intercambio de productos alimentarios o de higiene que necesitan en el hogar.

PRODUCTORES Y PRODUCTORAS QUE VENDEN MAÍZ EN LOS TIANGUIS

En el tianguis del día lunes existen cerca de diecisiete productores y tres productoras de maíz nativo que provienen de los municipios de Jiquipilco, Morelos e Ixtlahuaca y venden sus granos a un costado de la terminal de autobuses y afuera de la catedral (Figura 1). Los tipos de maíces que ofrecen están divididos en dos categorías: semilla y grano. La semilla es más socorrida en los meses de enero a mayo, ya que en este periodo se llevan a cabo las siembras en la región. Los tipos de semillas se dividen a su vez, en maíces de temporal y maíces de riego (punta de riego), cuyo precio oscila entre 15 y 25 pesos el cuartillo (1.450 kg aproximadamente). El precio se fija en función del tipo de raza (cónico, chalqueño, cacahuacintle), disponibilidad de la variedad, tamaño y color (blanco, azul-negro, rosado-sangre de cristo, amarillo-zanahoria y pinto). El tipo de maíz en grano sólo se vende por color y estado del grano (tamaño y sanidad), con un sobreprecio de uno a dos pesos más caro el maíz azul que el resto de granos. A pesar de ello, indicaron que este grano azul al igual que el blanco son los que más venden a las mujeres que se dedican a la elaboración y venta de tortillas artesanales.

TABLA 2.
Productores/as entrevistados que venden maíz nativo en los tianguis de Ixtlahuaca

Nombre	Sexo	Edad	Posesión de tierra	Tipos de maíces comercializados	Lugar de venta
Alejandro	M	54	Propia, 1 ha con punta de riego y 1/2 ha de temporal	Blanco, amarillo, azul/negro, pinto y cacahuacintle	La Placita
Juan	M	64	Propia, 2 ha con punta de riego y 1 ha de temporal	Blanco, azul/negro y amarillo	Tianguis del día lunes y La Placita
Adela	F	66	A nombre del esposo, 3/4 ha de temporal	Blanco, amarillo, azul/negro y cacahuacintle	Tianguis del día lunes
Miguel	M	71	Propia, 2 ha con punta de riego y 3/4 ha de temporal	Blanco, amarillo, azul/negro, cacahuacintle y amarillo zanahoria	Tianguis del día lunes y La Placita
Jerónimo	M	47	Propia, 3 ha con punta de riego y 6 ha de temporal	Blanco, azul/negro y amarillo	Tianguis del día lunes y La Placita
Andrea	F	62	A nombre del padre, 3/4 ha de temporal	Blanco, azul/negro y amarillo	Tianguis del día lunes
Luis	M	55	A nombre del padre, 2 ha con punta de riego y 1 ha de temporal	Blanco, amarillo, azul/negro y cacahuacintle	Tianguis del día lunes y La Placita
Mariana	F	47	A nombre del esposo, 2 ha con punta de riego y 2 ha de temporal	Blanco, amarillo, azul/negro y cacahuacintle	Tianguis del día lunes y La Placita
Daniel	M	42	Propia, 3 ha de temporal	Blanco, azul/negro y amarillo	La Placita
Oscar	M	46	A nombre del padre, 1/2 ha con punta de riego y 1/2 ha de temporal	Blanco, azul/negro y amarillo	La Placita
Roberto	M	27	Propia, 1.5 ha de temporal	Blanco, azul/negro y amarillo	Tianguis del día lunes y La Placita
Rafael	M	55	Propia, 1 1/2 ha con punta de riego y 1/2 ha de temporal	Blanco, amarillo, azul/negro y cacahuacintle	Tianguis del día lunes y La Placita

Fuente: elaboración propia a partir de trabajo de campo en los mercados de Ixtlahuaca, México. Octubre 2016-julio 2018.

Por su parte, en el tianguis La Placita se encuentran las y los productores que venden su maíz con menor oferta debido a que de martes a domingo llega poca gente a comprarles. Dependiendo de fechas relacionadas con las fiestas patronales, religiosas o cívicas se concentran hasta 16 productores/as y en días cotidianos de menor demanda llegan a ser sólo tres productores/as. Además, algunos/as también venden en el tianguis del día lunes. Pese a que tienen menores volúmenes de venta, este espacio es fuente importante de aprovisionamiento durante todo el año para las mujeres que elaboran las tortillas artesanales. Al ser menos productores/as, disponen de un espacio más grande por lo que tienden a exhibir los granos sobre un plástico y un ayate para hacer visible la limpieza, una característica que exigen sus principales clientas: “Pues hay que buscarle la manera, ahora sí como quién dice: el que no enseña no vende” (Luis, 55 años).

La Tabla 2 muestra las características generales de los y las productores/as entrevistado/as, entre las que destaca el tamaño de sus predios y el tipo de cultivo de temporal y punta de riego. Se puede decir que el maíz que compran las mujeres para elaborar las tortillas provienen de productores con parcelas entre media y tres hectáreas, muchas de ellas de temporal y, aunque no se sabe el rendimiento promedio por hectárea, los productores mencionaron que el precio está castigado porque además dependen del clima. Su variabilidad define la obtención o no de buenas cosechas, aún si tienen sistemas productivos que utilizan de punta de riego, pues el exceso de precipitación pluvial también puede afectar las cosechas. Ciertamente, algunos productores señalaron que ya “habían calado” (experimentado) con maíces mejorados o híbridos; sin embargo, éste no había prosperado en sus terrenos debido a las condiciones ambientales impredecibles, ya que sus siembras son de temporal y sus terrenos se encuentran en laderas y pendientes sin acceso a agua para riego, por lo que preferían obtener al menos algo de producción que confrontar pérdidas totales de la siembra¹⁰. Por otro lado, aseguran que su maíz nativo ya está adaptado a las condiciones del agroecosistema local y tiene mayor preferencia para la elaboración de tortillas, así como que, aunque sus rendimientos son bajos, el precio de venta puede en ocasiones compensarles su elección:

“Pues ahorita el productor (que tiene más terrenos) ya no lo quieren para comer, ya lo quieren para puro forraje... porqué le sacan más, pero lo que ellos no se dan cuenta es que el criollito se va acabar. Ahora también, ese maíz (híbrido) aquí no tiene precio, el kilo está 3.5 pesos y el criollito de 5 a 6 pesos, lo que si es que rinde más, pero así también le invierten” (Miguel, 71 años).

En efecto, el hecho de que las y los productores vendan maíz nativo exclusivamente está directamente relacionado con la elaboración de tortillas: “La gente conoce, si ve híbrido se pasan derecho y ni preguntan por el precio” (Rafael, 55 años). De hecho, todos/as coincidieron que sus principales compradoras son las mujeres que se dedican a elaborar y vender tortillas: “Ellas son las que compran a veces por costal y otras por tonelada” (Oscar, 46 años). “Seguido me compran por cuartillo, depende de su dinerito...” (Andrea, 62 años).

Al igual que el mercado de los lunes, en La Placita los maíces de mayor preferencia son los blancos y azules, tal y como se muestra en la Tabla 2. En ésta también se observa cuáles son los tipos de maíces que venden, ordenados de mayor a menor demanda. Asimismo, se puede distinguir la categoría de acceso a la tierra dedicada al cultivo de maíz. Destaca el hecho de que ninguna productora es poseionaria de las parcelas que produce y que, en algunos casos, aunque ellas las trabajen siguen estando a nombre de su padre o esposo. En contraste, sólo dos de nueve productores varones no tienen posesión de las tierras, sino que le pertenecen a su padre quién es el titular de la posesión.

En lo que concierne al auto-abasto para la elaboración de las tortillas artesanales, se registró que de 16 entrevistadas, ocho son productoras de auto-abasto que dependen del temporal y que sólo tres de ellas obtuvieron la posesión de sus parcelas a través del proceso de asamblea ejidal, donde se determinó su estatus una vez que comprobaron su viudez (Tabla 1). En este caso, ellas toman las decisiones sobre qué tipo de maíces nativos cultivar y qué tipo de mano de obra se requiere para las labores agrícolas (familiar y/o contratada) y, por lo tanto, asumen todos los costos y riesgos que la producción conlleve.

Si bien, aparentemente, tanto a mujeres como a hombres les conviene cultivar maíces nativos, las otras cinco mujeres productoras han tenido que negociar con sus esposos, quienes son los titulares agrarios de las parcelas, el tipo de maíces nativos que requieren para elaborar y vender las tortillas. Por ejemplo, ellos prefieren cacahuacintle blanco porque tiene mejores rendimientos y se coloca mejor en el mercado, mientras que ellas prefieren cónico azul porque los consumidores lo demandan, aunque sus rendimientos productivos son bajos. Las mujeres también negocian el tipo de prácticas agrícolas que no pongan en riesgo la disponibilidad de otros alimentos que mantienen la biodiversidad de las milpas como son los quelites.

Por otro lado, la Tabla 3 muestra los requerimientos de maíz para la elaboración de tortillas que venderán en promedio en los días de tianguis y durante todo el año, según precios de septiembre de 2018.

TABLA 3.
Estimación de uso de maíz nativo

Tipo de maíz	Peso de un cuartillo (kg)	Kilogramos de tortillas por cuartillo	Tortillas por cuartillo	Peso por docena (kg)	Maíz empleado en 18 docenas (kg)	Maíz empleado en seis días (kg)	Maíz empleado al año (kg)	Precio del cuartillo para septiembre de 2018
Rojo	1.33	2.04	43	0.56	6.68	40.08	2084.45	\$9
Azul	1.54	2.34	50	0.56	6.65	39.91	2075.67	\$10
Blanco	1.65	2.455	52	0.564	6.85	41.12	2138.4	\$8
Amarillo	1.49	2.34	51	0.55	6.31	37.86	1968.9	\$8

Fuente: elaboración propia. Estimación a partir de datos recabados durante el trabajo de campo, enero 2018.

Nota: cabe aclarar que se tomó el promedio de venta de tortillas por día (18 docenas) de las mujeres entrevistadas, donde tanto la preparación de nixtamalización como la elaboración de tortillas fueron realizadas por la misma mujer. El molido se realizó individualmente en un molino eléctrico empleado en la comunidad de Santa Ana Ixtlahuaca, lugar de origen de algunas entrevistadas. El peso promedio de una tortilla elaborada y vendida fue de 0.0465 kg.

Los productores y las productoras que utilizan punto de riego combinado con temporal pueden, de alguna manera, “sacar la cosecha” para la venta del grano. Ellos y ellas provienen de cuatro localidades del municipio de Ixtlahuaca: Emiliano Zapata, San Juan de las Manzanas, Santa Ana Ixtlahuaca y Guadalupe Gil. Como se puede observar en la Tabla 4, cada una de estas localidades se ha especializado en proveer una variedad de maíz para La Placita.

TABLA 4.
Origen de la producción de los maíces y lugar de venta

Tipo de maíz	Localidad perteneciente al municipio de Ixtlahuaca	Lugar de venta
Rojos	Emiliano Zapata	La Placita
Azul	San Juan de las Manzanas	La Placita
Blanco	Santa Ana Ixtlahuaca	Localidad
Amarillo	Guadalupe Cachi	La Placita

Fuente: elaboración propia a partir de datos recabados en entrevistas con productores.

CONSUMIDORES/AS DE TORTILLAS

El hecho de que las mujeres empiecen a vender tortillas desde las cuatro de la mañana, se relaciona con las actividades económicas de la población ixtlahuacense. Así entonces, de 4:00 a 8:00 a.m. existen dos tipos de clientes potenciales: consumidores finales que van de paso o en tránsito, y consumidores intermediarios llamados revendedores. El primer grupo se traslada a muy tempranas horas para evitar el tránsito y poder llegar a sus trabajos en ciudades como Toluca y Ciudad de México, donde por lo general las mujeres trabajan como empleadas domésticas y los hombres se emplean en albañilería o en alguna actividad comercial. “Yo lo que hago es comprar mis tortillitas de trigo, como allá (en la casa donde trabaja), tienen refrigerador y si aguantan” (Alondra, 34 años, empleada doméstica). “Las tortillas de allá saben re feo, parecen papel, además luego tengo que gastar más porque esas ni llenan” (Carlos, 49 años, albañil).

En el segundo grupo se observó que hay una mayor presencia de revendedoras y, cuando percibimos hombres, ellos venían en calidad de acompañantes de ellas. Estas consumidoras realizan las negociaciones con las vendedoras a través del valor a la palabra o de confianza femenina (Fabre y Egea, 2015). Se constituyen acuerdos entre ambas en torno a la cantidad, precio y horario del intercambio. A pesar de que este tipo de venta es el más “castigado”, como le llaman las mujeres que elaboran y venden las tortillas, al menos es un “seguro” de venta cuyos pedidos son constantes y generalmente estables. Si bien no se trata de consumidoras finales, su presencia hace posible que las tortillas artesanales estén disponibles en los mercados citadinos y, con ello, se abastece el mercado de la nostalgia (Vizcarra, 2006)¹¹.

Cabe mencionar que la pregunta inicial para incluir a las personas al estudio fue si consumían tortillas de cualquier tipo. De esa manera la población que afirmó la respuesta constituyó el grupo de consumidores de 124 personas e intencionalmente se consideró que el número de entrevistas correspondieran al 50 % de mujeres y la otra mitad de hombres, con la finalidad de reflejar que el consumo general de las tortillas no tiene sesgo de género, sino que éste se debe a las formas de acceder al consumo. La edad promedio de entrevistados y entrevistadas fue de 36 años. Sólo 43 % de ambos sexos señalaron hablar mazahua, 29 % más asentó su pertenencia a la etnia pero sin hablar la lengua y el resto no se identificó con el pueblo. Todos/as indicaron comer tortillas diariamente siendo que, en promedio, las mujeres consumen siete tortillas mientras que los hombres consumen nueve. Ciertamente, el 68 % de las mujeres señaló consumir tortillas elaboradas por ellas mismas, 16 % indicaron comprar tortillas de tortillería y 15 % compra tortillas artesanales. En el caso de los hombres, 79 % consume tortillas elaboradas por algún familiar femenino (pareja, hijas o madres), 9 % indicaron comprar tortillas de tortillería, 7 % compra tortillas artesanales y 3 % compra tortillas en tiendas de autoservicio.

En cuanto al conocimiento de los tipos de maíz, el 79 % indicaron conocer al menos un maíz criollo (nativo) y el 67 % de los hombres y el 61 % de las mujeres señalaron diferenciar al maíz nativo del híbrido (cuatero). En la misma línea se les preguntó si habían oído hablar sobre el maíz transgénico, resultando que 33 % de los hombres lo identificó, refiriendo que este conocimiento lo adquirieron a través de su participación en

pláticas informativas para productores, mientras que el 64 % de las mujeres habían escuchado el término pero lo asociaban a maíces mejorados; sin embargo, ellas reconocían con mayor facilidad a los maíces mejorados e híbridos, principalmente porque no son fáciles de manejar para nixtamalizar ni para “echar” la tortilla.

Respecto a los procesos de elaboración, y pese que el saber no garantiza tener el conocimiento (Munguía-Aldama, *et al.*, 2018), el 77 % de mujeres afirmó preparar el nixtamal y 83 % conoce cómo se elaboran tortillas. En contraste, el 42 % de los hombres afirma saber hacer el nixtamal y 35 % cómo elaborarlas. Al preguntar si ya habían realizado alguno de esos procesos de forma artesanal en sus vidas cotidianas, el 85 % de la población en general respondió que esas son prácticas exclusivamente femeninas y el resto consideraba que ambos géneros podrían realizarlo sin problema. De la misma manera, en cuanto a la confección de los diferentes tipos de tortillas, el 72 % consideró que las tortillas elaboradas artesanalmente para venta son hechas por mujeres y el resto opinó que es una actividad donde se involucran ambos. En contraste, con respecto a las tortillas de tortillería mecanizada y donde emplean harina de maíz Maseca, el 37 % considera que es una actividad mixta, el 30 % la percibe como una actividad femenina, el 10 % como una actividad meramente masculina y 23 % no había notado la participación de un sexo determinado. En el caso de las tortillas de las tiendas de autoservicio el 32 % opina que es una actividad mixta, el 19 % lo relaciona con una actividad femenina, el 3 % lo percibe como una actividad masculina y finalmente el 46 % indicó desconocer quién estaba a cargo de las tortillas que se adquirirían en dichas cadenas comerciales.

Finalmente, es importante remarcar que las preferencias por tortillas artesanales elaboradas con maíz nativo siguen siendo una de las opciones con mayor demanda entre los y las consumidores/as de origen mazahua, principalmente porque les otorga un bien simbólico de arraigo y pertenencia a su lugar de origen, el cual está atado al gusto y a la calidad de las tortillas (Appendini y Quijada, 2016).

CONCLUSIONES

El ecofeminismo de la subsistencia resalta que el conocimiento que tienen las mujeres sobre las estrategias que re-crean día a día para asegurar la manutención de sus hogares y comunidades, conservan por lo general algunas prácticas que refuerzan algún legado ancestral que les ofrece autonomía y cierta seguridad a la continuidad de la vida, y no sólo en términos materiales, sino también y sobre todo, en términos subjetivos en torno a las relaciones íntimas con la naturaleza que les permite dicha continuidad. En ese ámbito, las tortillas de maíz nativo son, más que un medio de bienestar y subsistencia, un eje de la libre determinación interiorizada en mujeres y hombres que, con frases como las que señalamos a lo largo de este texto, nos permite vislumbrar gestos de afectividad.

La conciencia ecológica que las mujeres comparten a través de arreglos o negociaciones sociales desde el hogar y en los mercados no son explícitos sino implícitos. Ellas han visto a través del tiempo cómo la subsistencia es amenazada por muchos factores que no pueden controlar, llamados comúnmente factores exógenos o mecanismos de control externo tales como el cambio climático, los monopolios agroalimentarios, los mercados de futuro, etc. Pese a estas amenazas, la pervivencia del maíz nativo a lo largo del tiempo refleja de alguna manera que la fortaleza de los conocimientos, saberes y prácticas, se encuentra en la conciencia social de mujeres y hombres que se reproducen en la cultura del maíz (Vizcarra, 2018).

En las últimas décadas se ha reconocido que las comunidades campesinas y pueblos originarios juegan un papel importante para continuar y aplicar el conocimiento de la preservación del maíz nativo y sus usos culinarios y rituales a la generación más joven para asegurarse de que la identidad cultural no desaparezca a través del tiempo (Sharif *et al.*, 2015). En nuestro estudio se pudo observar cómo, cuando el negocio es liderado por mujeres e incorporan el trabajo familiar para elaborar y vender tortillas, se reduce el riesgo de la pérdida o ruptura de la transmisión del conocimiento a las nuevas generaciones. El nuevo reto que propone el ecofeminismo de la subsistencia con perspectiva crítica es que la experiencia adquirida por las mujeres, basada en el cuidado ecológico con fines de manutención de la vida, no solo sea transmitida a otras mujeres sino

también a los hombres, autoridades locales y gobiernos, con la intención de responsabilizar a la humanidad y transmitir el principio del respeto a la conservación de la biodiversidad (Puleo, 2017).

En este sentido, prima la necesidad de reconocer a las tortillas artesanales como parte de una estrategia más amplia de conservación del maíz nativo, dentro de la cual tanto productores/as, artesanas y consumidores/as logran desarrollar una conciencia social para la defensa de su biodiversidad. Eso exige igualmente reconocer los procesos de discriminación histórica de los conocimientos, saberes y prácticas que ha mantenido a las mujeres indígenas y campesinas atadas a un metate por no tener acceso a un terreno para sembrar ni a la innovación de tecnologías que les permita seguir produciendo sus tortillas de maíz con mejores oportunidades. No obstante los fenómenos de desigualdad en la que viven, también es preciso valorar que, gracias a las estrategias femeninas que le dan continuidad a la existencia de tortillas artesanales en los mercados y hogares, ellas han logrado “sacar adelante” a hijos e hijas quienes ahora estudian niveles de educación más elevados que lo logrado por ellas; han financiado muchas veces los costos de producción del maíz nativo en las unidades agrícolas de esposos, hijos y padres; han construido habitaciones en sus hogares; y han mejorado en general la calidad de vida al impulsar prácticas agroecológicas para conservar la variedad de maíces nativos, incluyendo quelites, frutos, leguminosas y hortalizas.

Si bien es inaplazable el compromiso social para la conservación de los maíces nativos en aras de lograr el avance de la soberanía alimentaria en México, se debe hacer un examen crítico desde el ecofeminismo de la subsistencia, para reasignar la responsabilidad alimentaria y nutricional de las nuevas generaciones, no sólo a partir del conocimiento que las mujeres poseen y transmiten, sino también desde la práctica de resistencia de los pueblos para preservar la biodiversidad de maíces nativos frente al control y dominio de empresas monopólicas como el grupo GRUMA, dueños de la harina de maíz Maseca, cuyos intereses son meramente económicos.

REFERENCIAS

- Appendini, Kirsten y Quijada, María Guadalupe (2016). “Consumption strategies in Mexican rural households: pursuing food security with quality”, *Agriculture and Human Values*, 33(2), pp. 439-454. doi: 10.1007/s10460-015-9614-y
- Apffel, Frédérique (1991). “Economy and Life”. En Hugo S. Ramírez García (ed.), *Biotechnología y ecofeminismo. Un estudio de contexto, riesgos y alternativas*. México: Editorial Tirant lo blanch, 185 pp.
- Biehl, Janet (1991). *Rethinking ecofeminist politics*. Boston: South End Press, 187 pp.
- Cárdenas Marcelo, Alma Lili (2018). “Tortillas artesanales y género. Estudio de caso: Mercado de Ixtlahuaca Estado de México” (Tesis de Maestría en Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales) México: Universidad Autónoma del Estado de México. México, 158 pp.
- CONABIO (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad) (2010). *Proyecto Global de Maíces Nativos*. Recuperado de http://www.biodiversidad.gob.mx/genes/pdf/proyecto/Anexo6_ReunionesTalleres/Tabla%20razas_marzo%202010.pdf
- CONEVAL (Consejo Nacional de la Evaluación de la Política de Desarrollo Social) (2018). *Informe Anual Sobre La Situación de Pobreza y Rezago Social; Ixtlahuaca, México*. Recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/42673/Mexico_042.pdf.
- De la Tejera, Beatriz; Dyer, George; Rubio, Blanca; Morales, Joaquín; Astier, Marta; Barrera-Bassols, Narciso; Boege, Eckart, y de Ita, Ana (2013). “La producción de maíz en México y la introducción de ogm: ¿Más inseguridades o soberanía alimentaria?”. En Elena Álvarez y Alma Piñero (coords.), *El maíz en peligro ante los transgénicos: un análisis integral sobre el caso de México*. México: CEIICH-UNAM / UCCS, pp. 455-494. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/...El_Maiz_en_peligro.../El-Maiz-en-peligro.pdf
- Díaz de Castillo, Bernal (1837). *Historia verdadera de la conquista de la Nueva España*. París: Librería de rosa, 514 pp.

- Díaz Pérez, Vianney Rocío (2017). “El pensamiento decolonial: una apuesta por los saberes ancestrales para la construcción de la identidad latinoamericana”. *Actualidades Pedagógicas*, 70, pp. 125-145. doi: <http://dx.doi.org/10.19052/ap.4177>
- DiCicco-Bloom, Barbara y Crabtree, Benjamin Franklin (2006). “The qualitative research interview”. *Medical Education*, 40, pp. 314–321. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1365-2929.2006.02418.x>
- Escobar, Arturo (2007). *La invención del tercer mundo, construcción y deconstrucción del desarrollo*. Venezuela: Fundación Editorial el perro y la rana, 419 pp.
- Fabre Platas, Danu# A. y Egea Jiménez, Carmen (2015). “Los espacios de intercambio. Los tianguis de Pátzcuaro (Michoacán, México), entre la tradición y las estrategias de supervivencia”, *Documents d’Ana#lisi Geogra#fica*, 61(2), pp. 265-287. doi: <http://dx.doi.org/10.5565/rev/dag.105>
- García Jiménez, Abraham y Toscana Aparicio, Alejandra (2017). “Presencia de maíz transgénico en la Sierra Norte de Oaxaca. Un estudio desde la mirada de las comunidades”. *Sociedad y Ambiente*, 12, pp. 119-144. Recuperado de <http://www.revistas.ecosur.mx/sociedadambiente/index.php/sya/article/view/1744/1672>
- González-Jácome, Alba y Reyes Montes, Laura (2014). “El conocimiento agrícola tradicional, la milpa y la alimentación: el caso del Valle de Ixtlahuaca, Estado de México”. *Revista de Geografía Agrícola*, 53-52, pp. 21-42. Recuperado de https://www.academia.edu/25280052/Revista_de_Geograf%C3%ADa_Agr%C3%ADcola_no_52-53
- González-Jácome, Alba (2016). “Domesticación y dispersión del maíz (Zea Mays). En México”. En Ignacio López Moreno e Ivonne Vizcarra Bordi (coords.), *El maíz nativo en México, una aproximación desde los estudios rurales*. México: UAM - Juan Pablos Editores, pp. 25-63.
- González-Ortega, Emmanuel; Piñeyro-Nelson, Alma; Gómez-Hernández, Elsa; Monterrubio-Vázquez, Eduardo; Arleod, Marlenne; Dávila-Velderraina José; Martínez-Debat, Claudio, y Álvarez-Buylla, Elena R. (2017), “Pervasive presence of transgenes and glyphosate in maize-derived food in Mexico”, en *Agroecology And Sustainable Food Systems*, 41(9-10), pp. 1146-1161. doi: 10.1080/21683565.2017.1372841.
- González Ortiz, Felipe y Vega Bolaños, Sergio (2016). “Mercados itinerantes. estudio comparativo de dos mercados en México”, *Revista de Ciencias Sociales*, 1(151), pp. 127-149. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15345948009>
- Hellin, Jon; Keleman, Alder, y Bellon, Mauricio (2010). “Maize diversity and gender: research from Mexico”. *Gender & Development*, 18(3), pp. 427-437. doi: 10.1080/13552074.2010.521989.
- IGECM (Instituto de Información e Investigación Geográfica, Estadística y Catastral del Estado de México) (2015). “Superficie sembrada y cosechada de los principales cultivos, 2004-2014. (Hectárea)”. En *Apoyar al campo por sus ventajas y significado social*. Dirección de Estadística con información de la Secretaría de Desarrollo Agropecuario. Recuperado de <http://datos.edomex.gob.mx/dataset/74d2f57f-3844-4052-b858-b25d11e0778c/resource/04cc4ddd-cf17-4cbc-8bc9-df91a231bb09/download/2.27.csv>
- Keremitsis, Dawn (1983). “Del metate al molino: La mujer mexicana de 1910 a 1940”. *Historia Mexicana*, 33, pp. 286-288.
- Kohsaka, Ryo (2017). “The myth of washoku: a twisted discourse on the “uniqueness” of national food heritages”. *Journal of Ethnic Foods*, 4, pp. 66-71. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.jef.2017.05.004>.
- Martínez-Salgado, Carolina (2012). “El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias”. *Ciência & Saúde Coletiva*, 17(3), pp. 613-619.
- Massieu Trigo, Yolanda y Lechuga Montenegro, Jesús (2002). “El maíz en México: biodiversidad y cambios en el consumo”. *Análisis Económico*, 17(36), pp. 281-303. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/413/41303610.pdf>
- Merchant, Carolyn (1996). *Earthcare: women and the environment*. Londres y Nueva York: Routledge, 282 pp.
- Mies, María y Shiva, Vanda (2014). *Ecofeminim. For a foreword by Ariel Salleh*. País: Zed Books, 336 pp.
- Munguía-Aldama, Josefina; Campos-Hernández, Eleuterio, y Vizcarra-Bordi, Ivonne. (2018). “Conocimiento y saber entre mujeres y hombres campesinos en la producción de maíz nativo”, En Ivonne Vizcarra Bordi (coord.), *Volteando la tortilla*. México: Juan Pablos Editores, 366 pp.

- Núñez Melgoza, Francisco Javier y Sempere Campello, Jaime (2016). *Estudio del mercado de producción, procesamiento, distribución y comercialización de la cadena de maíz-harina/nixtamal-tortilla en México*. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/394518897/2016-Maiz-Tortilla-pdf>.
- Ortega Ortega, Tomás; Vázquez García, Verónica; Flores Sánchez, Diego, y Núñez Espinoza, Juan Felipe (2017). "Agrobiodiversidad, género y soberanía alimentaria en Tlaxiaco, Oaxaca". *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 18, pp. 3673-3684. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263152571002>
- Ortega Ortega, Tomás (2018). "Género, soberanía alimentaria y agrobiodiversidad: La Unión de Palmeadoras de la Heroica Ciudad se Tlaxiaco, Oaxaca" (Tesis de Doctorado en Ciencias). México: Programa de Postgrado en Socioeconomía, Estadística e Informática, Colegio de Postgraduados. Motnecillo, Texcoco, 141 pp.
- Ortega Paczka, Rafael (2007). "La diversidad del maíz en México". En Gustavo Esteva, y Catherine Marielle (coord.), *Sin maíz no hay País*. México: Comisión Nacional para la Cultura y las Artes, pp. 123-154.
- Oseguera Parra, David y Ortega Paczka, Rafael (2016). "Gente de maíz. Historia y diversidad en la cocina mexicana del maíz". En Ignacio López Moreno e Ivonne Vizcarra Bordi (coords.), *El maíz nativo en México. Una aproximación crítica desde los estudios rurales*. México: UAM - Lerma y Juan Pablos Editores, pp. 113-136.
- Papuccio de Vidal, Silvia (2014). "Mujeres y alimentación, una aproximación desde la perspectiva ecofeminista", En Emma Siliprandi y Gloria Patricia Zuluaga (coords.), *Género, agroecología y soberanía alimentaria. Perspectivas ecofeministas*. Barcelona, España: Colección Perspectivas Agroecológicas 9, Icaria Editorial, pp. 219-336.
- Puleo García, Alicia Helda (2000). "Ecofeminismo: hacia una redefinición filosófico-política de naturaleza y del ser humano". En Celia Amorós Puente (ed.), *Feminismo y filosofía*. Madrid: Síntesis, Passim, pp. 165-192.
- Puleo García, Alicia Helda (2011). *Ecofeminismo, para otro mundo posible*. Madrid: Ediciones Cátedra, 439 pp.
- Puleo García, Alicia Helda (2017). What is Ecofeminism?. *Philosopher Quaderns de la Mediterrània*, 25, pp. 27-34. Recuperado de http://www.iemed.org/observatori/arees-danalisi/arxiu-adjunts/quaderns-de-la-mediterrania/qm25/what_is_ecofeminism_Alicia_H_Puleo_QM25_es.pdf
- Ramírez García, Hugo Saúl (2012). *Biotecnología y ecofeminismo. Un estudio de contexto, riesgos y alternativas*. México: Editorial, Tirant le blanch, 263 pp.
- Rendón Trejo, Araceli y Morales Alquicira, Andrés (2008). "Grupos económicos en la industria de alimentos: Las estrategias de Gruma". *Argumentos*, 21(57), pp. 87-112. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952008000200005&lng=es&tlng=es
- Rincón Rubio, Ana Gabriela y Vizcarra Bordi, Ivonne (2017). "Género y etnia en el devenir del maíz nativo del pueblo Matlatzinca". *Sociedad y ambiente*, 5, pp. 81-104. Recuperado de <http://www.revistas.ecosur.mx/sociedadambiente/index.php/sya/article/download/1756/1679/>
- Rocheleau, Dianne; Thomas-Slayter, Barbara y Wangari, Esther (1996). *Feminist Political Ecology; Global issues and local experiences*. London: Routledge, 327 pp.
- Rodríguez Calderón, Teresita de Jesús; Chávez Mejía, María Cristina; Thomé Ortiz, Humberto, y Miranda Román, Guillermo (2017). "Elaboración y consumo de tortillas como patrimonio cultural de San Pedro del Rosal". *Región y sociedad*, 70, pp. 155-179. doi: <http://dx.doi.org/10.22198/rys.2017.70.a288>.
- Román Montes de Oca, Erika y Guzmán Gómez, Elsa (2013). "Mujer, trabajo y persistencia del maíz". *La ventana*, 38, pp. 164-211. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362013000200007&lng=es&nrm=iso
- Sandoval Forero, Eduardo (1997). *Población y cultura en la etnoregión mazahua (jañtjo)*. México: Universidad Autónoma del Estado de México, 278 pp.
- Sahagún, Fray Bernardino (2006). *Historia general de las cosas de la Nueva España. Libro VIII, Cap. XIII*. México: Porrúa, 444 pp.
- SEDAGRO (Secretaría de Desarrollo Agropecuario) (2018). *Vocación productiva de Ixtlahuaca*. Recuperado de <http://sedagro.edomex.gob.mx/sites/sedagro.edomex.gob.mx/files/files/Productores%20y%20Comercializadores/043%20Ixtlahuaca.pdf>
- Segundo Romero, Esteban Bartolomé (2014). *En el cruce de los caminos. Etnografía mazahua*. Toluca, Estado de México: Secretaría de Desarrollo Social, 234 pp.

- Sharif, Mohde S.; Nor, Norazmir M.; Zahari, Mohd S; y Muhammad, Rosmaliza (2015). "What Makes the Malay Young Generation had Limited Skills and Knowledge in the Malay Traditional Food Preparation?". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 202, pp: 152–158. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.08.218
- Shiva, Vandana (2001). *Biopiratería. El saqueo de la naturaleza y del conocimiento*. Barcelona: Icaria y Antrazyt, 155 pp.
- Torres Salcido, Gerardo (2009). *De la producción de maíz al consumo social de tortilla. Políticas de producción y abastecimiento urbano*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 174 pp.
- UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) (2010). *Traditional Mexican cuisine - ancestral, ongoing community culture, the Michoacán paradigm*. Recuperado de <https://www.ich.unesco.org/en/RL/traditional-mexican-cuisine-ancestral-ongoing-community-culture-the-michoacan-paradigm-00400>
- Vázquez García, Verónica y Velázquez Gutiérrez, Margarita (comps.) (2004). *Miradas al futuro. Hacia la construcción de sociedades sustentables con equidad de género*. México: PUEG-CRIM -UNAM; COLPOS y CRDI (IDRC), 690 pp.
- Vizcarra Bordi, Ivonne (2002). *Entre el taco mazahua y el mundo. La comida de las relaciones de poder, resistencia e identidades*. Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México, 431 pp.
- Vizcarra Bordi, Ivonne (2006). "The "Authentic" Taco and Peasant Women: Nostalgic Consumption in the Era of Globalization". *Culture y Agriculture*, 28(2), pp. 97-107. doi: 10.1525/cag.2006.28.2.97
- Vizcarra Bordi, Ivonne; Thomé, Humberto, y Rincón, Ana Gabriela (2013). "Maíces nativos en estrategias alimentarias campesinas feminizadas frente al cambio climático. Debates biocientíficos y ecofeminismo crítico". *Veredas: revista del pensamiento sociológico*, 27, pp. 43-67. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/David_Barkin/publication/319559665_Viviendo_el_pacto_faustico_o_La_resiliencia_perversa_frente_al_cambio_climatico/links/59b417acaca2728472d8ab99/Viviendo-el-pacto-faustico-La-resiliencia-perversa-frente-al-cambio-climatico.pdf
- Vizcarra Bordi, Ivonne (Coord.) (2018). *Volteando la tortilla*. México: Juan Pablos Editores, 366 pp.
- Zuluaga Sánchez, Gloria Patricia (2014). "Ecofeminismos: potencialidades y limitaciones". En Emma Siliprandi y Gloria Patricia Zuluaga (coords.), *Género, agroecología y soberanía alimentaria. Perspectivas ecofeministas*. Barcelona: Colección: Perspectivas Agroecológicas 9, Icaria Editorial, pp. 67-92.

NOTAS

- 1 En nuestro caso, la interculturalidad puede observarse en un movimiento socio-histórico en el que se afirma la diferencia de las cocinas y, a la vez, se generan procesos de reciprocidad sin subordinar saberes, sabores y tradiciones entre las cocinas.
- 2 Es importante precisar que la introducción de maíces mejorados y paquetes tecnológicos con uso intensivo de agroquímicos en la agricultura mexicana data de la Revolución Verde (década de los años 60 del siglo XX) y la industria de harina de maíz aparece justo una década después.
- 3 Se entiende por postura decolonial a la apuesta por un nuevo sujeto latinoamericano —y en nuestro caso femenino indígena—, que se constituya desde su propia construcción histórica y cultural, al reestructurar las relaciones de poder colonial (eurocéntrico-patriarcal) "por medio de la desvinculación de las relaciones de dominación-subordinación a las que estaba ligado" (Díaz Pérez, 2017: 129).
- 4 Como parte del consentimiento informado, se pactó que todos los nombres de las entrevistadas y entrevistados fuesen cambiados con el fin de resguardar la confidencialidad.
- 5 Existen otras formas de venta de tortillas artesanales en Ixtlahuaca: de casa en casa y en locales comerciales establecidos.
- 6 A diferencia de las mujeres que elaboran y venden tortillas en La Placita, las otras mujeres identificadas en los otros mercados de Ixtlahuaca son más jóvenes, tienen hijos pequeños o en edad escolar, están casadas, no se adscriben necesariamente a la etnia mazahua, tienen mayores niveles de educación, no emplean maíces nativos y elaboran sus tortillas en casa para sólo venderlas los días lunes y en establecimientos fijos, además de que emplean a otras mujeres (Cárdenas, 2018).
- 7 Cabe mencionar que la estructura del uso del suelo del municipio refleja la importancia y dinámica de los sistemas productivos y de conservación. La superficie dedicada a la agricultura es de 62.4 %, 5.8 % de pastizal, 2.2 % de bosque y el resto es zona urbana (27.9 %). En el 2015 la superficie sembrada de avena forrajera, avena grano, cebada grano, frijol,

maíz forrajero, maíz grano y trigo grano fue de 31 259.66 ha, de las cuales en 25 818 ha se sembró maíz en grano (80 % híbridos o mejorados) y sólo 56 ha de trigo en grano (IGECEM, 2015).

- 8 Es decir que no existe una receta exacta para saber la cantidad de cal que se requiere para lograr una masa deseable para hacer tortillas. Dependiendo del tipo de maíz que tienen a su disposición, las mujeres van calculando la cantidad de cal y el tiempo de cocción necesario para que sus tortillas lleguen al consumidor aceptablemente, sin romperse o secas.
- 9 Cesto o canasta especial para resguardar las tortillas.
- 10 En el paisaje agrícola de los valles de Ixtlahuaca predomina el monocultivo con maíces mejorados porque cuentan con punta de riego.
- 11 Para Vizcarra (2006), el mercado de la nostalgia es la oportunidad que tiene las mujeres que venden tortillas de maíz para satisfacer la añoranza de la comida tradicional mexicana frente a la expansión de la alimentación occidentalizada de cadenas de comida rápida. Es la búsqueda de un número significativo de consumidores identificados con las raíces mexicanas, tradiciones locales, costumbres comunitarias y sabores de sus hogares.

INFORMACIÓN ADICIONAL

Editora asociada: Esperanza Tuñón Pablos