



Cuicuilco. Revista de Ciencias Antropológicas

ISSN: 2448-9018

ISSN: 2448-8488

revistacuicuilco@yahoo.com

Instituto Nacional de Antropología e Historia

México

Juárez-Acevedo, Verónica Itandehui

Saber-hacer para vender. Mujeres, producción y comercio en Juchitán de Zaragoza

Cuicuilco. Revista de Ciencias Antropológicas, vol. 29, núm. 83, 2022, Enero-, pp. 161-181

Instituto Nacional de Antropología e Historia

Ciudad de México, México

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=529571965009>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Saber-hacer para vender. Mujeres, producción y comercio en Juchitán de Zaragoza

Verónica Itandehui Juárez-Acevedo*

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

RESUMEN: *El artículo analiza las principales estrategias que las mujeres desplegaron para reactivar el comercio y obtener ingresos ante la destrucción material motivada por el terremoto del 7 de septiembre de 2017 en Juchitán de Zaragoza, Oaxaca, México. A partir de la etnografía realizada entre 2017 y 2018 el texto desarrolla, en primer lugar, el “saber vender” como uno de los trabajos vitales de las juchitecas; posteriormente muestra el proceso de activación del comercio después del desastre, haciendo énfasis en el papel que el mercado tiene en la vida comunitaria femenina; luego se presentan los principales trabajos de producción que realizan las mujeres; y, por último, se revelan las tensiones y dificultades que surgen cuando se opta por migrar en búsqueda de ingresos.*

PALABRAS CLAVE: *Mujeres, comercio, mercado, terremoto, Juchitán de Zaragoza.*

Know-how to sell.

Women, production and trade in Juchitán de Zaragoza, Oaxaca

ABSTRACT: *The article analyzes the main strategies that women deployed to reactivate trade and obtain income, faced with the material destruction caused by the earthquake of September 7, 2017., in Juchitán de Zaragoza, Oaxaca, Mexico. Based on ethnography carried out in 2017 and 2018, the text initially develops the theme of the ability of “knowing how to sell” as one of the vital jobs of Juchiteca women; subsequently, it covers the process of reactivating trade after the disaster, emphasizing the role that the public market has in female community life; thereafter, the*

* ita.juav@gmail.com

main production jobs carried out by women are presented; and, finally, the paper highlights the tensions and difficulties that arise when choosing to migrate in search of income.

KEYWORDS: *Women, commerce, market, earthquake, Juchitán de Zaragoza.*

INTRODUCCIÓN

Juchitán es prospero, Juchitán no se quedó sin comer porque su principal fuente es el comercio entre la misma gente. Y es trabajo de la mujer. La mujer es quien se encarga de transformar y vender las materias primas. Difícilmente vas a ver a un hombre que esté vendiendo, eso lo hacen las mujeres, ellas saben vender [Óscar 2018, entrevista].

El comercio es la principal fuente de ingresos en Juchitán [Miano 2002; Acosta 2007; Dalton 2010]. Las mujeres son las que se dedican a transformar y vender los productos porque, históricamente, la división sexual del trabajo local se ha construido asignando para ellas las labores relacionadas con el comercio, mientras que los hombres se encargan de obtener materia prima en el campo, el mar o la industria [Miano 2002]. Cada día las juchitecas ofrecen productos como tamalitos de elote, pescado, camarón, totopo, curados de fruta o bordados. De hecho, el comercio marca el ritmo de la vida en gran medida.

El 7 de septiembre de 2017 un terremoto de 8.2 grados en escala Richter sacudió al país e impactó gravemente a Juchitán de Zaragoza, el centro económico más importante de la región del Istmo de Tehuantepec del estado de Oaxaca. Las casas y los medios de producción quedaron destruidos; los mercados se derrumbaron y la mayoría de las personas perdieron su empleo porque sus centros de trabajo se desplomaron. En ese contexto, generar ingresos para satisfacer las necesidades básicas no era sencillo.

El objetivo de este artículo es analizar las estrategias que las mujeres desplegaron para reactivar el comercio y obtener ingresos después del terremoto. En ese sentido, busco dar cuenta de los saberes, la organización y la experiencia que toman forma y se manifiestan en la labor de comerciar y que, en un contexto de desastre, resultan vitales para sostener la existencia comunitaria.

METODOLOGÍA

Este trabajo parte de un enfoque etnográfico que busca acercarse al lenguaje, los conocimientos y la subjetividad local [Rockwell 2009]. Para cons-

truir el análisis, parto de la teoría del punto de vista y de los conocimientos situados [Haraway 1995; Harding 1998] como recursos epistemológicos, pues busco narrar desde el punto de vista de las mujeres los aprendizajes, los sentires y las dificultades a las que se enfrentan al hacerse cargo del comercio y sostener a Juchitán en condiciones de desastre.

Realicé el trabajo de campo entre 2017 y 2018, utilicé la observación participante y las entrevistas a profundidad como principales técnicas de investigación. Según Guber, la observación participante facilita el análisis crítico de los conceptos teóricos y permite anclarlos en la realidad concreta [2001], esta técnica me permitió comprender el sentido profundo que tiene el comercio en las juchitecas y dar cuenta de su continuidad temporal. Para nutrir y fortalecer mis observaciones hice uso de la entrevista a profundidad pues permite “comprender a detalle las percepciones de las entrevistadas o profundizar en el conocimiento de situaciones pasadas o presentes desde su perspectiva” [Restrepo s/f.: 2].

Con el fin de este artículo, utilizo 10 entrevistas semiestructuradas que me permitieron ahondar en las vivencias, preocupaciones y anhelos, así como en los sentidos y significados que las mujeres les dan a su trabajo y las particularidades que éste tiene en condiciones de desastre. Cabe destacar que las voces y los nombres de las mujeres que aparecen en este texto fueron plasmadas con fidelidad, como parte de un esfuerzo por visibilizar, reconocer y politizar su experiencia, saberes y sentires al hacerse cargo del trabajo que implica comerciar.

1. SABER VENDER: EL TRABAJO VITAL DE LAS JUCHITECAS

La gente juchiteca obliga más a las hijas a trabajar para ayudar en los gastos de la casa, desde chiquitas. Por ejemplo, en el mercado la mamá compra una caja de jitomate, le llena un canasto y le dice “ve a venderlo por todo el mercado y si no lo acabas ve a venderlo por el pueblo”. Y la niña trae el dinero [...]. La creencia nuestra es “vende para que tengas para comprarte unos aretes de oro y esos aretes de oro te van a servir después, cuando lo necesites, para que puedas comer” [Na¹ Lugarda 2018, entrevista].

En Juchitán las mujeres mayores enseñan a las más pequeñas a vender, les dan consejos para facilitar sus labores y lograr que su desempeño sea

¹ *Na* es una palabra en zapoteco cuyo significado es “señora” y en Juchitán se usa para referirse con respeto a las mujeres mayores.

cada vez mejor. A simple vista pareciera que vender es sencillo, un trabajo fácil en el que alguien ofrece un producto, las personas compran y a cambio se obtienen ingresos, pero no es así. Vender es un trabajo que requiere múltiples destrezas: implica tener habilidades sociales, utilizar con fluidez la palabra, hacer reír, escuchar, negociar y estar atentas a las reacciones de las y los otros.

Todo esto constituye el *habitus* de las mujeres juchitecas que, tal y como sostiene Bourdieu, se refiere al conjunto de “sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes” [2007: 86]. Es decir, desde la infancia las mujeres adquieren conocimientos prácticos que despliegan para realizar su trabajo y organizar su cotidianidad, conforme crecen, ellas comparten lo aprendido a las más pequeñas y la transmisión perdura.

Para vender necesitas que no te dé vergüenza [...]. La abuela desde niña me decía “si eres amable con la gente te van a comprar, pláticale de lo que les gusta, hazlas reír, porque si vas con tu cara de amargada no te van a comprar”. Y es cierto. Cuando tú platicas y cotorreas con la gente te van a comprar, pero cuando vas con la cara de trompuda “¿vas a querer?” dices, y si dicen que no y te sales, no te van a comprar, porque no tienes gracia de vender. Cuando yo voy a vender, así, ando de cotorra y me dicen “dame una bolsa, dame otra bolsa”, cuando me doy cuenta ya acabé cinco bolsas en una casa. Esa es mi técnica [Yumi 2018, entrevista].

De esta forma las mujeres adquieren el *habitus* [Bourdieu 2007] para comerciar, heredan saberes, prácticas y habilidades que pueden ser utilizados en cualquier momento. Na Angelina tiene 81 años y se dedica a vender queso, ella explica: “vender es lo que puedes hacer siempre, hasta cuando ya estás grande. De esto me mantengo, no me gusta que mis hijas se preocupen y así no doy guerra, si vendo tengo mi ganancia” [2018, entrevista]. El saber-hacer para vender es el legado continuo que las mujeres de la familia comparten entre ellas para nutrir su autonomía, es decir, es útil no sólo para obtener ingresos sino para tener cierta independencia, satisfacer necesidades concretas e identificar cómo actuar ante una emergencia. Esta transmisión de la experiencia fue un pilar central para sostener la vida después del terremoto.

A causa de la destrucción física muchas personas perdieron su empleo y era difícil conseguir alguno en los meses posteriores. Los hombres, por ejemplo, pausaron sus labores por un tiempo y después comenzaron a trabajar como albañiles o “chalanés”, aquellos que se dedicaban a pescar o

sembrar también reanudaron poco a poco sus actividades, pero alguien tenía que encargarse de ofrecer los productos. Si ellos conseguían camarón, pescado o elote, la familia podía alimentarse, pero para obtener ingresos era necesario vender.

Aquí las mujeres son las que venden todo [...], juegan un papel muy importante, porque son las que saben que se tiene que mover el dinero. Saben que hay necesidad en la casa y se tiene que mover el producto que está almacenado, lo que hace falta. Yo creo que ellas por instinto, por naturaleza, solitas fueron saliendo adelante [Mario 2018, entrevista].

Las mujeres son quienes identifican las necesidades de la unidad de reproducción y buscan satisfacerlas, de hecho, “cuando el desempleo ataca, quienes hacen malabares para que el hogar perviva suelen ser las mujeres” [Pérez 2014: 165].

Aunque parece que las mujeres actúan “por instinto” al buscar el bienestar de la familia y la comunidad, esto no es casual: reconocen las necesidades porque han sido entrenadas desde la infancia para lograrlo. Más que un impulso “natural” o innato, las juchitecas activaron el amplio bagaje de conocimientos y prácticas que poseen, mismo que ha sido construido a lo largo de varios años de formación. Ellas movilizaron estrategias para generar ingresos a partir de los trabajos que forman parte de “su especialización”, como apunta Lagarde, “por la realización de hechos que sólo ellas pueden hacer” [2005: 155], es decir, vender.

Después del terremoto, el comercio permitió a las mujeres obtener el ingreso monetario necesario para cubrir los gastos pues, en muchas ocasiones, el dinero que el hombre conseguía por medio de su trabajo no era suficiente. Cabe destacar que, aunque las mujeres se encargan de la mayor parte del trabajo en el mundo, cuando ellas obtienen ingresos no los disponen para sí mismas, sino que los distribuyen entre otras personas [Gabe 2001]. Ante la emergencia en Juchitán esta situación fue claramente visible.

Después del temblor todo subió. Tuve que regresar a bordar en la tarde o en la noche, como no había venta pues nos pusimos a tejer los huipiles y ya de ahí nos ayudamos otro poquito. Y a vender tostadas, pollo, de todo, porque si no ¿de dónde íbamos a sostener a nuestra familia? Teníamos que buscar, nada de esperanzarnos en que el hombre trajera el dinero. La mayoría de las mujeres trabajamos para no esperar el dinero de los hombres, no alcanzaría por más que lo estires. Y menos cuando todo subió [Na Mirna 2018, entrevista].

Las mujeres vendían en puestos establecidos en los mercados o afuera de sus casas, colocaban su mercancía sobre mesas de madera o de plástico y quienes no tenían puestos fijos salían a ofrecer sus productos. En diferentes horarios, con charolas o canastas en la cabeza, ellas caminaban por las calles de Juchitán buscando clientela. Priorizaban ir al centro o a zonas poco dañadas, pues sabían que ahí encontrarían más personas dispuestas a comprar.

El comercio juchiteco genera bienestar colectivo porque ayuda al mismo tiempo a quienes ofrecen y a quienes reciben: se crean redes circulares de unidades vitales que se sostienen entre sí, el intercambio se aleja de la lógica capitalista porque no busca la acumulación, prioriza el consumo para la subsistencia local. Además, hay otro punto que es necesario tener en cuenta:

La diferencia es que las mujeres que venden tienen tiempo. Por ejemplo, si venden totopo o queso, ellas se organizan para que les dé tiempo y tengan listo todo, pero deciden a qué hora hacerlo, deciden qué tanto hacer. Pueden disponer de su tiempo, si un día no pueden trabajar por emergencia, pues no lo hacen. En cambio, si se tiene un trabajo formal cambia todo, porque entonces hay un horario y no disponen de su tiempo, no pueden estar con sus hijos, ayudar en fiestas, ni ir a las juntas o a eso de los censos [D.C.² *Na Ceci* 2018, entrevista].

El comercio fue necesario para restablecer el equilibrio de la vida. Dadas las circunstancias de desastre, este trabajo les permitió a las mujeres reactivar la economía al mismo tiempo que realizaban otras labores como cuidar a las y los niños, satisfacer necesidades familiares o cumplir con requerimientos comunitarios e institucionales al participar en proyectos de reconstrucción o dar seguimiento a procesos burocráticos.

2. REACTIVACIÓN DEL MERCADO

En Juchitán el mercado Benito Juárez³ es un lugar emblemático para cualquier habitante. A diferencia de otras ciudades en que las compras se hacen en supermercados, en Juchitán la mayoría de la fruta, las verduras y la

² Utilizaré D.C. como abreviatura para referirme a “Diario de Campo”.

³ El mercado Benito Juárez se encuentra en el centro de Juchitán, en este texto haré referencia a éste por ser un referente comunitario. Sin embargo, también existen otros mercados ubicados en diferentes zonas, por ejemplo, el mercado de mariscos y el mercado que ahora se encuentra en el parque Heliodoro Charis Castro, frente a la escuela Juchitán.

carne se adquieren en el mercado. No sólo los pobladores compran en ese espacio, también asisten personas de las agencias y de otros municipios; de ahí la importancia que este espacio tiene en la vida comunitaria.

Al respecto, Martínez explica que el mercado es un espacio para intercambiar productos que no siempre son obtenidos con el propio sudor, pero que implican el trabajo de personas de la misma comunidad. Así “no se produce para la venta desvinculada, sino para la sobrevivencia y el intercambio” [2010: 33]. Esto se observa parcialmente en Juchitán pues, al ser uno de los principales núcleos económicos de la región, alrededor del comercio se conforma “una ‘estructura dual’ constituida por dos economías con orientaciones distintas: una encaminada a la subsistencia y otra, a la acumulación de capital” [Acosta 2007: 21]. En ese sentido, ambas economías se vieron afectadas luego del terremoto.

La construcción donde se encontraba el mercado —el famoso edificio de los 30 arcos— sufrió grandes daños; más de la mitad del inmueble quedó destrozado, el techo se desplomó y las paredes o columnas que quedaron de pie estaban cuarteadas, era imposible usarlo en esas condiciones. Esto impactó a toda la población porque “el mercado de Juchitán era uno de los centros económicos más importantes del Istmo. Cuando se cae estalló una bomba porque todo mundo pensaba ¿de qué voy a vivir?” [Na Lugarda 2018, entrevista].

Tras lo ocurrido, la limpieza de los escombros comenzó al día siguiente. Aunque las personas utilizaban máquinas como retroexcavadoras y grúas para quitar los restos con facilidad, era evidente que la reconstrucción llevaría tiempo. Por eso, quienes tenían puestos ahí comenzaron a buscar alternativas para reactivar su trabajo.

A raíz del sismo sabíamos que todo iba a cambiar. Hubo un tiempo en el que la gente se mantenía en su casa con su familia, era un tiempo de luto, estábamos conscientes de que algo malo sucedió y que iba a tardar para que todo se reactivara. La economía se reactivó por la misma necesidad. Lo que tenías guardado para 15 días se acabó y tenías que comprar más. La gente que se dedica al comercio tenía guardada su mercancía y tenía que ver que no se echara a perder. Y solitos empezaron de nuevo. Si a la señora que vendía carne en el mercado se le destruyó el puesto, lo ponía afuera de su casa o llevaba su mesa al parque, ponía sus productos y ya ibas a comprar [Mario 2018, entrevista].

Reestructurar el mercado fue una iniciativa que surgió de las personas afectadas e implicó una red organizativa de recursos y trabajo, así como actividades de gestión y planeación. Las mujeres eran las principales intere-

sadas en dicha labor porque en ese espacio economizaban y colectivizaban el trabajo reproductivo, pero también debido a que, históricamente, ellas han sido las responsables de garantizar la producción y reproducción de la habitabilidad del espacio, es decir, de generar las condiciones de orden y confort necesario para vivir [Giglia 2012]. Por todo ello, un par de días después del terremoto ellas colocaron sus puestos en el parque central Benito Juárez, ubicado frente a lo que era el mercado. Tomaron ese espacio porque era el único lugar amplio y seguro donde podían estar.

Como no había solución por parte de nadie un día decidimos colocarnos aquí. Los hombres trajeron las tablas para hacer los puestos, colocamos las mesas y pusimos extensiones de luz. Los hombres nos ayudaron al principio y luego se fueron a sus trabajos también. A la semana del terremoto ya estábamos instaladas, aunque no vendíamos nada, la gente no venía, les daba miedo. No todas vendíamos igual, pero intentábamos [D.C. *Na Rita* 2018, entrevista].

El parque que utilizaron las juchitecas no tenía la infraestructura necesaria, pero ante la urgencia arreglaron el espacio con rapidez según sus necesidades. “Teníamos que buscarle, el dinero es importante, aunque digan que no. Pues claro, ni modo que comamos aire, de eso no se vive” afirma Yumi [2018, entrevista]. Con el paso del tiempo los puestos quedaron fijos y mejor establecidos, ellas lograron apropiarse de diversos espacios y los hicieron habitables, es decir, garantizaron “la producción social de la domesticidad” en el mercado [Giglia 2012: 29]. Incluso hasta finales del 2021 el mercado continuó en el parque y algunas calles aledañas.

Entrar al mercado era ingresar a una especie de espiral, algo así como un laberinto circular lleno de angostos pasillos que, por la similitud estructural de los puestos, dificultaban la ubicación espacial. Es decir, una vez dentro era difícil distinguir de qué lado quedaba el palacio municipal, la iglesia de San Vicente Ferrer o cuál era la dirección hacia Cheguigo.⁴ Por eso se percibía cierto desorden, como señala Dani: “ahora es un revoltijo, pero es como quedó también Juchitán después del terremoto, como un caos” [D.C. 2018].

Antes por lo menos estaban organizados: arriba los huaraches, los zapatos y la ropa típica; y abajo la comida, el pollo. Había un orden. Pero con el terremoto... el pollo por acá, la comida por allá, un poco por acá y otro poco por allá. Aquel

⁴ La iglesia de San Vicente Ferrer es un referente espacial significativo debido a que es la iglesia principal y Cheguigo es una de las Secciones más grandes de Juchitán.

día que fui al mercado, ya no sabía por dónde ir, me hice bolas ahí y ya no sabía por dónde salir. Está todo revuelto a pesar de que ya pasó. No se puede uno acomodar, no se puede uno organizar [Heidi 2018, entrevista].

Ruth Falcó sugiere que el espacio es un elemento básico para ordenar y construir la realidad [2003: 204-205], por lo tanto, cuando éste se transforma o se desorganiza, la vida completa se agita. Por su parte, Béatriz Nates sostiene que el espacio físico conforma el lugar en el que se sitúan las personas y “requiere ser ejercitado y tradicionalizado para que cumpla su función básica: ser un referente que produce identificación” [2010: 223]. En ambos sentidos, cuando el espacio cambia las dinámicas sociales también lo hacen. El terremoto no sólo impactó la estructura física del mercado o de las casas, también la organización, el trabajo y el tiempo de las mujeres, no sólo al comprar o vender, sino toda su cotidianidad.

Reactivar y reorganizar el intercambio monetario ha sido un gran reto. A causa del daño material las ventas disminuyeron en gran medida, hubo semanas que las personas no tenían dinero para adquirir insumos básicos, además, nadie quería visitar Juchitán porque las réplicas continuaban. Durante las visitas realizadas a *Na Irma* en su puesto de ropa, observé que mucha gente pasaba frente a nosotras, iban y venían con bolsas o morrales, y parecía que compraban algo. Sin embargo, ella me explicó:

Mira, siempre son las mismas personas las que pasan, cuando estás diario acá te das cuenta. Ahorita siguen comprando cosas para comer nada más, porque es la necesidad que quieren cubrir para su familia. Los demás puestos no se han logrado levantar. Entre menos gastes es mejor ahora. Antes venían extranjeros y compraban ropa, huaraches, joyería... hacían pedidos, les gustaba porque llamaba la atención, pero ahorita no, ya no vienen [D.C. 2018].

Las mujeres se enfrentaron a diversas dificultades para impulsar el comercio y tuvieron que emplear estrategias adaptativas como bajar al máximo sus precios, aunque las ganancias fueran mínimas y les costara más esfuerzo y tiempo recuperar su inversión. Sin embargo, aún con todos los imprevistos, poco a poco las ventas aumentaron y esto influyó positivamente en las familias y la comunidad.

3. EL MERCADO COMO MOSTRADOR LABORAL

El mercado de Juchitán es el espacio público que habitan las juchitecas, generalmente ellas son las que asisten a comprar o vender. “Aquí son las

mujeres las que venden, las que atienden el negocio. Es raro un carnicero, es raro, casi todas son carniceras” explica *Na* Lugarda [2018, entrevista]. De hecho, “el 99% de los puestos son ocupados por mujeres” [Chaca 2017] que desde la infancia pasan ahí horas y horas de su vida, el mercado se convierte en “su lugar”.⁵

Las mujeres venden una multiplicidad de productos en ese espacio, desde comida hasta calzado y joyería, “agarra ña, agarra” dicen mientras extienden sus manos sosteniendo sus productos. Durante la jornada, algunas de ellas ríen y bromean mientras otras se mantienen serias, pero también se ayudan. Cuando alguna no tiene un producto explica en qué puesto se puede conseguir y con quién. Si no tienen cambio le piden a la mujer del puesto de al lado. De esta forma, ellas generan ingresos al mismo tiempo que establecen redes de apoyo y acompañamiento.

La vida en el mercado comienza desde las siete de la mañana. Las mujeres llegan en camionetas, mototaxis o triciclos que transportan las mercancías que venden. Se bajan con morrales o cajas en las manos y caminan a sus puestos, a veces intercambian un “buenos días” y algunas palabras más, luego colocan sus mesas, levantan las lonas y poco a poco el mercado va tomando forma.

A lo largo del día hay distintos ritmos de trabajo, pero es claramente visible que a la una y media de la tarde, aproximadamente, el espacio comienza a ser habitado por más mujeres. Por una parte, las niñas y adolescentes que terminaron sus clases comienzan a trabajar en los puestos a esa hora, por otro lado, las adultas llegan a comprar para tener todo fresco para la comida. Por eso, para las juchitecas el mercado es el principal “centro de comunicación, interacción y comercio” [Dalton 2010: 111].

Mientras ellas venden también cuidan a las y los niños, los abrazan o los cargan con un rebozo, los amamantan o les dan fruta para comer y cuando se duermen los acuestan sobre alguna colchoneta o cobija colocada en una esquina del puesto. De esta manera, tal y como señala Falcó, las mujeres priorizan el orden del espacio en función de sus actividades y roles, de tal forma que les permita vender y al mismo tiempo brindar afectos [2003: 205]. Así, el mercado es un claro ejemplo de que “lograr un segundo empleo nunca nos ha liberado del primero” [Federici 2013: 56].

⁵ Varias autoras y autores sostienen que las mujeres son quienes atienden el mercado y se convierten en “las reinas indiscutibles del lugar” [Covarrubias 1946; Bennholdt-Thomsen 1997; Miano 2002: 75]. Sin embargo, estas visiones muestran sólo una parte de la realidad que viven las mujeres y al exaltar la visión folclorizada de ellas contribuyen a sostener el imaginario que hay alrededor del matriarcado.

Por eso, para los ojos atentos, ese espacio llega a parecer un “mostrador laboral”, pues en él se tejen múltiples trabajos reproductivos que realizan las mujeres: para generar ingresos; de crianza y de cuidados; de contención emocional; doméstico; y comunitario. Todos realizados en el mismo lugar, en un mismo día, por un mismo cuerpo. Todos sosteniendo la vida y reforzando la trama comunitaria.

Quizá es por este escenario lleno de colores, mujeres y trabajo, que se ha llegado a creer en la aparente existencia del matriarcado en Juchitán. Sin embargo, aunque el mercado es un espacio deslumbrante, la mayoría femenina no está presente de esta manera en otros lugares. De hecho, si se camina unas cuantas cuadras alejadas del centro puede observarse que la presencia de las mujeres en las calles es casi nula, a menos que tengan algún puesto que atender.

Las mujeres nada más están en el mercado. Ahí no más es el trabajo, ahí llegan a vender. No como los hombres que tienen terreno, tienen que trabajar, hacer. Pero la mujer no, ahí nada más en el mercado o en su casa es que trabaja. Los hombres sí, van a pescar, a vender, van a su terreno, a hacer milpa ¿no? Van a sembrar maíz, a sembrar sorgo o ajonjolí, a sembrar... a ver cualquier cosa. Más tiene el hombre lugar para estar [Na Lucila 2018, entrevista].

Para las mujeres el comercio se presenta como una potente alternativa para generar ingresos y subsistir ante la dificultad de poseer tierras o tener un empleo remunerado. Vender es el saber-hacer que nutre de posibilidades a las juchitecas. Mientras el espacio público, como las calles, las canchas o los parques suele ser ocupado por los hombres, el mercado es el único lugar comunitario donde se encuentran más mujeres, algunas de ellas vendiendo y otras realizando parte del trabajo doméstico, como comprar alimentos para preparar la comida.

A pesar del imaginario que existe, el mercado llega a ser una extensión del espacio doméstico porque en él se ejecutan actividades y labores que forman parte del trabajo para la satisfacción de necesidades primarias de la familia, también es el principal espacio colectivo femenino por medio del cual las mujeres sostienen la economía comunitaria y los lazos de solidaridad.

4. “SE HACE PARA VENDER”. PRINCIPALES TRABAJOS DE PRODUCCIÓN

Antes hacía tortillas. Haciendo tortillas compraba calabaza, ponía mi horno, lo llenaba y luego preparaba dulce de calabaza mientras se cocía mi tortilla. Cuan-

do terminaba de hacer el dulce ya sacaba la tortilla, cuidaba que no se quemara. Cuando los dos estaban listos salía a vender. Terminando de vender me venía a hacer mi comida y mi bordado. En realidad, tenía dos trabajos porque bordaba y hacía totopo, y el de ama de casa pues... ese ya, ya es trabajo de uno, pues no se paga [...]. Ahorita ya no tengo mi horno, pero ya empecé a bordar. Eso es lo bueno de saber hacer varias cosas [Heidi 2018, entrevista].

En Juchitán las mujeres “hacen para vender”; por ejemplo, como dice *Na Elsa*, “compran pescado, lo preparan y salen a venderlo. Las mujeres buscan qué vender, así no va a faltar comida” [2018, entrevista]. Años de entrenamiento y experiencia les han bastado para especializarse, desde la infancia, en transformar las materias primas para vender algo más elaborado. Las abuelas les enseñaron a las madres y las madres a las hijas que, a su vez, les transmitirán a otras el saber-hacer.

El *habitus* se constituye por medio de la práctica pues “no existe otra manera de adquirir los principios fundamentales de una práctica [...] como no sea practicándola con la ayuda de algún guía o entrenador, quien asegure y tranquilice, quien dé el ejemplo y corrija enunciando” [Bourdieu *et al.* 1995: 163]. El legado femenino del saber-hacer para vender es una de las herencias más importantes para las juchitecas, pues las dota de un conjunto de conocimientos que ponen en práctica y les permiten nutrir su autonomía.

Aquí puede observarse “un permanente intercambio: una alumna-maestra⁶ que cotidianamente ha de reproducir nuestras facultades intelectuales y materiales, no separadas, sino entendidas en su unidad” [Martínez 2015: 107]. Al realizar las labores para transformar las materias primas, las mujeres no sólo conforman y transmiten el *habitus*, también comprenden el sentido profundo que tienen.

En un sentido concreto, estos trabajos tienen tres objetivos principales: 1) orientarse al autoconsumo; 2) obtener ingresos por medio de la venta y 3) facilitar el estar en casa para realizar otras labores al mismo tiempo. El saber-hacer para vender nutre su autonomía porque les permite construir las condiciones de posibilidad para decidir sobre su tiempo, la forma de realizar sus labores y la forma en que habitarán el espacio.

Ante el terremoto, los principales trabajos de producción —pero no los únicos— que realizaron y que les permitieron sobrevivir fueron: 1) elaborar totopos y tortillas; 2) bordar trajes o huipiles y 3) preparar comida.

⁶ Originalmente, la cita apunta “alumno-maestro”, yo utilizo el femenino.

Totopos

Uno de los alimentos básicos en la alimentación juchiteca es el totopo. Las personas lo consumen a la hora de la comida, pero también como botana o colación. Por eso, saber hacer totopos es vital y es un trabajo, casi exclusivo, de las mujeres. Desde la infancia se les enseña a las niñas cómo usar el comixcal,⁷ la temperatura exacta que éste debe tener y la textura adecuada de la masa para que pueda cocerse bien. “Mi abuela me enseñó [...], me decía que la gente de acá es gente que muele, que haciendo totopos iba a vender bonito y ganar dinero” explica Yumi [2018, entrevista].

La venta de totopos juega un papel importante en la economía de muchas unidades de reproducción porque, a diferencia de otros trabajos, el ingreso que las juchitecas generan al venderlos es constante y cotidiano, como señala Heidi: “hacer totopo es al día, tienes dinero, todos los días trabajas y ganas tu dinero, no tienes que esperar más tiempo” [2018, entrevista]. Y esto genera fluidez monetaria en la comunidad también.

En 2017, luego del movimiento telúrico, la mayoría de los comixcales se rompieron y quedaron destruidos: las mujeres perdieron sus medios de producción. Esto fue un hecho que marcó una diferencia significativa en la forma de vida que ellas tenían, en sus tiempos, ritmos y formas de trabajo.

Con el terremoto la vida cambió mucho. Dejé de hacer totopo un tiempo porque se rompió mi comixcal y no pude conseguir uno luego [...]. Pero a mi vecina no se le cayó su horno y [como no había maíz] me decía “aunque sea con ese de Maseca se pueden hacer las tortillas”. cuando ella acababa me decía “ya terminé, ahora puedes echar tu tortilla”. Yo ponía Maseca y hacía para dos o tres días. Después fue que agarré un tambo de fierro, lo acomodé y ahí los hago ahora, ahí estoy cociendo, aunque da más lata porque no cuece igual [Na Martha 2018, entrevista].

Aunque los comixcales eran sumamente importantes para la vida juchiteca fue difícil instalarlos de nuevo, las réplicas no permitían que se mantuvieran en buenas condiciones porque con el movimiento constante el barro se cuarteaba. Aun así, las mujeres seguían cociendo. Como Na Martha muchas mujeres hacían uso creativo de los medios y recursos con los que contaban, como ollas o tambos de fierro que convirtieron en hornos. El bagaje intelectual y práctico que ellas poseen les permitió hallar soluciones

⁷ El comixcal es el horno tradicional, hecho de barro y con fondo hueco, que las mujeres usan para cocer totopos y diferentes alimentos.

con mayor facilidad y rapidez, no podían esperar a encontrarse en condiciones adecuadas para rehacer sus diferentes trabajos.

Bordados

Pensar en Juchitán es pensar en las coloridas y grandes flores bordadas en los trajes, los huipiles o las guayaberas. Los bordados son parte fundamental de la identidad, las tradiciones y los simbolismos comunitarios, son creaciones elaboradas principalmente por mujeres. Para bordar se requiere una gran cantidad de tiempo, dedicación y paciencia, pues es uno de los trabajos que implica más atención, cuidado y delicadeza.

Esta labor se enseña y se aprende generacionalmente, nutre los vínculos y arraiga un significado concreto. “Mi mamá borda. La veía hacer eso [...] y poco a poco me senté a ayudarlo. Mi hermana y mi tía también se sentaban a bordar, las tres juntas en el bastidor, después las cuatro” narraba Heidi mientras me explicaba que la mayoría de las mujeres saben bordar porque “todo lleva bordado, y como lo hacen se lo ponen, por eso lo usan mucho. Además, también se vende bien” [Heidi 2018, entrevista].

El bastidor es un espacio de encuentro femenino: los bordados reúnen la fuerza, el trabajo y el tiempo de varias mujeres. Al usarlos para vestir, las personas portan en el cuerpo elementos simbólicos de Juchitán que son creados por manos femeninas.

La ropa tiene el trabajo de muchas mujeres, de muchas manos. Por ejemplo, un huipil, desde la que vende la tela, la que lo forra, la que lo pinta y la que lo borda. Y estos bordados van con la identidad de la mujer juchiteca, eso nos caracteriza en todo el mundo. Yo siempre digo que estos lienzos no sólo son puntadas, no sólo son colores, son pedacitos de vida que va dejando una en cada puntada, aquí está plasmado el pedacito de vida de una, aunque no mucha gente lo valora [Na Asunción 2018, entrevista].

Cuando los comixcales se destruyeron a casusa del movimiento telúrico, los bastidores tomaron un lugar importante como medios de producción. Bordar fue uno de los trabajos más viables para reactivar y reforzar la generación de ingresos de las mujeres. Ellas tomaron sus hilos y agujas, colocaron sus lienzos con trazos sobre el bastidor y comenzaron a crear. Así, ellas obtuvieron recursos para posibilitar las condiciones materiales concretas para vivir en momentos de crisis.

Venta de comida

Las mujeres preparan empanadas, tamales de elote, garnachas, caldo de iguana, pollo garnachero o cualquier otro platillo para vender. Desde pequeñas aprenden a cocinar cuando trabajan junto con su mamá en la cocina o el fogón. Producir la comida les permite tener solvencia económica, como explica *Na* Mirna, “a eso es a lo que nos dedicamos y eso mismo vamos enseñando a nuestras hijas para que no se pierda la costumbre, porque si ya no hay economía para que sigan estudiando pues ya sepan trabajar” [2018, entrevista].

Semanas después del sismo, para generar ingresos las mujeres prepararon alimentos y los comercializaron en diferentes espacios, en las calles, en el mercado o en sus patios. Ese fue el caso de *Na* Petronila, una mujer de 72 años que perdió su comixcal y comenzó a vender comida en una calle céntrica, donde tres grandes tiendas estaban en proceso de reconstrucción. Ella organizaba su día en función de sus ventas, pero trataba de no descuidar a *Ta* Gabriel, su esposo. Se levantaba a las cinco de la mañana, preparaba el desayuno y el *lunch* para él. Luego hacía la comida para vender y, en cuanto tenía todo listo, salía a la calle con sus ollas y cacerolas para instalar su puesto. Los albañiles, arquitectos y demás empleados que trabajaban en las construcciones, hombres todos, le compraban. En la tarde, en cuanto ella terminaba, volvía a su casa y alistaba las materias primas que utilizaría el siguiente día.

Para preparar la comida las mujeres utilizaban todo lo que tenían al alcance de sus manos con el fin de reducir los costos de producción. Por ejemplo, como en Juchitán hay grandes y frondosos almendros, ellas recolectaban los frutos para prepararlos en dulce, con chamoy o en curados. Hacían lo mismo con las milpas y utilizaban el maíz para elaborar tamalitos, pan o atole. Usaban el ingenio y la creatividad para cocinar diferentes alimentos.

Mi trabajo es vender pescado crudo o al horno. Y si no hay pescado pues tengo que hacer mi totopo. Cuando no estoy haciendo totopo y hay elote, pues hago tamales y los vendo. Tomo cualquier trabajo que encuentro, a veces hago empanadas o quesadillas. Así tengo para el gasto de mis hijos o para comprar lo que se necesite en la casa [*Na* Lucila 2018, entrevista].

Las mujeres vendían todo lo que sabían cocinar. En ese sentido, los saberes culinarios que poseían fueron básicos, no sólo para satisfacer el hambre de la familia sino como una estrategia clave ante la necesidad de cubrir los gastos cotidianos. De hecho, es necesario destacar que en los días poste-

riores al terremoto fue el trabajo de las mujeres en las cocinas comunitarias lo que permitió la vida colectiva [Juárez-Acevedo 2020]. Haciendo uso de su energía, su tiempo y sus saberes ellas satisfacían una de las necesidades básicas fundamentales: el hambre.

5. LA MIGRACIÓN CUANDO YA NO HAY OTRA SALIDA

Para quienes tenían empleos “formales”, con un contrato y remuneración de por medio, la situación después del terremoto fue distinta. Cuando los centros de trabajo se derrumbaron las mujeres perdieron sus empleos porque no había lugares adecuados para continuar laborando ni dinero para pagar sueldos. La mayoría de ellas eran jóvenes, algunas de las cuales ya no adquirieron el saber-hacer para vender o no tenían sus propios medios de producción.

Ante la pérdida de empleos las mujeres buscaban nuevos lugares de trabajo. Esto no era tarea menor: las condiciones físicas y económicas de Juchitán no facilitaban el proceso; por eso muchas tuvieron que migrar, se mudaron a municipios cercanos o a la Ciudad de Oaxaca. Al respecto, Pérez, Paiewonsky y García sostienen que en los últimos años ha aumentado la cantidad de mujeres que “migran de forma independiente en búsqueda de empleo”, pues no lo hacen sólo como parte de la migración familiar o como dependientes de alguien más [2008: 36]. Por otro lado, Elaine Acosta refiere que una de las motivaciones principales por las que las mujeres migran es la necesidad económica que surge de manera urgente [2013]. Ese fue el caso de Rosa y Ana.

Rosa tiene dos hijos: Pedrito y Diego, de cinco y nueve años respectivamente. *Na* Petronila es su suegra y es quien me cuenta la historia: Rosa perdió su empleo después del terremoto porque la tienda donde laboraba se derrumbó, por eso tuvo que mudarse a Oaxaca para buscar trabajo. No podía llevarse a sus hijos porque no tenía quién los cuidara en la ciudad, así que decidió dejarlos con su abuela. Ahora *Na* Petronila tiene que hacerse cargo de sus nietos, los lleva a la escuela, les prepara de comer y los cuida. Ella dice que “eso es muy difícil cuando ya no está una acostumbrada a tener niños chiquitos. Yo ya no tengo la misma paciencia ni las mismas ganas de cuidarlos, aunque son mis nietos. No reniego de ellos pero me canso” [D.C. 2018].

La migración de Rosa para buscar empleo en Oaxaca implicó que dejara a sus hijos con la abuela, esto cambió las dinámicas de la unidad de reproducción aumentando la carga laboral de *Na* Petronila. Una situación similar es la que vive *Na* Elsa, la madre de Ana, una mujer de 30 años que

trabajaba en una tienda de ropa cuyo local se derrumbó y su reconstrucción llevó mucho tiempo.

Ana buscó un nuevo empleo, pero no encontró. La familia necesitaba ingresos porque, aunque las ganancias de las ventas de *Na Elsa* cubrían los gastos del día a día, no eran suficientes para cubrir los costos de medicamentos o de alguna emergencia; por ello, pasado un par de meses, Ana decidió que lo mejor era viajar a Oaxaca. Así lo hizo y dejó a Jesús, su hijo, con su abuela. Esta reestructuración familiar también cambió la rutina y las responsabilidades de *Na Elsa*.

En ese momento mi esposo no tenía trabajo, por eso dejé que ella se fuera. Pero me arrepiento porque se quedó el niño., y aunque estemos amolados ahorita mi marido está trabajando, yo me encargo de mis viejitos y medio pasamos el día. Yo quisiera que Ana estuviera con su hijo porque a veces mi mamá o mi papá están enfermos y tengo que llevarlos al doctor, luego no está mi marido y no hay con quién se quede o quién lo lleve a la escuela. Pues parece nada, pero me hago fuerte, me quiebro también, porque es mucho trabajo para mí. Por eso le digo, si ella estuviera aquí, en la noche o en la tarde por lo menos ya viera a su hijo y yo descansara [*Na Elsa* 2018, entrevista].

El trabajo de las mujeres migrantes es indispensable para sostener monetariamente la unidad de reproducción, lo paradójico es que cuando ellas se van el trabajo doméstico y de cuidados aumenta para las que se quedan. Así se forman las “cadenas globales de cuidados” pues “las mujeres que migran dejan un lugar vacío en sus hogares que es ocupado por otras mujeres todavía más pobres o por mujeres de la misma familia, y así sucesivamente” [Gil 2011: 296].⁸ Cuando las y los niños se quedaban, había más ropa que lavar, más comida que hacer y más atención que dar, es decir, más trabajo para las cuidadoras.

Aquí es necesario destacar un punto nodal: el problema no es que las mujeres migren, sino que los trabajos de cuidados no son redistribuidos equitativamente. Mientras otras mujeres se hacen cargo de cuidar, los hombres suelen permanecer al margen de las labores, sin asumir responsabilidad alguna e incluso sin notar la sobrecarga de aquellas que los rodean.

Por otro lado, la migración también es complicada para las mujeres que se van. Abandonar su territorio no es una cuestión menor, éste articula la conexión comunitaria y dota de significado la vida, de hecho, “el sentido

⁸ Para analizar los debates y propuestas actuales en torno a la migración y las cadenas globales de cuidado revisar Acosta [2013].

de los territorios de origen (...) es la idea de ‘lugar de sus ancestros’; es eso lo que les da un sentido territorial y una manera bien particular de territorializar el lugar a donde llegan” [Nates 2010: 215].

Migrar implica abandonar el territorio que se habita para desplazarse hacia un espacio muchas veces desconocido, esto no es sencillo; separarse de sus hijas e hijos y ser tachadas como “malas madres” tampoco lo es. El costo al que se enfrentan en el intento de generar ingresos para el bienestar familiar es alto.

Como acá no se vendía porque la gente tenía menos dinero, empecé a salir a otros lados, iba a Tehua, a Xadani, a Oaxaca también. Llevaba totopo, camarón o pescadito, y cuando salía todo lo vendía, la gente me compraba. Pero luego dejé de hacerlo porque Florencio [su hijo] se quejaba de que ya no lo atendía, me decía que si ya no lo quería o por qué ya no estaba en la casa. No entendía que no teníamos dinero [Na Lucila 2018, entrevista].

A pesar de los múltiples trabajos que las juchitecas realizaban, se les exigía, tanto dentro como fuera de la familia, que no abandonaran el rol de “buena esposa” o “buena madre”, ni las atenciones, cuidados y tiempos que éstos exigían. La construcción social de la madre que está pendiente de sus hijas e hijos es un peso cotidiano, que se muestra de manera concreta y contundente a la hora de tomar decisiones.

A MODO DE CONCLUSIÓN

El movimiento telúrico del 7 de septiembre de 2017 causó graves afectaciones materiales en Juchitán de Zaragoza. La mayoría de los espacios familiares y comunitarios se derrumbaron; los medios de producción quedaron destruidos y las personas perdieron sus empleos porque las instalaciones donde laboraban se desplomaron. Satisfacer las necesidades básicas y, en la medida de lo posible, reconstruir un hogar resultaba sumamente difícil.

El análisis fue construido alrededor de este contexto de desastre y muestra cómo el trabajo de las mujeres que se basa en el saber-hacer para vender fue vital. Haciendo uso de una gran multiplicidad de conocimientos, destrezas y habilidades, ellas desplegaron creativas estrategias para gestionar, organizar y hacerse cargo de la reactivación del comercio, principalmente por medio del mercado local, al producir y vender diferentes productos, como totopos, comida y bordados, las juchitecas lograron movilizar el flujo monetario y generar bienestar colectivo.

El saber-hacer concreto fue central para cubrir las necesidades de las personas, sin embargo, cuando esto no fue suficiente para garantizar las condiciones materiales necesarias para reproducir la vida, la migración se presentó como alternativa en la búsqueda de empleo. Esta estrategia permitía a las mujeres obtener ingresos, pero al mismo tiempo dejaba más trabajo para aquellas que se quedaban al cuidado de la familia.

En ese sentido, ante la emergencia fue posible observar, con profundidad y nitidez, el papel que históricamente las mujeres han tenido en el sostenimiento comunitario: ellas con su cuerpo, energía, tiempo y saberes nutren el trabajo que permite restablecer el equilibrio de la vida continuamente. El saber-hacer concreto dota a las mujeres de posibilidades ante la continua desposesión de tierras, medios de producción o espacios.

Cuando ellas movilizan su energía y ponen en el centro sus creaciones, se apropian de ellas y pueden decidir cómo quieren continuar su transitar; de ahí que la transmisión del saber-hacer para vender, es decir, el enseñar y aprender a comerciar forme parte de las estrategias femeninas de cuidado y autodefensa ante la precariedad y las dificultades económicas.

REFERENCIAS

Acosta, Eliana

2007 *Zapotecos del Istmo de Tehuantepec. Pueblos indígenas del México contemporáneo*. CDI. México.

Acosta, Elaine

2013 Mujeres migrantes cuidadoras en flujos migratorios sur-sur y sur-norte: expectativas, experiencias y valoraciones. *Polis. Revista Latinoamericana*: 1-20.

Bennholdt-Thomsen, Veronika

1997 *Juchitán, la ciudad de las mujeres*. Instituto Oaxaqueño de las Culturas, Consejo Estatal para el Desarrollo de la Cultura y las Artes. México.

Bourdieu, Pierre

2007 *El sentido práctico*. Siglo XXI Editores. Argentina.

Bourdieu, Pierre y Wacquant, Loïc

1995 *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. Grijalbo. México.

Chaca, Roselia

2017 Juchitán, capital comercial del Istmo, Oaxaca. *NVI Noticias*, 12 de julio. <<https://www.nvinoticias.com/nota/64089/juchitan-capital-comercial-del-istmo-oaxaca>>. Consultado el 10 de julio de 2021.

Covarrubias, Miguel

1946 *México south, the Isthmus of Tehuantepec*. Alfred A. Knopf. Nueva York.

Dalton, Margarita

2010 *Mujeres: género e identidad en el Istmo de Tehuantepec, Oaxaca*. CISAS. México.

Falcó, Ruth

2003 *La arqueología del género: Espacios de mujeres, mujeres con espacio*. Universidad de Alicante, Centro de Estudios sobre la Mujer. España.

Federici, Silvia

2013 *Revolución punto cero. Trabajo doméstico, reproducción y luchas feministas*. Traficantes de Sueños. Madrid.

Gabe, Mugarik

2001 *Las mujeres mueven el mundo*. Gobierno de Navarra, Instituto de estudios sobre desarrollo y cooperación internacional, Universidad del País Vasco. España.

Giglia, Ángela

2012 *El habitar y la cultura. Perspectivas teóricas y de investigación*. Anthropos Editorial, División de Ciencias Sociales y Humanidades, UAM-Iztapalapa. Barcelona, México.

Gil, Silvia

2011 *Nuevos feminismos. Sentidos comunes en la dispersión. Una historia de trayectoria y rupturas en el Estado español*. Traficantes de Sueños. Madrid.

Guber, Rosana

2001 *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Grupo Editorial Norma. Bogotá.

Haraway, Donna

1995 Conocimientos situados: la cuestión científica en el feminismo y el privilegio de la perspectiva parcial, en *Ciencia, ciborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*, Donna Haraway. Cátedra. Madrid: 313-146.

Harding, Sandra

1998 ¿Existe un método feminista?, en *Debates en torno a una metodología feminista*, Eli Bartra. UAM. México: 9-34.

Juárez-Acevedo, Itandehui

2020 Cocinas comunitarias en Juchitán de Zaragoza: el trabajo de las mujeres en la base de la vida. *Cuadernos del Sur*, (49): 87-106.

Lagarde, Marcela

2005 *Los cautiverios de las mujeres: madrepasas, monjas, putas, presas y locas*. Universidad Nacional Autónoma de México. México.

Martínez Luna, Jaime

2010 *Eso que llaman comunalidad*. Culturas Populares, CONACULTA, Secretaría de la Cultura, Gobierno de Oaxaca, Fundación Alfredo Harp Helú Oaxaca A.C. México.

2015 Conocimiento y comunalidad. *Bajo el Volcán* 15 [23]: 99-112. <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28643473006>>. Consultado el 1 de agosto de 2021.

Miano, Marinella

2002 *Hombre, mujer y muxe' en el Istmo de Tehuantepec*. INAH, Plaza y Valdés. México.

Nates, Béatriz

2010 Soporte teóricos y etnográficos sobre conceptos de territorio. *Co-herencia* 8[14]. 209-229. <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-58872011000100009&lang=es>. Consultado el 22 de abril de 2022.

Pérez, Amaia

2014 *Subversión feminista de la economía. Aportes para un debate sobre el conflicto capital-vida*. Traficantes de Sueños. Madrid.

Pérez, Amaia, Denise Paiewonsky y Mar García

2008 *Cruzando fronteras II: Migración y desarrollo desde una perspectiva de género*. Instituto Internacional de Investigaciones y Capacitación de las Naciones Unidas para la Promoción de la Mujer [UN-INSTRAW]. Madrid.

Restrepo, Eduardo

s/f *La entrevista como técnica de investigación social: Notas para los jóvenes investigadores*. Universidad ICESI, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. Colombia.

Rockwell, Elsie

2019 *La experiencia etnográfica*. Paidós. Barcelona.

