

Aproximaciones para el estudio del lenguaje en las prácticas de emprendimiento desde una perspectiva de género

Dra. Alejandra Elizabeth Urbiola Solís¹

Resumen

Se presenta una aproximación desde el lenguaje de dos empresarios de origen zapoteca en la región Valles de Oaxaca, México. Muestra la explicación que ambos construyen sobre el proceso de emprendimiento. El lenguaje adquiere una connotación ideológica y vinculante en la dimensión de género, al producir y reproducir una explicación sexista o patriarcal. Se utiliza la teoría feminista sobre la construcción de sistemas sociales y de organización de la producción así como las teorías del contexto y de la relevancia. La metodología fue fenomenológica y de hermenéutica y los resultados sugieren que existe un orden simbólico que se objetiva en un sistema social y político patriarcal. Existen cambios en las subjetividades que van de lo tradicional en cuanto a las ideas hacia lo innovador en las prácticas económicas. El respeto a la tradición tiene una valoración muy alta en ambos casos.

Palabras clave: etnia, cultura, género, lenguaje, emprendimiento.

Abstract

Approximations to the study of language within the entrepreneur practices from a gender perspective

This work shows an approximation from the language of two businessmen of Zapotec origin in the Valles region of Oaxaca, México. It presents the explanation that both of them construct about the entrepreneurial process. Language acquires and

¹ Cursó estudios de Economía y Antropología Social. Tiene un doctorado en Estudios Organizacionales. Perteneció al Sistema Nacional de Investigadores (SIN) desde el año 2009. Trabaja como Profesor-Investigador de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Querétaro, México. Tiene más de 30 artículos publicados y 10 capítulos de libro. Sus líneas de investigación son cultura y comunicación; procesos de emprendimiento, cambio cultural y género.

ideological and bonding connotation in the dimension of gender when it produces and reproduces a sexist patriarchal explanation. Feminist theory on building social and production organisation systems as well as context and relevance theory are used. Phenomenology and hermeneutic methodologies are used and the results suggest that there is a symbolic order that objectifies itself into a social and patriarchal political system. There are changes in subjectivities that go from the traditional ideas to the innovative in the economic practices. The respect for tradition has a very high value in both cases.

Keywords: ethnicity, culture, gender, language, entrepreneurship.

Resumo

Aproximações para o estudo da linguagem nas práticas do empreendimento desde a perspectiva de gênero

Apresenta-se uma aproximação desde a linguagem de dois empresários de origem zapoteca na região dos Vales de Oaxaca, no México. Mostra a explicação que ambos constroem sobre o processo de empreendimento. A linguagem adquiriu uma conotação ideológica e vinculante na dimensão de gênero, ao produzir e reproduzindo uma explicação sexista ou patriarcalista. Utiliza-se a teoria feminista para explicar a construção de sistemas sociais e da organização da produção, bem como as teorias do contexto e relevância. A metodologia foi fenomenológica e hermenêutica e os resultados sugerem que existe uma ordem simbólica que se objetiva num sistema social e político patriarcal. Existem mudanças nas subjetividades que vão do tradicional quanto às ideias para o inovador nas práticas económicas. O respeito pela tradição é altamente valorizado em ambos os casos.

Palavras-chave: etnia, cultura, gênero, linguagem, empreendimento.

Introducción

El término *entrepreneur* fue utilizado por economistas franceses e ingleses desde el siglo XVIII (Formichella, 2004), se relaciona con los procesos económicos que inciden en la producción y que incluyen situaciones de riesgo y ambigüedad. El término tiene también una connotación social que enfatiza la situación de los individuos “emprendedores” en redes personales, de negocios o informales (Julien, 2003) en contextos socioeconómicos específicos.

En este trabajo se considera como actividad de emprendimiento aquella que establece un individuo o grupo de personas con un fin económico y que tiene un impacto social. El análisis que se propone a partir de esta definición no busca presentar los aspectos económicos aislados sino en relación con los elementos socioculturales en el que se desarrollan; así, se propone un acercamiento fenomenológico y de comprensión hermenéutica de aquellos que llevan a cabo la actividad económica, y que abre la posibilidad de conocer la forma como los individuos desde la dimensión de género interpretan la actividad empresarial y la relacionan con un cambio en sus condiciones de vida. Esta perspectiva –de carácter ideográfico, cualitativa– ofrece información sobre los aspectos económicos y su expresión cultural.

Se busca entender la construcción subjetiva del emprendimiento como actividad económica y social a partir del lenguaje. Simbólico por excelencia, es en el lenguaje y en la construcción de sentido a través de este como los individuos recrean un proceso particular, asociado a las características culturales del lugar donde habitan. El lenguaje adquiere una connotación ideológica, como producto cultural (Geertz, 1987) y en ese sentido es vinculante en la dimensión de género, al producir y reproducir un lenguaje sexista o patriarcal; se consideran de utilidad las teorías del contexto (Van Dijk, 2001) y de la relevancia (Wilson y Sperber, 2004), para entender de qué manera se construye la realidad del proceso de emprendimiento desde la perspectiva de género (Burin y Meler, 2010). Asimismo, se recurre a las contribuciones de la teoría feminista sobre la construcción de sistemas sociales y de organización de la producción con diferenciación sexual femenino–masculino (Chodrow, 1984; Hirata y Kergoat, 1997).

En el trabajo de campo se encontró que existía una estructura social a manera de un *hecho social* como fue definido por Emile Durkheim (2011) por encima de los individuos, determinándolos en cierto sentido (en sus formas de obrar, de pensar, y de sentir). En el hecho social durkheimiano, el individuo no tiene control sobre las estructuras sociales en las que interactúa con otros individuos, sino que estas le aparecen dadas y en algunos casos podría decirse que están institucionalizadas, a la manera descrita por Berger y Luckmann (2006).

En las actividades humanas existe un proceso de habituación o repetición frecuente de cualquier acción. Esta conducta constituye un patrón que se reproduce debido a las ventajas que proporciona: una economía de esfuerzo y una única opción para la acción. De esa manera, a través de la repetición se reducen las posibles tensiones que pueden derivarse de la toma de decisiones y permiten al mismo tiempo mantener un significado para el individuo. Con respecto al género, la estructura social aparece como determinando las acciones permitidas, sugeridas, obligadas y sancionadas para cada grupo.

Se realizó un análisis estadístico previo para conocer los principales aspectos sobre la población, la salud, la educación y el trabajo que prevalecen en la región. A partir de esta información pudo reconstruirse la tendencia sobre las esferas de actividades indicadas como propias de cada género (Burin, 2010). Se exponen dos casos, el de un hombre y el de una mujer en procesos de emprendimiento económico exitosos.²

El énfasis no será puesto en lo económico sino en lo cultural, y en la capacidad de cambio que puede darse en una región; el interrogante es sobre la capacidad de construcción identitaria de género en estos dos casos donde un hombre y una mujer realizan por separado y con éxito actividades económicas en la esfera pública. En el caso del señor S.,³ en actividades propias de mujeres en lo privado pero exitosas como

² Se analizaron estos casos con un método cualitativo para presentar la perspectiva fenomenológica de construcción subjetiva que realizan los sujetos del proceso de emprendimiento.

³ Se han omitido los nombres completos de los sujetos entrevistados y se utilizan letras mayúsculas para identificación.

actividades de hombres o *industria* en lo público. En el caso de B., se dan actividades desarrolladas por mujeres en la esfera privada y por hombres en la esfera pública. En ambos casos los emprendimientos van en contra de lo que marca la tradición zapoteca para mujeres (preparación de comida y de chocolate en lo privado, no para la venta) y para hombres (capacidad de hacer negocios en actividades reconocidas como propias de varones en lo público).

Las preguntas de investigación que se plantearon en este trabajo buscan responder las siguientes cuestiones ¿cómo se puede explicar que hombres y mujeres pueden romper con las formas impuestas socialmente de acuerdo con el género sin generar un conflicto en su quehacer económico ni en su comunidad? En caso de existir conflictos, ¿cómo resuelven los actores la posibilidad de realizar actividades distintas a su condición de género tradicional o convencional en sus contextos socioculturales?

La explicación como propuesta hipotética es que la condición de género en una comunidad indígena zapoteca, obedece a una lógica cultural donde existe un orden simbólico y un sistema social y político patriarcal, en ese contexto, las expresiones subjetivas de individuos hombres y mujeres que logran realizar actividades de emprendimiento diferentes a las que marca la tradición son innovadoras en su composición, e involucran posturas de transición, que se expresan a través del lenguaje.

El trabajo tiene un diseño cualitativo, fenomenológico, de comprensión hermenéutica. Busca a través del estudio del lenguaje y de las explicaciones que utilizan los actores para ordenar y explicar su realidad, la construcción de puentes y consensos entre lo que dicta la tradición y su actividad económica. A través de la presentación de estos casos, se busca obtener información empírica sobre el cambio social desde la perspectiva de los actores. De naturaleza inductiva, el trabajo permitirá ofrecer evidencia empírica que apunte sobre la dirección de los cambios sociales y de relación de género experimentados en la región.

I. La expresión del género en las palabras

Para comprender la construcción subjetiva sobre el proceso de emprendimiento se propone analizar el manejo discursivo que se realice, en relación con la relevancia que para los individuos adquieren las palabras y sus significados. Si logramos reconstruir el contexto socio cultural en el que se anclan e interactúan los individuos tendremos una idea sobre la acción social en términos individuales y en relación con el grupo con objetivos comunes. Este trabajo analiza el lenguaje hablado (Davis, 1976), como un medio para expresar desde la condición de género la experiencia de un emprendimiento. En ese sentido el estudio del lenguaje nos permite explorar la manera en la cual cada sujeto responde según su género a la estructura social en la que se inserta. En este caso se expone la explicación que cada emprendedor/a tiene con respecto al éxito alcanzado desde su condición sexogenérica porque subyace la idea de que el lenguaje de género no es neutral ideológicamente hablando (Fernández, 2012). El lenguaje se utiliza en espacios geográfico-temporales, en actos sociales y refleja lo que en un

grupo social se construye, se comparte, o se consensa⁴. El enfoque sobre el lenguaje es *dinámico*, siguiendo a Fernández (2012), porque explora la manera discursiva como ambos actores “*ejercen el género*” (West y Zimmerman, 1978, citado en Fernández). Burin (2012), establece que el género no es una categoría social establecida sino algo que va construyéndose y que modifica las preguntas que nos hacemos como individuos, no se define lo que es *ser* mujer, sino lo que se va construyendo como tal. El lenguaje de género nos permite conocer la construcción identitaria (individual y relacional) de las personas y la respuesta (que expresan desde su género), ante una situación como la del emprendimiento. Si bien el discurso empleado por los emprendedores en la región de Oaxaca, (México) sirve para explicar el proceso de trabajo alude en primer lugar a su propia experiencia, con una clara visión fenomenológica, no se deja de lado los procesos socioculturales y las relaciones de poder, determinadas por la socialización y la estructura social en espacios donde estos emprendedores tienen posiciones específicas y donde es posible la acumulación de capital no solamente en términos económicos, sino culturales, simbólicos, sociales, comerciales financieros y tecnológicos (Urbiola 2011, Contreras, et al. 2011).

Este acercamiento desde el lenguaje permite conocer la construcción personal además de la cultural que realizan los emprendedores, el enfoque en ese sentido es biográfico aunque no se desliga de lo relacional, “la cultura marca a los sexos con el género y el género marca la percepción de todo lo demás” (Fernández retomando a Lamas, 2012, p. 29), incluidas las relaciones de poder que le acompañan. Los individuos *construyen* una identidad de género relacionando elementos que les son dados en cada cultura, incluidos los elementos que se rescatan y aprenden de la interacción, donde se muestran las asimetrías entre los géneros⁵, pero hay una construcción personal que es la que aborda este trabajo.

En ese sentido, la *teoría de la relevancia* (Grice, 1989; Horn y Ward, 2004; Wilson y Sperber, 2004), es útil para entender la respuesta cultural desde el género. En relación con el ejercicio del poder y género, existen relaciones de asimetría, ligadas a los procesos de comunicación y expresadas con ciertas palabras que pueden observarse en tanto invocan una relación social y subjetiva en los espacios productivos. Al presentar la explicación que ofrecen los propios sujetos, este tipo de intercambio y retroalimentación puede aparecer solo de manera tangencial. Esto no significa que no exista, sino que permanece invisibilizado para los sujetos que enuncian las explicaciones⁶. Para la

⁴ Se reconoce que un grupo de individuos entiende las acciones de los demás en relación con los símbolos y rituales compartidos (Geertz, 1987); la “cultura constituye un sistema ordenado de significados y de símbolos que hace posible la interacción social” (Vallverdú, 2008, p. 113). Esa interacción está *mediada* por el lenguaje. A través de él se expresan prohibiciones, sutilezas, intenciones, matices, sean conscientes o inconscientes, directos o indirectos (Fernández, 2012, p. 21).

⁵ Las acciones institucionalizadas por género, incluidas en las ceremonias, los ritos y los rituales involucran la intención y la acción objetivada, requieren un análisis no solo de experiencia de vida a través de la fenomenología sino también de la experiencia del grupo.

⁶ El trabajo que se presenta no busca discutir las teorías sobre rasgos de personalidad de los emprendedores, se parte del reconocimiento tácito de que existe un orden simbólico preexistente a las actividades de los emprendedores entrevistados sin profundizar sobre sus rasgos de personalidad. El análisis sobre la construcción identitaria de género se realiza en relación con el proceso de emprendimiento que llevan a cabo.

interpretación del material empírico, se rescatan las representaciones que ambos sujetos construyen sobre la división del trabajo y de diferenciación sexual femenino–masculino (Chodrow, 1984), en la organización de la producción⁷. La organización familiar para el trabajo en poblaciones predominantemente indígenas es rígida, de ahí que los casos estudiados sean relevantes, sobre todo en la representación de B., que siendo mujer rompe con la tradición que establece un sistema sexual no igualitario con predominio masculino. Asimismo, se busca rescatar la explicación que realizan ambos sujetos sobre dos elementos que sobresalen en el proceso de emprendimiento: la transición en los roles tradicionales y el análisis sobre la existencia de un posible cambio en el sistema sexual y de diferenciación sexual femenino–masculino como es propuesto por Chodrow (1984), y el manejo del dinero, que implica el proceso de emprendimiento. Coria (2008), establece que existen diferencias entre las formas femenina y masculina con relación al dinero debido a la asignación de roles en sociedades con ideología patriarcal, esta situación impide en muchos casos una autonomía real por la culpa y la vergüenza al acceder a espacios diferentes de los que son la *esencia* del *ser* mujer. Este esquema asimétrico de asignación y ejercicio del poder se ve reflejado en los roles que se asignan en la división del trabajo, en las decisiones que se toman en los procesos económicos y en el manejo del dinero.⁸

II. Género y discurso en el proceso de emprendimiento

Aunque el tema del género y el discurso así como el del lenguaje ha sido ampliamente estudiado (Lee, 2008 cita trabajos de Calás y Smircich 1996; Hearn y Parkin, 1983; Meyerson y Kolb, 2000; Mumby 1996)⁹, hay pocos trabajos que abordan los problemas del emprendimiento en relación con el género desde el lenguaje y los discursos. Los procesos de emprendimiento se materializan en empresas con objetivos concretos. La producción de mercancías o servicios supone el trabajo en conjunto guiado por los objetivos de la empresa u organización. De ahí que en este trabajo se acote el estudio del lenguaje referido al proceso de emprendimiento o a la actividad empresarial haciendo hincapié que las explicaciones de los sujetos involucran también actividades socio–culturales y religiosas en comunidades indígenas.

⁷ En este trabajo se retoma también la postura de Hirata y Kergoat aunque se reconoce que el trabajo y la familia no están vinculados en el caso que nos ocupa por relaciones de producción capitalistas dominantes ni el trabajo de los informantes es como obreros. Por esa razón se retoman los aspectos generales sobre la división del trabajo y se hace alusión a la asignación por sexo y la relación con el esquema patriarcal dominante en ambas familias.

⁸ Aunque el trabajo de Clara Coria (2008) es un trabajo sobre clases medias urbanas en la Argentina, es importante reconocer que las condiciones de las mujeres sobre el manejo de dinero en sociedades rígidas patriarcales con un fuerte carácter étnico y religioso relacionado con la cultura occidental judeocristiana, asigna a las mujeres un menor *valor* relacionado casi siempre con criterios biológicos, donde se reconoce que su papel es el de la maternidad, el cuidado de los hijos y la atención del hogar. Cuando esas mujeres comienzan a desarrollar actividades distintas, el proceso de innovación sugiere cambios en la rígida estructura social.

⁹ Los autores citados abordan problemas sobre el uso del lenguaje en relación con lo que se conoce como cultura organizacional, donde se incluyen tanto la cultura corporativa, considerada de carácter instrumental y la cultura como una variable independiente que permite una mayor flexibilidad para los sujetos al interior de las organizaciones.

Para el análisis del género y el lenguaje se retoma la propuesta de Lee Ashcraft (2008) de estudiar el lenguaje en su contexto, como una *construcción*, que va más allá de la organización. El lenguaje transparenta una posición de género, y no es visto solamente como un producto instrumental de la cultura corporativa, sino como una construcción sexogenérica que relaciona elementos socioculturales que van más allá de la empresa misma o del proceso de emprendimiento y que sugieren una estructura u orden simbólico de género que está vinculado a ciertas condiciones materiales y a determinadas prácticas sociales (Lamas, 2013).

Si partimos como indican Burin y Meler (2010), que el género es una construcción social donde existe un orden simbólico que se expresa en las creencias y conductas de los individuos, podemos reconocer esa condición del lenguaje en las actividades cotidianas, en este caso de emprendimiento o empresariales. Cada sujeto, conocedor de las reglas *no dichas*, pero sancionadas socialmente, *sabe* qué debe hacer o qué le corresponde decir en determinada situación. El énfasis no está en las diferencias entre el lenguaje de hombres y mujeres, aun reconociendo que no existe neutralidad en su uso; tampoco en el tipo de lenguaje utilizado (falocéntrico, androcéntrico, sexista), sino en la construcción de la realidad desde el género tal como es experimentado en la condición femenina/masculina en un lugar donde existen reglas de comportamiento para cada uno de ellos.

Se consideró que los Estudios de Género pueden ofrecer categorías de análisis para entender las diferencias en el lenguaje del emprendimiento, mostrándonos cómo las personas desde su posición construyen una realidad particular, como categoría transdisciplinar (Huacuz 2009; Haidar, 2006) permite un análisis que cruza lo económico, lo sociológico y lo antropológico.

Los trabajos que abordan la situación de las mujeres y los hombres en la región de Oaxaca han mostrado las asimetrías y las desigualdades en las condiciones de género (Cordero, 1982; Huacuz, 2009; Miano, 2002; Núñez, 2011); tienen un antecedente histórico importante y han incorporado las situaciones de complejidad y de cambio social¹⁰.

Considerando que las actividades de emprendimiento son llevadas a cabo por hombres y mujeres, se sugiere retomar lo que Burin y Meler (2009) plantean sobre la construcción de la subjetividad desde una condición de género; sobre cómo los hombres han incorporado a su subjetividad los modos de ser, de pensar y de expresar aquello que sienten a través de un lenguaje particular. ¿Qué sucede cuando esas formas de interactuar en el espacio económico en procesos de emprendimiento no

¹⁰ Burin y Meler indican que los estudios sobre las condiciones de las mujeres ("*Women's Studies*") están asociados con lo que se ha denominado el modernismo, mientras que la posmodernidad involucra un análisis de los géneros que incluye a varones y mujeres por igual, no considerando los estudios tradicionales de dominación y sujeción femenina con una visión simplista sobre el orden de la dominación y el ejercicio del poder. Se incluyen ahora trabajos que responden más a la dinámica social, donde no solo están representados los hombres o mujeres blancos, de clase media, de sectores urbanos, sino también los "otros hombres".

“encajan” con la tradición?, Es decir, no todos los individuos siguen esas normas tradicionales y esto se expresa en su lenguaje y en su discurso. ¿Existen problemas en la construcción de su subjetividad masculina/femenina cuando esto sucede? ¿Qué mecanismos actúan para que estos problemas no se presenten? O si se presentan, ¿de qué manera se resuelven?

Siguiendo a Chodrow (1984), se reconoce que existe una división sexual del trabajo que asigna a las mujeres el ejercicio de la maternidad y el cuidado de los hijos. El espacio privado y de los afectos (Burin, 2010) ubica a la mujer y al hombre en una lógica binaria que corresponde a un orden simbólico de género que no es un producto de la biología de los sexos sino un producto cultural que ha sido ajustado y reproducido a lo largo del tiempo. Así, las mujeres y los hombres han modificado sus roles dentro de un sistema sexual de organización de la producción. En sociedades capitalistas la familia otrora lugar de trabajo, pasa a ser la esfera de los asuntos personales y del cuidado de los hombres y los niños, la esfera de lo relacional y lo maternal. En el caso de familias indígenas extensas con formas precapitalistas de producción, el rol tradicional de la mujer sigue siendo importante no solo para la formación religiosa y de educación, sino también para la producción en negocios familiares. Al incluir la variable étnica surgen dos elementos importantes: por un lado el sistema sexual y de diferenciación femenino–masculino (Chodrow, 1984), es reforzado por los elementos de parentesco y de familia extensa dominante en grupos indígenas y, por otro lado, por las disposiciones sobre los sexos en una estructura que aparece como rígida y difícil de romper.

Aunque las mujeres indígenas siguen atadas a la tradición que les impone una división del trabajo por sexo, el participar en un negocio familiar les permite pero también les enfrenta a la posibilidad de ejercer un liderazgo y de manejar dinero. Los procesos de transición y cambio (o innovación) en los roles tradicionales adquieren importancia así como los mecanismos que ejercen ambos sujetos para justificar su rol en los procesos de emprendimiento. Así, en un sistema sexual y de diferenciación femenino–masculino con predominio masculino (Chodrow, 1984), es la construcción subjetiva de B. sobre sí misma y su condición de emprendedora la que permite comprender el proceso de cambio en la región. Por otro lado, el ejercicio de la profesión que realiza S., como varón dignifica imaginariamente el rol de líder de acuerdo con el esquema sexual en el que se enmarca.

El lenguaje en referencia al orden simbólico de género vinculado a las condiciones materiales (Lamas, 2013), hace alusión a los aspectos del emprendimiento que son características de la esfera pública: el liderazgo y el dinero. Con respecto a lo primero, el liderazgo de los hombres, dignifica la profesión, mientras que las mujeres la devalúan (Meler, 2013). En cuanto al dinero, siguiendo a Coria (2008), es relevante la alusión que los sujetos realizan sobre su independencia y su autonomía, considerando como referente la ideología patriarcal. El trabajo apunta a presentar la construcción subjetiva enfatizando el caso de B. como de transición en cuanto a ideas y creencias sobre

su papel en el proceso de emprendimiento, llevando a cabo un liderazgo y manejando dinero así como de innovación en la práctica cotidiana¹¹.

III. Encuadre

Para entender el orden simbólico de género así como su expresión a partir de las experiencias de los sujetos, es necesario ubicar el espacio geográfico temporal en el que se desarrolla esta investigación; el encuadre “es una necesidad metodológico-instrumental que debe recrear las mejores condiciones para lograr los objetivos propuestos por la tarea” (Coria, 2008, p. 153). De esa manera se buscó conocer las características sociodemográficas de la población a la que pertenecen las y los sujetos entrevistados¹², se analizaron los principales datos estadísticos correspondientes a la región. En México, el estado de Oaxaca es junto con los estados de Chiapas y Guerrero, un estado donde se conjugan elementos prehispánicos propios de las culturas mesoamericanas y tradiciones coloniales, heredadas de los conquistadores españoles. En este corredor geográfico hacia el sur del país, siguiendo la costa del Pacífico, las riquezas naturales así como las culturales son muy grandes. Sin embargo, existen también condiciones de pobreza e inequidad económica en términos absolutos entre regiones con el centro y el norte del país, así como en términos relativos, al interior de las mismas, entre los diferentes municipios o entidades administrativas. Oaxaca tiene un total de 570 municipios, lo que dificulta la administración en la entidad. Un municipio es una entidad administrativa que incluye un territorio y varias localidades. En muchos municipios predominan lo que en México se conoce como *los usos y costumbres*, o formas indígenas de organización y de toma de decisiones. En el territorio oaxaqueño conviven 18 grupos étnicos; gran parte de su población es zapoteca (regiones Valles Centrales, Zapotecos de la Sierra Norte, Zapotecos del Istmo de Tehuantepec y Zapotecos del Sur).

En el estado de Oaxaca, 34 personas de cada 100 hablan una lengua indígena (INEGI, 2000). Las condiciones de vida de los hombres y las mujeres en el estado reflejan cambios paulatinos en los roles de género y una incorporación de la mujer a la esfera laboral. Sin embargo, los cambios que debieran esperarse sobre las condiciones del trabajo femenino incluida la precariedad laboral, el manejo de la maternidad y el trabajo en la esfera pública, no se han dado como tampoco se ha dado la autonomía con respecto al dinero de muchas mujeres oaxaqueñas a pesar de gozar de mayor independencia (Coria, 2008). Los datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática para el 2005 sobre población apuntan a procesos de migración mayores en grupos de mujeres en comparación con grupos de hombres

¹¹ “La ideología patriarcal –sustentada en el biologismo– enfatiza las diferencias entre los sexos como esenciales. Convalida una relación jerarquizada entre ellos. Esta jerarquización se expresa, en todas las áreas del funcionamiento social, bajo la forma de opresión hacia la mujer. Opresión sexual, económica, intelectual, política, religiosa, psicológica, afectiva” Coria, C., 2008, p. 17.

¹² En este trabajo se presentan solamente dos casos, el del señor S., emprendedor reconocido con una empresa de chocolate y mole, y el de la señora B., reconocida como una restaurantera sobresaliente. Sin embargo, en el acercamiento al campo se realizaron otras entrevistas que facilitaron la comprensión del funcionamiento del sistema sexual de diferenciación femenino–masculino como lo trabajó Chodrow (1984).

hacia zonas urbanas y ubicación laboral en el sector terciario en contraposición con la ubicación en el sector primario en los hombres. La migración ha aumentado debido a la necesidad de allegarse recursos económicos y a la búsqueda de una mayor independencia por parte de las mujeres. Las implicaciones de este fenómeno en relación con el impacto sobre la familia extensa así como la construcción de redes fuera del estado y del país con una base de género y etnicidad, son un espacio fértil para futuras investigaciones.

Aunque muchas mujeres siguen teniendo menor educación y una salud sexual más precaria, se ha observado que a mayor educación y mayor cobertura de salud, menor es el número de hijos y que a mayor migración laboral condicionada, menor es el número de hijos. Cuando las mujeres pueden asistir a la escuela, permanecen más tiempo en ella y logran terminar su educación, dejando entrever que los hombres tienen que abandonar sus estudios por condiciones de pobreza¹³.

En la región donde se llevó a cabo el trabajo, persiste un esquema tradicional de género entre hombres y mujeres, dado que una gran parte de las mujeres no trabaja en forma remunerada; aunque la proporción de mujeres en el mercado laboral ha aumentado siguen existiendo formas tradicionales de orientación productiva. De acuerdo con las cifras del INEGI, en 1970 solo 13 de cada 100 mujeres de 12 años y más participaban en actividades económicas remuneradas, mientras que para el año 2000, la cifra aumentó a 36 (INEGI, 2005).

IV. Metodología

Este trabajo es de corte cualitativo, el análisis se realizó desde la fenomenología y la hermenéutica. La fenomenología es una corriente filosófica–epistemológica que fue desarrollada por Edmund Husserl que busca clarificar o entender la realidad a partir de la experiencia de los sujetos; como método de investigación implica el acercarse a la realidad sin anteponer ideas propias o de conocimiento previo sobre el fenómeno, para poder aislar la experiencia. El método fenomenológico describe detalladamente las cosas (o experiencias) como aparecen a la conciencia de los sujetos. La hermenéutica, interpretación o comprensión de conversaciones y de textos, incluye el análisis del lenguaje como medio de la experiencia hermenéutica (Moran, 2011). Ambos métodos recatan las percepciones de los sujetos sobre su condición de género como un proceso continuo a partir de las experiencias de vida.

¹³ En el estado de Oaxaca se registró una tasa media de crecimiento de población anual de 1,3% para el periodo de 1990 a 2000, inferior a la tasa de crecimiento poblacional de la República Mexicana que fue de 1,9%. Existe un crecimiento negativo por la migración a la ciudad de México, a los estados del norte del país y a los Estados Unidos de Norteamérica. Tradicionalmente las mujeres jóvenes en Oaxaca estaban asociadas a un rol de género relacionado con el matrimonio y el cuidado de los hijos, o sea, roles conyugales y maternos. Los procesos de migración e incorporación al mercado laboral, junto con la educación, han modificado ese comportamiento. La probabilidad de tener el primer hijo antes de cumplir los 20 años fue en Oaxaca de 44,9% entre 1953–1957 y de 42,6% entre 1968–1972. “En el estado de Oaxaca, en el año 2000, el promedio de escolaridad era de apenas el sexto grado, uno más a la década anterior, pero tres más que en 1970, donde apenas alcanzaba el segundo grado” (INEGI, 2005, p. 150). “En el año 2000, 16 de cada 100 hombres y 27 de cada 100 mujeres son analfabetas” (INEGI, 2005, p. 160).

El trabajo de campo se realizó durante 2011–2012, en la región de los Valles Centrales del estado de Oaxaca, en las localidades de Tlacolula, Teotitlán del Valle y en la ciudad de Oaxaca. En un primer acercamiento se visitó la Universidad de la Mixteca para conocer los trabajos de investigación sobre emprendimiento en la región; posteriormente se identificaron dos casos de emprendimiento exitoso.

El primer caso es el del señor S., quien tiene un negocio de venta de chocolate y mole¹⁴ (Chocolate Mayordomo) en la ciudad de Oaxaca y en ocho estados más; el segundo caso es el de B., que tiene un restaurante en Teotitlán del Valle¹⁵ (Tlamanalli), y es reconocida como una de las mejores chefs en el mundo¹⁶. Durante las visitas se realizaron varias entrevistas para conocer el lenguaje de género en procesos de emprendimiento. En forma paralela se realizó un trabajo bibliográfico para conocer la estadística de la región, las tendencias sobre los elementos demográficos, de educación, de salud y de trabajo entre hombres y mujeres. Asimismo se recopiló información escrita en libros y diarios sobre la empresa Chocolate Mayordomo, sobre la vida de B., sobre las fiestas tradicionales y sobre las características sociodemográficas de la región. Se realizó también una entrevista adicional al señor L.V., quien fungía como representante de la comunidad en el museo de Teotitlán del Valle para conocer las prácticas rituales sobre el chocolate-atole¹⁷ en la región.

Las técnicas utilizadas fueron la entrevista semiestructurada y la observación no participante. El material de entrevistas se transcribió y se manejó siguiendo el esquema de Creswell (1998) para trabajos de corte fenomenológico:

1. Revisar la literatura, indagar sobre el tema, definir los conceptos y los términos más relevantes en la investigación.
2. Utilizar preguntas “tipo” para los informantes; realizar varias entrevistas estructuradas por temas o áreas de interés.
3. Transcripción literal. En el caso que aquí se presenta se incluyó el cuaderno de campo durante las observaciones y entrevistas.
4. Subrayar las frases y las oraciones significativas, posteriormente son agrupadas por temas o categorías. En este caso es el sujeto el que provee los temas.

¹⁴ El chocolate se consume como bebida y como ingrediente para la elaboración del mole. El mole es una pasta que contiene diferentes clases de ají o chile, cacao y especias, que se agrega al pavo o *guajolote*, es un platillo tradicional de México que tiene sus orígenes en el México prehispánico.

¹⁵ Municipio que se rige por usos y costumbres de acuerdo con la tradición indígena zapoteca. Se localiza a 30 kilómetros aproximadamente de la capital del estado. La mayoría de los habitantes son hablantes de zapoteco. De acuerdo con el Censo del INEGI de 2008 la población total era de 6 427 habitantes, incluyendo en ella a 1 462 migrantes. Con una población fija de 4 965 habitantes (Núñez, 2011).

¹⁶ De acuerdo con una nota del periódico *La Jornada*, en una publicación del periódico *The New York Times* fue considerada una de las 10 mejores cocineras del mundo. Periódico *La Jornada*. Martes 20/11/2012, p. 9. En entrevista con Núñez (2011), B. describe cómo han desfilado por su cocina personajes importantes de la política nacional y extranjeros. Ha viajado varias veces al extranjero representando la comida mexicana y oaxaqueña en particular, sobresalen sus viajes a París a través de CONACULTA (Consejo Nacional de las Culturas y las Artes), a participar en el Salón del Chocolate y los viajes que ha realizado para exposiciones, foros, conferencias y degustación ante expertos de cocina en Nueva York, San Antonio y Napa Vale en Estados Unidos con comida de fiesta incluida la preparación del chocolate-atole.

¹⁷ El chocolate-atole es una bebida ritual entre los zapotecas de la región de los Valles Centrales de Oaxaca.

Al esquema propuesto por Creswell (1998), se agregó la búsqueda de información relacionada con las afirmaciones relevantes que funcionan como *disparadores simbólicos*, para el grupo que las conoce y que indica las áreas de consenso y divergencia entre los actores. Los disparadores simbólicos aluden a la estructura social en la que los individuos interactúan, respecto de las creencias sobre los papeles de los hombres y las mujeres en la región.

El manejo de la información de campo se hizo siguiendo las categorías que surgieron a partir de los informantes y que reflejan las características socioculturales en las que se relacionan, expresadas en relaciones de género y con un lenguaje particular. Para la interpretación de la información surgida de las entrevistas se consideró la perspectiva de los entrevistados y se buscó relacionarlo con el problema de investigación y con las preguntas que inicialmente se plantearon en este trabajo:

- a) ¿Cómo se puede explicar que hombres y mujeres pueden romper con las formas impuestas socialmente por género?, es decir explicar desde la experiencia de un hombre y una mujer exitosos en los procesos de emprendimiento cómo construyen a manera de discurso su condición de género y su quehacer económico en la localidad.
- b) ¿Cómo resuelven los actores la posibilidad de realizar actividades distintas a su género? ¿Qué sucede cuando esas formas de interaccionar en el espacio económico en procesos de emprendimiento no “encajan” con la tradición?, es decir, no todos los individuos siguen esas normas y esto se expresa en el lenguaje y en el discurso.
- c) ¿Existen problemas en la construcción de la subjetividad masculina/femenina? ¿Qué mecanismos actúan para que estos problemas no se presenten? O si se llegan a presentar ¿De qué manera se resuelven?

Para la interpretación de los datos obtenidos, la información se agrupó en las siguientes categorías:

1. La tradición en el trabajo; actividades institucionalizadas por tipo para hombres y mujeres, incluido el ritual en la preparación de la comida; especialmente en el chocolate-atole y otras comidas tradicionales. Esta categoría se apega a lo propuesto por Chodrow (1984), sobre la existencia de un sistema sexual y de diferenciación sexual femenino–masculino que en el caso de la comunidad zapoteca se expresa en una división del trabajo por género y que los ubica en determinada posición en la organización de la producción. Siendo la comunidad zapoteca visitada una comunidad muy ligada a los aspectos mágico–religiosos, la preparación de la comida para los rituales religiosos sigue un sistema de diferenciación sexual y de organización rígido.

2. Explicación discursiva de varones y mujeres sobre su quehacer económico incluidos los elementos de liderazgo y manejo de dinero.

3. Construcción de la subjetividad femenina/masculina y sus problemas, enfrentándose a situaciones de innovación en su práctica cotidiana.

V. Principales hallazgos

En las visitas al campo, se pudo observar que la estructura social tal como es descrita por Durkheim como *hecho* social, existe y coacciona a los sujetos, tanto a hombres como a mujeres; y que esta coacción se puede observar en las actividades que por tradición corresponden a cada género y que están institucionalizadas, es decir, definidas por tipo y actor. Los datos obtenidos en relación con los conceptos analizados permitieron observar esa estructura social y la explicación discursiva de los entrevistados. Se observó que dentro de las actividades económicas, como la del emprendimiento y todas aquellas que le acompañan (por ejemplo, buscar un financiamiento bancario, organizar al personal en la empresa, establecer relaciones con proveedores, etc.), existe más flexibilidad que en aquellas actividades que están relacionadas con los rituales religiosos; la flexibilidad en el mercado laboral ha permitido a hombres y mujeres desempeñarse en formas consideradas hasta hace unos años como “no tradicionales”. La estructura social se instrumenta a través de las tradiciones y la educación, primero en la familia y luego en la comunidad, y en la escuela con el grupo social cercano.

En cuanto a las categorías de análisis en este trabajo se presentan los siguientes resultados:

Con respecto a la tradición en el trabajo y a las actividades institucionalizadas¹⁸ por tipo para hombres y mujeres, la división sexual del trabajo y las relaciones sociales que se involucran, incluido el ritual en la preparación de la comida, especialmente en el chocolate-atole y otras comidas tradicionales, se encontró que existe mayor apego a la tradición en las actividades relacionadas con la preparación de la comida en general y específicamente con la comida tradicional. Los hombres se encargan tradicionalmente de las actividades agropecuarias: la siembra y el cuidado de los animales y también de algunas como el acarreo¹⁹ de agua y la elaboración de artesanías. Las mujeres están más relacionadas con las actividades del hogar, la preparación de la comida, la molienda del maíz, la preparación de tortillas, bebidas como el atole, el tejate²⁰ y la comida tradicional. Las mujeres salen a vender sus productos en pequeña cantidad a los mercados locales, pero no pueden ir a comprar a un mercado ingredientes si son solteras.

En el caso de las mujeres que trabajan como empleadas, se observó que en las entrevistas se hacía referencia a ellas en minusvalía en comparación con los hombres, se alegaba que no tenían la capacidad de organización ni de control en una organización

¹⁸ Supone la tipificación de acciones habituales por tipo y actor de acuerdo con Berger y Luckmann (1968).

¹⁹ *Acarrear* significa transportar el agua ya sea utilizando animales o en forma manual.

²⁰ Tejate (KUUB BIZIEA' en zapoteco), es una bebida refrescante hecha a base de maíz, cacao, flores de cacalósúchil y nueces peladas.

y que por esa razón ocupaban puestos bajos. Existe una actitud paternalista hacia las empleadas en la empresa Chocolate Mayordomo, se les incluye en “la familia chocolatera”, se les enseñan buenos modales (saludar al llegar y salir del trabajo, llamarse por el nombre, sin apodos, respetar a los compañeros, entre otros); se les considera buenas empleadas pero se esgrime que por su género no son capaces de realizar trabajos a mayor escala, en uno de los testimonios, se reflexionaba sobre la capacidad de la mujer versus el alcance del emprendimiento.

“¿Quién puede hacer cincuenta kilos de chocolate? ¿Una mujer? ¿Podría usted como mujer; veinte mujeres atender a mil personas? (refiriéndose a la venta de chocolate en un local establecido de la empresa). Aquí a nadie se le ha prohibido que aprenda, a nadie, al contrario, hay mujeres que saben... moler, saben repasar, pero no pueden, no pueden llevarlo, porque es muy pesado” (el trabajo, la responsabilidad de llevar una empresa, de dirigir un negocio).

Las tradiciones aunque se van dejando para las actividades festivas o religiosas en las comunidades pequeñas siguen incluyendo las posiciones de género en la estructura social y en la división del trabajo y organización de la producción así como en el liderazgo al interior de la empresa o en el manejo del dinero; aun cuando las personas se desempeñen laboralmente, permanece como una constante las creencias sobre los roles que debieran asumir hombres y mujeres.

Se reconoce en el hombre mayor capacidad para los negocios y la administración, para la producción a mayor escala, de una *industria* o actividad económica: en palabras del señor S., *“en el mundo no hay una industria... grande o un líder mundial en las mujeres”*.

Lo anterior significa que, aun en la esfera pública, no se considera que la mujer sea capaz de desempeñarse con eficiencia en puestos de responsabilidad y liderazgo. Sin embargo, las mujeres como B. han incursionado en actividades de emprendimiento con éxito. B. tiene un restaurante, Tlamanalli (nombre náhuatl que significa “Dios de la comida”), donde se ofrece comida oaxaqueña preparada por ella y sus hermanas siguiendo la tradición que aprendió en su familia, pero al mismo tiempo incorporándose como mujer empresaria en una localidad rural, la manera como ella lo explica es *“romper poco de la tradición y sentirse ahora si capaz de hacerlo, porque también estando en un pueblo todos nos conocemos, pero igual también hay un respeto que uno tiene que acatar”*.

En el caso de las mujeres, sujetas a muchas prohibiciones, solo se permite que participen en los eventos de fiestas y tradiciones porque su mano de obra es requerida en el hogar para hacer tortillas, tejate²¹ o atole²². En el caso de B. ella considera que

²¹ Tejate (KUUB BIZIEA' en zapoteco), es una bebida refrescante hecha a base de maíz, cacao, flores de cacalósúchil y nueces peladas.

²² Describe B. en el texto de Núñez (2011), que las tortillas, el tejate y el atole son comidas para las fiestas. La comida diaria se aprende de la madre pero para aprender a preparar la comida de fiesta se recurre a la experiencia de otras mujeres que pueden ser o no familiares. Este tipo de comida se aprende a los 16 años cuando las mujeres pueden casarse. Se requiere para las fiestas religiosas.

ha roto con la tradición al llevar a proponerse tener un restaurant ya que para ello ha tenido que realizar trámites, acondicionar un local y comprar ingredientes. En la comunidad zapoteca visitada no está bien visto que una muchacha soltera vaya al mercado, de manera que B. reflexiona “*Y también sobre de ese respeto hacerlo, pero no porque lo estás haciendo por una rebelión que no, que no vale la pena. Entonces lo que quieres hacer sí vale la pena entonces pues vas a hacerlo. Mi rebelión fue, pues, salir y hacer compras*”.

Las celebraciones rituales tienen un marcado sentido religioso, es el caso de la mayordomía o promesa que se hace para cuidar un altar de un santo católico o de la patrona del pueblo, en el caso de Teotitlán del Valle, la Preciosa Sangre de Cristo y la Virgen de la Natividad. La mayordomía se asume de manera voluntaria durante todo el año, incluye la organización de una fiesta pública con banda de música y comida. Durante las fiestas se regula el número de invitados y las actividades de cada uno de ellos antes y durante la reunión.

De acuerdo con un informante, “*la mayordomía es una cosa muy grande y muy bonita, participa toda la familia, los principales son los mayordomos, el primero y el segundo. Cuando alguien tiene la promesa formalizada, los papás hablan con los hijos mayores y luego se lo comunican a los tíos, las tías y los padrinos. Es una responsabilidad, se trabaja mucho y se gasta dinero*” (B. en Núñez 2011, p. 56).

A la persona encargada de organizar la fiesta se le conoce como “*ahuehuete*”, siempre es un hombre, él decide cuáles son las cosas que deben hacerse para las festividades, así como de buscar al mayordomo segundo; se encarga de asignar los compromisos y delegar entre los participantes de la celebración las diferentes actividades, incluida la preparación de la comida. “*Hay comidera especial, pero él tiene que señalar a quiénes les dan, quiénes les tocan comer, quiénes no, en el baile, en el jarabe, quiénes les toca bailes, quiénes les toca bailar más después. Hay un respeto pues hay un respeto bastante fuerte. Aquí un jarabe no es un jarabe para bailar. Hay un respeto hasta que el ahuehuete llega y le dice: fulano, fulano, fulano, usted le toca después de este jarabe que están bailando estas personas, a ustedes les toca. Si son cinco hombres y cinco damas, nada más diez personas son las que van a bailar. Otro por ahí no se puede parar para entrar a bailar*” (L.V.).

Además de la organización del baile por turnos y en el orden que indica la tradición y el estatus en la comunidad, se sirve la comida y hasta que todos reciben su plato se hace la bendición, empezando por el ahuehuete, el primer mayordomo y luego los demás invitados, incluido el segundo mayordomo. La comida tradicional de fiesta son higaditos²³, pan y bebidas sagradas (mezcal, tepache²⁴, tejate, chocolate-atole).

²³ Los higaditos de pollo (*GISHEEN en zapoteco*) es un plato fuerte que se hace con guajolota o pollo, huevos de guajolota, ajo, tomates, comino, cebolla y sal. En realidad, no tiene higaditos sino huevo cuajado, cocinado en caldo y prensado hasta formar una masa compacta que después se sirve en un caldo con chile costeño.

²⁴ El tepache (*BACH en zapoteco*) es una bebida sin licor, se elabora con pulque, panela, palitos de pulque y agua.

Con respecto al chocolate-atole, como ya se ha comentado, se considera una labor de mujeres expertas en la cocina. Por tradición se enseña su preparación a las mujeres, después de que han recibido una instrucción general sobre la comida tradicional zapoteca y que han demostrado ser lo suficientemente responsables para la elaboración de la bebida ritual. Esta bebida requiere de un cacao especial (blanco) y de un proceso de preparación laborioso para obtener la espuma que la caracteriza y después se puede mezclar con el chocolate²⁵.

Aunque son las mujeres las que tienen una mayor participación en la elaboración de esta bebida, se considera que si ellas no son cuidadosas o el material empleado está sucio, significa que no son responsables. Lo más importante en la elaboración del chocolate-atole son los ingredientes y el conocimiento de las personas que lo elaborarán. Es necesario obtener la espuma del cacao y se hace solo a través del uso del metate y de la limpieza y cuidado en la mezcla de los ingredientes. El trabajo es de mujeres y está apegado a la tradición, pero son los hombres los que asignan el trabajo. En palabras de B., la comida sagrada es *Dishdaa'w*.

“La comida infinita, lo más grande, lo más sagrado, el respeto, la convivencia, el compartir; es todo, es la comida de fiesta”. Este término es más incluyente que el de Guelaguetza (regalos) o Tequio (ayuda, trabajo común).

Con respecto a la explicación discursiva que ambos sujetos elaboran sobre su que-hacer económico y los problemas que enfrentan, los datos obtenidos a través de las entrevistas muestran que para el señor S. la actividad de emprendimiento es parte de una empresa familiar aunque no son las mujeres las responsables en un negocio, sino los hombres. La explicación del señor S. es que, cuando las actividades de producción y comercio ya no se realizan a pequeña escala, solo los hombres tienen capacidad para llevarlas a cabo. Este tipo de escala en la producción exige mayores *capacidades* que solo pueden desempeñar adecuadamente los hombres.

Para el caso de B., el apego a la tradición es muy importante, el que se conozca y se respete se logra a partir de su participación como empresaria oaxaqueña. Para ella la comida es sagrada y se remonta a la tradición, elementos como el maíz, el frijol, la calabaza y el cacao son de uso tradicional y tienen una carga mágico-religiosa importante. A partir de los elementos tradicionales y de los utensilios que se utilizan en la preparación de la comida se busca preservar y difundir las tradiciones oaxaqueñas. B., no busca romper las tradiciones pero quiere mostrar su capacidad como mujer en el manejo de un restaurante.

“Por una parte es la capacidad, ¿no? Y por otra también no es que nos pueda minimizar también, porque ya tratándose de eso pues ya son grandes los negocios. Entonces la libertad que hay ahí, que los hombres son los encabezados de la familia, ellos lo organizan, pero igual también no es que por que

²⁵ Núñez (2011) le denomina a la bebida “el capuchino zapoteco”.

nosotros no podemos hacer... no es que la mujer no sea capaz porque la mujer trabaja siempre, y la mujer está en la cocina. La tradición aquí es la mujer”.

Es decir, hay espacios propios para unos y para los otros, no hay un antagonismo en relación con la capacidad de unos y de otros. En cuanto a tener un restaurant o ser cabeza de un negocio. Sin embargo, B. reconoce que las cosas han cambiado, también hay hombres que incursionan en la cocina y a pesar de eso no se atenta contra la tradición ya que *“eso es otra cosa, también es cosa interesante para que también, la tradición aquí, los hombres a un lado, las mujeres a la cocina. Es aquí en mi pueblo. No podría decir de otro pueblo no, pero yo aquí en mi pueblo es que los hombres no se meten a la cocina”.*

En el caso de B., la cocina tradicional le ha permitido desempeñar un trabajo tradicional con un sentido innovador, ya que puede hacer cosas que a otras mujeres no les está permitido porque existe la idea entre los hombres y las mujeres también de que las mujeres no pueden desarrollar actividades fuera del hogar, por no tener la capacidad de administrar. La comida que prepara así como las artesanías que elabora (teje tapetes a mano utilizando tintes vegetales), requirieron de un largo proceso de aprendizaje en la casa paterna y con las mujeres encargadas de la elaboración de la comida ritual en las mayordomías.

Cuando la comida es tradicional requiere mayor tiempo ya que no se utiliza ningún instrumento “moderno”. En ese sentido B., no se aleja de la tradición, al contrario, la respeta, la resguarda, la promueve, la enseña en los viajes y muestras en las que se presenta. Al hecho de que ella pueda salir y exponer (cocinar) la variedad culinaria del estado lo explica diciendo que es el *respeto por la naturaleza y el amor que puede transmitir con cada uno de los ingredientes*²⁶, lo que le permite realizar su trabajo en forma adecuada. Mantiene su subjetividad tradicional o al menos no la enfrenta con los miembros de la comunidad. Cuando inició el restaurant Tlamanalli, la familia de B. cooperó de diversas maneras para que fuera posible. No se realizó en forma independiente a la familia ni generó ningún conflicto con su padre. B. ha logrado –sin embargo– dar su toque personal al lugar. El nombre fue decisión suya, Tlamanalli significa “Dios de la comida” o “víveres en abundancia” y refleja la construcción identitaria de esta mujer con respecto a los otros miembros de su comunidad. Ella ha logrado salir a comprar los víveres al mercado siendo soltera, ha logrado viajar dentro y fuera de México para dar a conocer su comida. Cuando el espacio en Tlamanalli no fue suficiente, compró dos pedazos de tierra para hacer la construcción y a pesar de que las mujeres no pueden construir, ella logró levantar el restaurante. Además de financiar con su dinero la obra, diseñó los espacios de la casa: para la venta de artesanías, la cocina, los espacios para los comensales y las habitaciones.

²⁶ “Mi papá y mi mamá me enseñaron a distinguir los pollos y guajolotes tiernos o macizos. Muchas cosas las compro en el mismo pueblo, con los productores directos de verduras y especias; los trabajan en su terreno y son regados con agua de manantial. Ya me conocen y me ofrecen los animales y las verduras, me los traen al restaurant. La gente se beneficia porque les compro sus productos. Compro la cebolla con los de San Bartolo, el ajo y el chile de agua con los de Tlacoahuaya. Toda mi cocina es nativa y criolla. Ofrezco lo mejor” (Núñez, entrevista con B., 2011, p. 92).

En relación con la capacidad de liderazgo y el manejo de dinero, necesarios en todo proceso de emprendimiento, en el caso de B. puede afirmarse que ella es independiente pero no tiene una garantía de autonomía como lo describe Coria (2008) ya que por un lado el emprendimiento es producto de una empresa familiar y ella reconoce abiertamente que no es su intención decidir sin consultar a sus padres²⁷. Es posible que debido a que B. ha logrado sobresalir en la elaboración de la comida tradicional y de ritual y a que ha logrado desenvolverse con eficacia en el mundo de los negocios, goza de mayor libertad que el común de las mujeres de Teotitlán del Valle. En cuanto al manejo del dinero, si se da en una relación con hombres y hace alusión a un intercambio donde se asigne por sexo la función de cada uno, B. no ha podido romper esa tradición. Un ejemplo de ello fue la construcción de su casa donde se buscó un intermediario para que *interpretara* las órdenes de B. y la casa estuviera acondicionada para que ella y sus hermanas pudieran tener espacio para la cocina, el taller, el restaurant y las habitaciones.

Solamente en la elaboración de los tapetes ha logrado invadir los espacios de actividad destinados a los hombres. Su padre le enseñó desde muy pequeña a trabajar la lana a pesar de que el telar no era una actividad para las mujeres. Ella ha logrado romper con la tradición sin generar conflicto en su comunidad, sin ser criticada sino admirada porque ha dado a conocer la cocina tradicional, B. lo explica "*los dioses me dijeron: ahí tienes tu metate; es un regalo*".

En cuanto al señor S., ha logrado posicionar a una empresa de participación familiar que elabora productos tradicionales como el mole y el chocolate entre las mejores del estado de Oaxaca. Para él el respeto a las tradiciones y a la jerarquía dentro de la familia es importante; reconoce que el trabajo de hacer chocolate es de una larga tradición en Oaxaca y en Tlacolula de Matamoros, su lugar de origen, "*viene de mi mamá, es la que obedece a mi abuela. Entonces ella sigue trabajando, yo ayudo a mi abuelita a vender, mi mamá es la que lo hace, lo muele y todo pero mi abuela es la que dice pon esto pon aquello*". B. pone especial énfasis en que es un trabajo que involucra un conocimiento "de mujeres", que es de una larga tradición y que él busca promover la tradición y respetar la división del trabajo.

La empresa Chocolate Mayordomo tiene sus orígenes en 1956, el señor S. colaboró desde pequeño en la elaboración y venta del chocolate junto con su madre y abuela ya que su papá se dedicaba a fabricar ladrillos "*y decía que no era, no era trabajo para hombres, porque esa no era, no era industria pues, vamos a llamarle*". Al momento que la empresa comienza a crecer, a volverse una *industria*, deja de ser labor de mujeres y se convierte en trabajo de hombres.

En la construcción de su subjetividad, el señor S. sigue la tradición que marca roles definidos para hombres y mujeres. Se encontró que el señor S. tiene una ideología

²⁷ B. no está casada y aunque es mayor de edad reconoce en los padres una autoridad implícita. Sus decisiones no son autónomas.

patriarcal cuando habla de los negocios, del papel de los hombres y de las mujeres, de sus capacidades en los negocios y del liderazgo y del manejo de dinero.

El señor S. no permite que las mujeres, ni su esposa ni su hija tomen decisiones relevantes dentro de la organización, a pesar de haber enviado a estudiar a su hija al extranjero. De esta manera aunque su trabajo es de estilo innovador porque ha logrado dar a conocer la forma de beber chocolate fuera de México, se apega a la tradición con respecto a los roles de género. El admite que si “*eres un hombre rechazado (socialmente, en tu comunidad, por los miembros de tu comunidad) aunque te pongas en el mejor lugar (para vender), (se refiere al mercado), no se te van a tropezar contigo. El respeto, darle su lugar a cada quien*”.

El señor S., al igual que B., también reconoce que en la comunidad es importante el dar, el compartir, el *Dishdaa’w*, que existe una tradición que va más allá de las empresas, que en el proceso de emprendimiento implica mezclar elementos de la cultura regional –patriarcal– y actitudes de cambio como las de B., que influyen en el comportamiento de las personas.

Las decisiones al interior de las dos empresas que encabezan están permeadas por la cultura regional, la necesidad de aprobación y la búsqueda del respeto, todas ellas importantes. De manera que en el proceso de hacer dinero u obtener una ganancia, no solo es importante el proceso de la venta, sino el respeto que se muestre en la actividad económica, en palabras de S., “*le puedes preguntar a cualquiera, al hacer esto, va mezclado todo, pero si tú dices, yo nada más lo hago por ganar, pues ten una agencia de autos, compra los autos ya hechos, mercantilismo pues, nada más comprar y vender; No, espérame tantito, nosotros hacemos el pan y hacemos chocolate*” (haciendo referencia a que hay una tradición atrás en el proceso de elaboración y que tiene que ver con el respeto a la tradición).

Por último, en cuanto a la manera como ambos enfrentan un cambio en su práctica cotidiana, es en el caso de B., y no de S., donde podemos decir que hay una verdadera innovación ya que S. no entra en conflicto porque genera dinero a través de la empresa y aunque realiza actividades que tradicionalmente son llevadas a cabo por mujeres siendo hombre, sigue conservando un esquema de división de trabajo patriarcal y llevando el liderazgo del negocio en la esfera de lo público. A pesar de reconocer que los estudios y la preparación profesional permiten una mayor competitividad de las mujeres en el campo profesional, no permite que su hija tome decisiones en las sucursales que tiene, mientras su hijo controla una de las sucursales. S. no enfrenta ningún problema en su actividad de emprendimiento porque dentro del esquema patriarcal dominante se mueve en la esfera de lo público y cuando se le pregunta sobre el tipo de actividad desarrollada, contesta que respeta la tradición. Ese respeto a lo que hacen las mujeres, le permite conservar su identidad de género²⁸.

²⁸ De acuerdo con Coria (1988), el dinero aparece sexuado en la cultura occidental con orientación religiosa judeocristiana. Se adscribe al hombre a quien se le adjudica y es símbolo de potencia y virilidad (identidad sexual masculina).

Para el caso de B., el proceso de cambio en el rol que juega ha sido paulatino. Ella ha podido utilizar sus conocimientos y los ha aplicado a un campo que tradicionalmente es de mujeres pero ha podido llevarlos más allá de su comunidad. Aunque no ha logrado una autonomía total, ha logrado desempeñar una actividad innovadora. La explicación a ello es que respeta las tradiciones, en particular, en la preparación de la comida. Siendo el dinero una expresión material de acuerdos simbólicos donde las mujeres están en desventaja, B. ha logrado sortear esas desventajas para ser reconocida no solo en su comunidad sino en el extranjero.

VI Conclusiones y propuestas

En la investigación se presentaron dos casos de empresarios indígenas de la región de los Valles Centrales de Oaxaca; el objetivo fue mostrar la representación acerca del trabajo que realizan considerando que existe en la región una estructura social patriarcal que es dominante y que se expresa en la esfera del trabajo (pública), pero que no puede desligarse de la esfera privada o de la familia. Para explicar la condición de género se recurrió a las contribuciones de la teoría feminista sobre la organización del trabajo y la división sexual; asimismo, a la construcción identitaria de cada individuo dentro de un contexto cultural como es descrito por Geertz (1987), donde las relaciones que se establecen están mediadas por la estructura social dominante.

Esta estructura asigna a cada hombre y cada mujer en la comunidad un rol o papel a desarrollar. La condición de género puede expresarse a través de un lenguaje donde las palabras y el discurso que se emplean reflejan el contexto en el que se construyen y se comparten, un contexto cultural donde existe un orden simbólico –que en el caso estudiado es patriarcal–.

La propuesta hipotética en este trabajo es que la explicación sobre el éxito en el proceso de emprendimiento está sesgada por el rol de género de cada sujeto; el análisis de los elementos culturales de la región y su expresión material en la división del trabajo permite entender estos procesos desde una perspectiva cultural. En este trabajo se encontró que esta construcción obedece a una lógica cultural donde existe un orden simbólico que está por encima de los sujetos, que los condiciona y que se relaciona con las tradiciones étnico–religiosas en una comunidad indígena zapoteca de la región Valles de Oaxaca. Este orden simbólico se objetiva en un sistema social y político patriarcal, donde las mujeres están en mayor desventaja que los hombres.

En ese contexto, las expresiones subjetivas de individuos hombres y mujeres que logran realizar actividades de emprendimiento diferentes a las que marca la tradición son innovadoras en su composición, e involucran posturas de transición, que se expresan a través del lenguaje.

Entre las tradiciones religiosas más importantes sobresalen las mayordomías, los roles de género en cada una de las ceremonias están predeterminados y sin embargo se pudo observar que en una región rural con autoridad de usos y costumbres, existen posibilidades distintas para algunas mujeres, no para la mayoría de ellas.

Aunque pudiera parecer que es más sencillo para los varones sobrevivir en un esquema social tan desigual, estos se encuentran también en la imposibilidad de romper de manera abierta con la tradición, ya que ello implicaría un conflicto en la comunidad. Siempre debe existir un respeto hacia el estatus de cada miembro dentro de la familia y en la comunidad.

Los usos y costumbres imponen tanto a hombres como a mujeres cierto tipo de conducta en relación con los roles que se desempeñan; existe además un grupo de personas, las que tienen el consenso dentro de la comunidad por considerarse las más sabias, que organizan y delegan las actividades de cada grupo: jefes de familia y miembros de cada grupo extenso.

Las actividades que están relacionadas con las mayordomías implican que cada uno de los miembros de la comunidad en función de su edad y conocimientos así como de su género desarrollará alguna de ellas. En los casos que se estudiaron, a partir del proceso de producción, comercialización y venta de chocolate y en el servicio de un restaurante, ambos casos como empresas familiares se observó que el proceso de emprendimiento es bien visto cuando es realizado por hombres y no por mujeres. No se considera que las mujeres puedan hacerse cargo de empresas a gran escala o *industria*.

En los dos casos presentados, existe un gran apego a la tradición del *dar, o compartir*. Existe también una valoración muy alta al *respeto*, que es entendido como el no romper abiertamente con la tradición ni contravenir lo establecido en las costumbres y tradiciones. Estas se despliegan en rituales y comida que sigue un rito anual y que simbolizan el papel de hombres y mujeres en una sociedad altamente religiosa.

Desde la perspectiva de los actores, los roles de mujeres y varones aunque atados a una tradición étnico-religiosa han ido cambiando paulatinamente con el cambio económico que ha tenido la región. De esta manera, se explica que una mujer pueda tener una práctica económica *innovadora* sin que abiertamente represente una amenaza contra el orden establecido o una transgresión a la norma ya que sigue manteniendo su rol *tradicional* en cuanto a sus ideas y creencias, es decir se apega a la tradición en los asuntos religiosos y de costumbres para las celebraciones.

En el caso del hombre entrevistado, se observa también una *innovación* en el proceso de emprendimiento en la venta de chocolate y mole –actividad tradicionalmente destinada a las mujeres– pero, al mismo tiempo, sin transgredir la norma, respetando la esfera –privada– de las mujeres, ya que la actividad de emprendimiento solo se realiza públicamente por un hombre cuando es una *industria*. En la esfera privada se siguen manteniendo los procesos *tradicionales*, así como también en las relaciones entre los géneros en los procesos económicos de producción, comercialización y venta.

Parte de la tradición en el estado de Oaxaca es la preparación de la comida, una mezcla entre las tradiciones españolas e indígenas zapotecas; ahora es posible encontrar que esa comida también se vende en restaurantes. Para B., el camino de su

“emancipación” ha sido difícil, pero ha logrado dar a conocer su comida tradicional, más que ser considerada una chef importante ella busca el respeto a las tradiciones de su localidad; en su quehacer de emprendimiento no hay conflictos siempre y cuando se respeten los usos y costumbres de la localidad.

La conducta de B. representa un verdadero liderazgo para las mujeres de su familia, ella ha roto con la tradición zapoteca para las mujeres solteras pero ha sabido manejarse bien en los conocimientos tradicionales (de comida y bebida ritual), que son muy apreciados en su comunidad; ha respetado la tradición de los mayores y ha incluido en su proceso de emprendimiento a su familia extensa. Poco a poco B., está rompiendo con el esquema patriarcal impuesto y reproducido en el grupo étnico y religioso al ganar dinero y convertirse en una celebridad. El ser una mujer pública, sin que el ganar dinero le genere vergüenza o rechazo social, ennoblece su independencia. La explicación que ella construye sobre sí misma es que han sido los Dioses los que le han permitido aprender, estudiar la preparación de la comida y darla a conocer como cultura zapoteca. En ese sentido, el dinero que ha ganado así como la fama y su liderazgo no generan conflicto o culpa.

Para explicar el éxito de B. en una comunidad donde hay una estructura social rígida, se propone incluir en comunidades indígenas el valor del respeto a las tradiciones, especialmente las étnico-religiosas. El respeto se objetiva en la forma como se conserva la tradición, en la preparación de la comida ritual, en el apego a los requerimientos rituales sobre los géneros y la organización del trabajo. En ese sentido, B. no rompe con la tradición dominante pero ilustra la innovación que puede ser posible en este tipo de sociedades. Por otro lado, en cuanto a la innovación y transición, la práctica social de S. no es innovadora ya que aprovecha el esquema social patriarcal lo que le permite continuar con su actividad de emprendimiento sin problemas. Se observó que S. perpetuaba el esquema asimétrico de relación laboral entre los sexos aún en su propia familia asignando diferentes responsabilidades a sus hijos.

En cuanto al manejo del dinero, en ambos casos se observa independencia sin autonomía. Sobresale el caso de S., donde el apego a la tradición y el respeto son valores muy importantes para él y no le permiten romper abiertamente con la tradición en la elaboración de la comida.

Bibliografía

Aguiar, L.A. (2004). La hermenéutica filosófica de Gadamer. *Sinéctica*, 24, 61–64.

Bell C. y Mills A.J. (2011). The formative Context of Organizational Hierarchies and Discourse: Implications for Organizational Change and Gender Relations. *Gender, Work and Organization*. 18(1). Recuperado el 20 de mayo de 2013 de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10-1111/j.1468-0432.2009.00470.x/pdf>

Berger, P. y Luckmann, T. (2006). *La construcción social de la realidad* (26ª ed.) Buenos Aires: Amorrortu.

- Berkenbusch, Gabriele (1995). Planteamientos interactivos en el análisis conversacional: la etnometodología y la teoría de la producción de textos orales. *Sintagma*, 7, 69–84.
- Burin, M. y Meler, I. (2009). *Varones. Género y subjetividad masculina*. Buenos Aires: Librería de las Mujeres.
- Burin, M. y Meler, I. (2010). *Género y Familia. Poder, amor y sexualidad en la construcción de la subjetividad*. Buenos Aires: Paidós.
- Burin M. et al. (2012). *La crisis del patriarcado*. Buenos Aires: Topía.
- Brown, A.D.; Ainsworth, S. y Grant, D. (2012). The Rhetoric of Institutional Change. *Organization Studies*, 22(3), 297–321.
- Burrell, G. y Morgan, G. (1979). *Sociological Paradigms and Organizational Analysis*. England: Ashgate.
- Contreras, R.; López, A. y Molina, R. (2011). *Emprendimiento, dimensiones sociales y culturales en las Mipymes*. México: Pearson.
- Cordero, A.C. (2009). *Supervivencia de un derecho consuetudinario en el Valle de Tlacholula*. México: LX Legislatura Cámara de Diputados. Porrúa.
- Coria, C. (2008). *El sexo oculto del dinero. Formas de la dependencia femenina*. Buenos Aires: Paidós.
- Creswell, John W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design. Choosing among Five traditions*. Thousand Oaks: SAGE.
- Creswell, John W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design. Choosing among Five Approaches* (3rd edition). Thousand Oaks: SAGE.
- Chodorow, N. (1984). *El ejercicio de la maternidad psicoanálisis y sociología de la maternidad y paternidad en la crianza de los hijos*. Barcelona: Gedisa.
- Davis, F. (1976). *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza.
- Durkheim, E. (2011). *Las reglas del método sociológico*. México: Ghandi.
- Fernández, A. M. (2012). *La violencia en el lenguaje o el lenguaje que violenta. Equidad de género y lenguaje*. México: UAM–Xochimilco.
- Foucault, M. (1970). *L'ordre du discours. El orden del discurso*. Traducción de Alberto González Troyano (1992). Buenos Aires: Tusquets.

Formichella, M.M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires: INTA Recuperado el 15 de mayo de 2013 en <http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

Gadamer H.G. (2012). *Verdad y método. Hermeneia*. España: Ediciones Sigueme Salamanca.

Grant, D. y Hardy, C. (2004). Introduction: Struggles with Organizational Discourse. *Organization Studies*, 25(1), 5–13.

Grant, D.; Hardy, C.; Oswick, C. y Putman, L. (2008). *The SAGE Handbook of Organizational Discourse*. USA: SAGE.

Garfinkel, H. (1972). *Studies in Ethnomethodology*. New Jersey: Prentice–Hall.

Geertz, C. (1987). *La interpretación de las culturas*. México: Gedisa.

Giddens, A. (2011). *La constitución de la Sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Gutiérrez, C.G. (2002). *Perspectiva de Género: cruce de caminos y nuevas claves interpretativas. Ensayos sobre feminismo, política y filosofía*. México: PUEG Porrúa.

Haidar, J. (2006). *Debate CEU. Rectoría. Torbellino pasional de los argumentos*. México: UNAM Colección de Posgrado.

Huacuz Elías, M.G. (2009). *¿Violencia de género o violencia falocéntrica? Variaciones sobre un sistema complejo*. Colección científica. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Ibarra, D. (2011). *Subjetivaciones masculinas*. Montevideo: Psicolibroswaslala.

Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (2005). *Mujeres y Hombres en Oaxaca*. México: INEGI.

Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (1990). *XI Censo General de Población y Vivienda, 1990*. México: INEGI.

Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (2000). *XII Censo General de Población y Vivienda, 2000*. México: INEGI.

Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (1997). *Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica, 1997*. México: INEGI.

Julien, P.A. (2003). *Las PYME: balance y perspectivas, el estado del arte de las Pyme en el mundo*. Colombia: Universidad ICESI.

Lamas, M. (2013). Conferencia. Foro Democracia con perspectiva de género 57ª Legislatura. Querétaro. 23 de mayo 2013.

Lee A.K. (2008). Gender, Discourse and Organization: Framing a Shifting Relationship. *SAGE Handbook of Organizational Discourse*. Grant, David; Hardy, Cynthia; Oswick, Cliff & Putman, Linda (Ed.). USA: SAGE.

Lipovetsky, G. (2002). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.

López, M.H. (2004). *Sociolingüística* (3ª ed.). Madrid: Gredos. Biblioteca Románica Hispánica.

Meler, I. (2013). VII Seminario Post-Doctoral en Estudios de Género. Buenos Aires, Argentina. 27 de julio de 2013.

Meyer C.J. (2002). Organizational Communication Assessment. Fuzzy Methods and the Accessibility of Symbols. *Management Communication Quarterly*, 15(3), 472–479.

Miano, M. (2002). *Hombre, mujer y muxe en el Istmo de Tehuantepec*. México: Conaculta. INAH. Plaza y Valdés.

Moran, D. (2011). *Introducción a la Fenomenología*. México: Anthropos. UAM.

Reid, A.S. y Hung Ng, S. (1999). Language, Power, and Intergroup Relations. *Journal of Social Issues*. 55 (1), 119–139.

Ritzer, G. (2012). *Teoría Sociológica Clásica*. México: McGrawHill.

Reynoso, Carlos (1998). Corrientes en Antropología Contemporánea. Universidad de Buenos Aires Biblos. Buenos Aires. Recuperado el 28 de febrero de 2013 de <http://carlosreynoso.com.ar/archivos/carlos-reynoso-corrientes-en-antropologia-contemporanea.pdf>

Silva, M. (2011). *Dishdaa 'w. La palabra se entretreje en la comida infinita. La vida de Abigail Mendoza Ruiz*. Oaxaca: Fundación Alfredo Harp Helú.

Urbiola, A. y Vázquez, A. (2009, mayo–junio). Lenguaje, poder y polifonía organizacional. *Razón y Palabra*, 68. Recuperado el 10 de mayo de 2012 de www.razonypalabra.org.mx/

Van Dijk, T.A. (2011). *Sociedad y discurso. Cómo influyen los contextos sociales sobre el texto y la conversación*. Madrid: Gedisa.

Vallverdú, J. (2008). *Antropología simbólica. Teoría y etnografía sobre religión, simbolismo y ritual*. Barcelona: UOC.

Wilson, D. y Sperber D. (2004). La teoría de la relevancia. *Revista de Investigación Lingüística*, VII, 237–286.

Fecha de recepción: Febrero de 2013
Fecha de aprobación: Diciembre de 2013