



“Enseñar la explotación de
la tierra, no la del hombre”

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO

DIRECCIÓN DE CENTROS REGIONALES UNIVERSITARIOS

MAESTRÍA EN CIENCIAS EN DESARROLLO RURAL REGIONAL

ESTRATEGIAS PRODUCTIVAS DE LAS MUJERES QUE HACEN TORTILLA ARTESANAL EN SAN FRANCISCO URICHO, MICHOACÁN

TESIS

Que como requisito parcial para obtener el grado de

MAESTRO EN CIENCIAS EN DESARROLLO RURAL REGIONAL

Presenta:

MARÍA DEL CARMEN PATRICIO CHÁVEZ

Bajo la supervisión de:

DR. JOAQUÍN GERARDO MORALES VALDERRAMA



Morelia, Michoacán. Diciembre de 2021



APROBADA



ESTRATEGIAS PRODUCTIVAS DE LAS MUJERES QUE HACEN TORTILLA ARTESANAL EN SAN FRANCISCO URICHO, MICHOACÁN

Tesis realizada por MARÍA DEL CARMEN PATRICIO CHÁVEZ bajo la supervisión del comité asesor indicado, aprobada por el mismo y aceptada como requisito parcial para obtener el grado de:

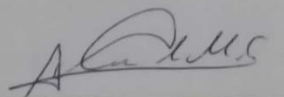
MAESTRO EN CIENCIAS EN DESARROLLO RURAL REGIONAL

DIRECTOR:



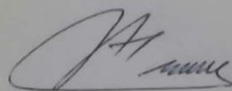
DR. JOAQUÍN GERARDO MORALES VALDERRAMA

ASESOR:



DRA. ANA ISABEL MORENO CALLES

ASESOR:



DR. JORGE ANDRÉS AGUSTÍN

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CUADROS.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
DEDICATORIA.....	xi
AGRADECIMIENTOS	xii
DATOS BIOGRÁFICOS	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT	xv
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Planteamiento del problema	4
1.2. Objetivos.....	9
1.2.1. Objetivo General.....	9
1.2.2. Objetivos Específicos	10
1.3. Hipótesis	10
II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	11
2.1. Estrategias de Reproducción Social	11
2.2. Cultura e identidad.....	16
2.2.1. Cultura del maíz	17
2.2.2. Cultura de la tortilla.....	19
2.3. Tradición artesanal	20
2.4. Economía rural.....	21
2.5. Cadena agroalimentaria tortilla	22

III. MARCO REFERENCIAL	24
3.1. Ubicación geográfica y contexto social	24
3.1.1. Población en la Zona Lacustre de Pátzcuaro	27
3.1.2. Actividades económicas de la Cuenca del Lago de Pátzcuaro	28
3.1.3. Ambiente natural en San Francisco Uricho	30
3.1.4. Ambiente social de San Francisco Uricho	31
3.2. El maíz	33
3.2.1. Contexto internacional	33
3.2.2. Contexto Nacional del maíz	38
3.2.3. Maíz en los trienales 2007-2009 y 2017-2019 a nivel nacional, estatal, regional y municipal.	41
3.2.4. El maíz en San Francisco Uricho	46
3.3. La tortilla	46
3.3.1. Comparativos precios maíz-tortilla	48
3.3.2. Cadenas de elaboración de tortilla	49
3.3.3. Proceso de elaboración de tortilla para venta en San Francisco Uricho	51
3.4. Mujeres tortilleras	53
3.5. Organizaciones de tortilleras	53
IV. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	55
4.1. Enfoque de investigación y herramientas metodológicas	55
4.2. Proceso de la investigación	56
V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	60
5.1. San Francisco Uricho comunidad consumidora de tortilla artesanal	60
5.1.1. Información sociodemográfica de San Francisco Uricho	60
5.1.2. Producción de Maíz en San Francisco Uricho	64

5.1.3. Elaboración y consumo de tortilla en San Francisco Uricho.....	69
5.2. Las mujeres tortilleras aspectos socioeconómicos y cadena productiva ...	73
5.2.1. Aspectos sociodemográficos de las mujeres tortilleras	73
5.2.2. Aspectos económicos.....	78
5.2.3. Cultivo de maíz.....	82
5.2.4. Elaboración tortilla artesanal para venta	84
5.2.5. Venta de tortilla artesanal.....	93
5.2.6. Interés de expansión	98
5.2.7. Visión de futuro	102
5.2.8. Beneficios por vender tortillas	103
5.3. Tiendas de abarrotes	109
5.4. Estudios de casos de mujeres tortilleras de San Francisco Uricho.....	114
5.4.1. Caso 1	114
5.4.2. Caso 2	119
5.4.3. Caso 3	122
VI. ESTRATEGIAS DE REPRODUCCIÓN SOCIAL DE LAS TORTILLERAS	
EN URICHO	124
6.1. Administración de recursos y tiempos	125
6.1.1. Los insumos	125
6.1.2. Decisiones en el proceso de manufactura de la tortilla	126
6.1.3. Decisiones en el proceso de venta.....	127
6.2. La identidad desde el oficio de tortillera.....	129
6.2.1. Construcción de identidad	129
6.2.2. Decisiones y acciones en la vida diaria de las artesanas de la tortilla	130
6.3. Lo negativo del oficio de tortillera.....	133
VII. CONCLUSIONES.....	134

7.1. Recomendaciones	136
VIII. BIBLIOGRAFÍA.....	137
IX. ANEXOS	146
9.1. Anexo Fotográfico	146
9.2. Memoria de talleres	149

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Producción de maíz: principales países productores (Mt).....	34
Cuadro 2. Consumidores de maíz en los principales países (Mt).....	35
Cuadro 3. Maíz: producción, consumo y excedente (Mt).....	36
Cuadro 4. Exportación de maíz de los principales países (Mt).	36
Cuadro 5. Importación de maíz de los principales países (Mt).	37
Cuadro 6. Los seis principales mercados de exportación de maíz de EE. UU.	37
Cuadro 7. Producción de maíz en los trienales 2007-2009 y 2010-2019 a nivel nacional, estatal, regional y municipal.	41
Cuadro 8. Aumento de población entre los años 2010-2020.	45
Cuadro 9. Consumo de tortilla per cápita en el 2010.	47
Cuadro 10. Comparativos precios maíz- tortilla.	49
Cuadro 11. Acciones realizadas en la presente investigación.	59
Cuadro 12 Porcentaje de superficie sembrada de maíz por variedad.	65
Cuadro 13. Rendimientos por variedad de maíz.....	67
Cuadro 14. Características sociodemográficas de las mujeres tortilleras.....	75
Cuadro 15. Mujeres tortilleras que cultivan maíz.	82
Cuadro 16. Superficie que siembran con maíz los sujetos de estudio.....	82
Cuadro 17. Tenencia de la tierra.....	83
Cuadro 18. Maíz. Producción y mercado.....	87
Cuadro 19. Gastos de producción de 15 kg de tortilla artesanal.....	89
Cuadro 20. Ganancia bruta de venta de tortilla artesanal.....	95
Cuadro 21. Ganancia de la tortilla artesanal.....	96
Cuadro 22. Destino ingresos de venta de tortilla artesanal.....	96
Cuadro 23. Beneficios por desempeñar el oficio de tortillera.	104

Cuadro 24. Distribución del tiempo de la artesana.	105
Cuadro 25. Satisfacción por desempeñar el oficio de tortilleras.	108
Cuadro 26. Percepción de la felicidad causada por el oficio de tortillera.	109
Cuadro 27. Maíz. Suministro por las tiendas locales.	110
Cuadro 28. Productos foráneos que desplazan el consumo de maíz nativo en Uricho. Un ejercicio diario, semanal, mensual y anual (2020).	112
Cuadro 29. Consumo de tortilla artesanal e industrial en Uricho (t) (2020). ...	113
Cuadro 30. Consumo de maíz grano en Uricho en toneladas (2020).	113
Cuadro 31. Consumo de maíz en tortilla artesanal en Uricho (t) (2020).	114
Cuadro 32. Jornada de trabajo de la mujer tortillera en Uricho.....	121

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación.	24
Figura 2. Localización y ambiente.....	25
Figura 3. Ubicación geográfica del municipio de Erongarícuaro.....	30
Figura 4. Localización geográfica de la comunidad de San Francisco Uricho. .	31
Figura 5. Porcentaje de producción de maíz en los principales países productores.	34
Figura 6. Porcentaje de los principales mercados de maíz de EE. UU.....	38
Figura 7. Tierras de temporal a nivel nacional.	38
Figura 8. Producción de maíz por Estado en el país.	39
Figura 9. Ciclos producción maíz nativo en la cuenca del lago de Pátzcuaro. .	40
Figura 10. Porcentaje de superficie de tierra que se dejó de sembrar maíz.	43
Figura 11. Porcentaje del aumento de producción de maíz.....	44
Figura 12. Porcentaje de mujeres dedicadas a la producción y venta de tortillas en San Francisco Uricho.....	53
Figura 13. Personas que conforman el núcleo familiar.	60
Figura 14. Edad de los integrantes de las familias entrevistadas.	61
Figura 15. Escolaridad de las familias.	62
Figura 16. Ocupación de los integrantes de la familia entrevistados.	63
Figura 17. Cultivo de maíz en Uricho.....	64
Figura 18. Toneladas cosechadas por variedad de maíz en Uricho.	66
Figura 19. Porcentaje de uso de maíz por variedad en Uricho.	67
Figura 20. Porcentaje consumo de maíz en Uricho.	68
Figura 21. Duración de maíz autoabasto en Uricho.....	69
Figura 22. Tipo de tortilla consumida por familia.....	70
Figura 23. Razones para incursionar en la producción de tortilla artesanal.....	76
Figura 24. Sistema de flujo en la producción de tortilla artesanal.	78

Figura 25. Número de integrantes por familia.	79
Figura 26. Aportación de la mujer tortillera al gasto familiar.	80
Figura 27. Viviendas de mujeres tortilleras.	81
Figura 28. Siembra de maíz asociado o monocultivo.	83
Figura 29. Tipo de maíz transformado en tortilla para venta.	86
Figura 30. Suministro de leña para elaboración de tortilla.	87
Figura 31. Porcentaje de gastos por insumo en la producción de tortilla artesanal.	90
Figura 32. Técnicas de elaboración de tortilla artesanal.	92
Figura 33. Días por semana de venta de tortilla artesanal.	93
Figura 34. Municipios dónde se vende tortilla artesanal.	94
Figura 35. Preocupación por asegurar la alimentación.	97
Figura 36. Hogares de tortilleras con poca variedad de alimentos.	98
Figura 37. Interés para trabajar en grupo.	99
Figura 38. Continuidad generacional.	100
Figura 39. Técnicas de difusión para vender la tortilla artesanal.	101
Figura 40. Mujeres tortilleras que han requerido préstamos (%).	103
Figura 41. Apoyos gubernamentales (%).	106
Figura 42. Tipo de consultorio donde la tortillera atiende su salud.	107
Figura 43. Estrategias de reproducción social de las artesanas de la tortilla..	128

DEDICATORIA

A mi familia y amigos que siempre me apoyaron.

AGRADECIMIENTOS

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por el financiamiento y a la Universidad Autónoma Chapingo por las gestiones necesarias para lograr la meta establecida.

Al Director de la investigación Dr. Joaquín Gerardo Morales Valderrama por dirigir la investigación y por sus palabras de aliento en cada proceso y sus prontas observaciones.

Al Dr. Jorge Andrés Agustín por siempre estar mandándome sus observaciones a tiempo.

A la Dra. Ana Isabel Moreno por ser parte del comité asesor y sus prontas recomendaciones.

A mis lectores y lectoras porque con su apoyo en esta investigación se fortaleció. Ana María Flores, Pablo Leal, Claudia Belmontes, Rosario Patricio y Citlali Espinosa.

A todas y todos mis asesores y compañeros de posgrado con quienes compartí experiencias y muchas sonrisas. Gracias por todo lo que convivimos.

A mi familia papá, mamá y hermanos por su apoyo.

A mis amigos que siempre estuvieron presentes animándome a continuar, especialmente a Belinda, Estela y Pablo.

A la Familia Leal Vivencio por su apoyo. A Daniel Leal⁺ le agradezco sus enseñanzas.

A las señoras tortilleras por haberme brindado su confianza y compartido su tiempo, por ser ellas las protagonistas de este trabajo, así como las familias de la comunidad de Uricho.

DATOS BIOGRÁFICOS

Nombre: María del Carmen Patricio Chávez

Fecha de nacimiento: 3 de agosto de 1977

Lugar de nacimiento: Santa Ana Chapitiro,
Pátzcuaro, Michoacán

CURP: PACC770803MMNTHR06

Profesión: Licenciado en Psicología Educativa

Cédula Profesional 10753388.



Desarrollo académico:

Bachillerato: Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP)

Licenciatura: Instituto Michoacano de Ciencias de la Educación José María Morelos, generación 2009-2013.

RESUMEN

ESTRATEGIAS PRODUCTIVAS DE LAS MUJERES QUE HACEN TORTILLA ARTESANAL EN SAN FRANCISCO URICHO, MICHOACÁN¹

María del Carmen Patricio Chávez y Joaquín Gerardo Morales Valderrama

La presente investigación toma el marco teórico de las estrategias de reproducción social para analizar el aporte de las mujeres tortilleras al soporte familiar. El punto de partida se centra en la hipótesis de que las estrategias de las tortilleras les permiten contribuir económicamente al sostén de la familia, lo que les permite reforzar su identidad y al mismo tiempo, cuidar de sus familias de acuerdo con su contexto cultural.

Se realizaron entrevistas, talleres y observación participante para analizar las estrategias que implementan las mujeres tortilleras con la finalidad proveer un ingreso económico y alimentación a sus familias. Se concluye que la elección de este oficio les permite equilibrar su tiempo como esposas, como madres y como mujeres, manteniendo así el patrimonio cultural y el bienestar familiar, mientras elaboran tortillas artesanales, tanto para el autoabasto como para venta.

Palabras claves: Estrategias, mujeres tortilleras, identidad, tortilla artesanal, maíz.

¹ Tesis en Maestría en Ciencias en Desarrollo Rural Regional, Universidad Autónoma Chapingo.

Autora: María del Carmen Patricio Chávez

Director de Tesis: Dr, Joaquín Gerardo Morales Valderrama

ABSTRACT

PRODUCTIVE STRATEGIES OF WOMEN WHO MAKE HANDMADE TORTILLAS IN SAN FRANCISCO URICHO, MICHOACÁN²

María del Carmen Patricio Chávez and Joaquín Gerardo Morales Valderrama

The present research takes the theoretical framework of social reproduction strategies to analyze the contribution of *tortilleras* (women who make *tortillas*) for family support. The starting point is centered on the hypothesis that the *tortilleras* strategies allows them to contribute to the family economy, thus reinforcing their identity while, at the same time, they take care of their families, as it is established in their cultural context.

Interviews, workshops and participant observation were conducted to analyze the strategies implemented by *tortilleras* in order to provide an economic income and food for their families. It was concluded that this way of working allows them to balance their time as wives, mothers and women, thus maintaining their cultural heritage and family well-being, while making handmade *tortillas*, both for self-consumption and for sale.

Keywords: Strategies, women *tortilleras*, identity, hadmade *tortilla*, corn.

² Thesis in Master of Science in Regional Rural Development, Universidad Autónoma Chapingo.
Author: María del Carmen Patricio Chávez
Thesis Director: Dr, Joaquín Gerardo Morales Valderrama

I. INTRODUCCIÓN

El ser humano para vivir necesita alimentarse por lo que busca los medios para subsistir abasteciendo las necesidades primarias como el comer, vestir y tener un techo para vivir. La agricultura es una práctica milenaria con la cual se ha sostenido el hombre a través de los siglos. En Mesoamérica específicamente el sistema milpa ha sido el sostén que complementa la alimentación, en particular el maíz, el cual nixtamalizado es transformado en tortilla o “*ichúskuta*” en purépecha, que cada persona consume hasta tres veces al día. La tortilla artesanal es transformada por manos de mujeres, conocimiento que es transferido a través de generaciones, de madres a hijas. Donde también este conocimiento lo usan como estrategia para conseguir ingresos económicos.

Los maíces nativos³ mexicanos, con sus cualidades nutritivas antes ignoradas (antocianinas y antioxidantes), ocupa un lugar central en el trabajo de las mujeres, por ser el insumo principal para elaborar la tortilla. Por lo que la presente investigación permite vislumbrar el consumo de tortilla artesanal en la comunidad de San Francisco Uricho, detectar los productos que entran a la comunidad y que se consumen en vez de la tortilla artesanal, así como también el abordar las estrategias que las mujeres tortilleras de esta localidad implementan en su producción, por lo que el documento consta de nueve capítulos donde se trata de observar de manera general a las familias como productoras de maíz y de tortillas para autoabasto⁴ y para la venta.

³ Maíces nativos. Razas de la categoría taxonómica *Zea mays* subespecie *mays*, que los pueblos indígenas, campesinos y agricultores han cultivado y cultivan, a partir de semillas seleccionadas por sí mismos u obtenidas a través de intercambio, en evolución y diversificación constante. Se entiende por raza a los Individuos o poblaciones que comparten características en común, de orden morfológico ecológico, genético y que por milenios ha permitido una diversidad genética con variantes en tamaño, textura, color de mazorca y de grano con capacidad de adaptabilidad a condiciones climáticas amplias y versatilidad en usos. (LFFPMN2020).

⁴ Concepto que define la satisfacción propia de proveerse de lo necesario. Pelayo y Gross, 1995.

El primer capítulo introduce al panorama general de la investigación, este capítulo tiene tres subcapítulos, el primero describe el problema que planteó la investigación que en este caso fue saber cómo las estrategias que desarrollan las mujeres tortilleras inciden en sus condiciones de reproducción social tomando en cuenta su rol familiar y comunitario. En el segundo subcapítulo se establecieron los objetivos a cumplir para contestar la pregunta, la cual contempló analizar las estrategias (decisiones reiteradas) que las mujeres tortilleras han desarrollado ante las limitantes y oportunidades que se les presentan en su oficio y ver qué medidas serían apropiadas para proponer algunas mejoras y el tercer subcapítulo se encuentra la hipótesis que sostiene la investigación donde especifica que las estrategias de reproducción social de las mujeres artesanas de la tortilla contribuyen a la cultura alimentaria del maíz, reconfiguran sus espacios de trabajo y amortiguan la economía del núcleo familiar. Lo cual fortalece su identidad en el contexto personal y comunitario.

El segundo capítulo acerca a los elementos teóricos y se establecen conceptos que sostienen la investigación como son: Estrategias de reproducción social; la cultura e identidad; la cultura del maíz y la tortilla; así como aspectos de la identidad personal; tradición artesanal; economía rural y finalmente, sobre la cadena agroalimentaria de la tortilla.

El tercer capítulo sumerge en el lugar de estudio, que en este caso es la comunidad de San Francisco Uricho municipio de Erongarícuaro en el Estado de Michoacán, México. Donde se observa desde la sociedad, las actividades económicas, el ambiente natural y social, el maíz, la tortilla, la leña, las familias, las mujeres tortilleras y la organización entre ellas.

Como capítulo cuarto se expone el método de investigación, utilizamos herramientas cuantitativas (entrevistas y cuestionario); el enfoque fue de investigación participativa realizada partir de talleres construidos con las tortilleras (herramientas cualitativas).

El capítulo quinto, que es uno de los centrales, ejemplifica el trabajo en campo; los resultados encontrados a partir de la observación participante, de las aplicaciones de cuestionarios a familias y mujeres tortilleras, así como a tenderos.

En el Capítulo sexto, el central, se analiza a fondo las estrategias que las mujeres de la comunidad implementan en su hogar y entorno. Con un sólo objetivo, hacer tortillas para generar ingresos y alimentar a sus familias sin perderse ellas mismas (economía rural y tradición cultural). Como se advertirá en este capítulo se hace alusión tanto a los aspectos teóricos, pero sobre todo a los elementos que los talleres participativos mostraron y a los aspectos que se retomaron de los cuestionarios y pláticas directas a estrategias de reproducción social (comunidad, familia y persona).

El capítulo séptimo ilustra la síntesis general de la investigación concluyendo que el hacer tortillas permite a las mujeres definir sus tiempos de vida; cuidar a la familia; mejorar la economía familiar y ser ellas mismas, de acuerdo a las costumbres culturales con las que interactúan (convivencia que es a la vez grata pero también tensionada, es decir se incluye desacuerdos o conflictos).

El capítulo octavo nos muestra toda la bibliografía consultada que sostiene la presente investigación así como las fuentes de investigación directa.

El capítulo noveno son los Anexos, que en este caso son fotografías tomadas en campo de producción de maíz, elaboración y venta de tortilla. También se incluyó en este capítulo las memorias de los talleres realizados desde los primeros intentos.

Por lo que, sin más, se espera que en esta investigación, el lector encuentre interés en el trabajo que las mujeres artesanas de la tortilla realizan. También que se conozca que hay pueblos, en donde mayoritariamente, las amas de casa siguen generando ese gusto propio de hacer las tortillas a mano. Nos guste o no, comer tortillas artesanales tiene una carga cultural, económica y

social que es importante que prevalezca para asegurar una alimentación saludable, por lo menos para quien las sabe elaborar y para quien las puede comprar y consumir. Ya que no todos tenemos ese lujo.

Finalmente agradezco a las personas con las que conviví en este proceso esperando se animen a leer el trabajo realizado y pueda generar una chispa de interés por revalorar el oficio y el producto (tortilla artesanal).

1.1. Planteamiento del problema

El maíz ha sido la base de la alimentación en los pueblos mesoamericanos desde la antigüedad. En México el maíz tiene una diversidad de usos, tanto en la alimentación como en la industria. El maíz genera grandes intereses económicos a nivel mundial, tanto que se ha mejorado y modificado para tener un mayor rendimiento, a costa de la pérdida de biodiversidad y el cambio de alimentación.

La producción de maíz en México ha disminuido por diferentes acciones políticas como la revolución verde y el tratado de libre comercio, entre otras (Rubio, 2014). Además, el Estado impulsó una política modernizadora para responder al capital transnacional, en donde se redujeron los precios para los productos agrícolas. Lo que tuvo como consecuencia que el salario rural bajara y aumentaran los costos de producción. El Estado retira los subsidios de la cadena de producción, se restringió la inversión pública y se privatizaron empresas paraestatales. Por lo tanto, la participación del Estado en el área rural ha disminuido (Núñez, 2004).

Sin embargo, en México se distinguen algunas entidades por su gran producción de maíz en superficie, que superan el medio millón de hectáreas, los cuales son Sinaloa y Jalisco. Aunque Michoacán pertenece al grupo de la producción mediana, es el que sigue a Sinaloa y Jalisco (Raya, 2017:49). En todo el país se encuentran los campesinos rurales que siembran para auto

abasto y para conservar la semilla y son los principales depositarios de la diversidad genética de las razas y variedades de maíz que se cultivan actualmente (Sabán, 2015). Para el campesino rural sembrar maíz para vender es muy complicado porque depende de un paquete tecnológico y un comprador que valore el costo invertido de modo que sea rentable (González-Pichardo, 2006). Pero la posibilidad de que esto suceda es baja, por la entrada de maíces de El Bajío, Ciénega de Chapala y Sinaloa, ya que es más barato. Orozco (2007:70) que “este maíz entra a la comunidad a través de las maiceras (tienda donde se venden granos y las tiendas de abarrotes”. Por eso la producción de maíz nativo⁵ se reduce para el auto abasto. Continuando con la tradición por razones no meramente económicas, sino de índole cultural y de identidad (Sabán, 2015:6).

Se observa que, desde hace diez años hasta la fecha, el maíz nativo de color blanco fue recuperando su presencia muy lentamente hasta igualar el precio con el híbrido⁶, más no lo ha superado. Aunque el maíz nativo que cosechan la mayoría de las familias campesinas, particularmente en Uricho (57.5 toneladas), sólo les alcanza para cubrir el 50 o 60 % de su consumo anual, este es muy importante porque les equilibra los gastos una parte del año. El resto es complementado con maíz que se compra en la tienda⁷. Las familias que siembran maíz nativo lo hacen porque aún conservan un poco de tierra para el auto abasto y prefieren el sabor de sus maíces (Guadarrama *et al.*, 2014:12).

Las familias que ya no producen maíz, consiguen el grano con agricultores de la comunidad y la mayor parte en la tienda. Aproximadamente una familia consume una tonelada por año. Por lo que se observa que el mayor consumo es de maíz foráneo (maíz híbrido).

⁵ También llamados por los productores maíces criollos, de acuerdo a Guadarrama 2014:12 este término es incorrecto ya que significa la mezcla de un nativo con un extranjero y no es así, el maíz es de México y por eso la denominación correcta es maíces nativos.

⁶ Maíces cultivados con altas tecnologías, fertilizantes químicos y semillas mejoradas.

⁷ Son los maíces híbridos.

Las familias que no se sienten satisfechas con lo que cosechan o que dejan de sembrar por falta de tierra, buscan otros trabajos para sobrevivir, sin importar la distancia para trasladarse de su lugar de origen a su trabajo, incluso hay quienes se cambiaron a vivir cerca del lugar de su trabajo. Generalmente la movilización es hacia las áreas urbanas o el país vecino: Estados Unidos.

Al tener que movilizarse laboralmente, las familias tienen una penetración cultural, una adaptación, nuevas situaciones educativas. Las mujeres han tenido que modificar costumbres culturales para apoyar el ingreso, como dejar a los hijos e integrarse al mercado laboral, provocando cambios en la organización familiar y en la alimentación. Los alimentos procesados comienzan a ser una prioridad para asegurar comida más duradera, lo que incluye las tortillas industrializadas⁸ de venta calientes o frías etiquetadas y con una vida de anaquel amplia por la adición de conservadores.

La tortilla industrial tiene demanda debido a la necesidad y costumbre del mexicano para consumir tortilla. Aunque costó décadas diseñar las máquinas en las que las elaboran y en ser aceptadas (Pilcher, 2001) hoy forman parte de una gran industria. La tortilla es uno de estos alimentos que los mexicanos intentan mantener en su comida diaria aunque sea industrializada⁹, ya que la tortilla artesanal es 100 % aceptada y añorada, pero es más difícil que esté al alcance de todos ya que para eso como dice Pilcher (2001) se necesitan miles de mujeres expuestas al trabajo duro y, paradójicamente si se tiene al alcance no se está dispuesto a pagar su valor justo.

Actualmente, la mayoría de las mujeres jóvenes no hacen tortillas porque se emplean en trabajos mejor remunerados. Conforme la mujer adquiere un trabajo laboral aumenta la demanda de consumo de tortilla industrial al interior de la familia. El mercado aprovecha muy bien la situación e introduce las

⁸ Son elaborada a partir de la hidratación de harina de maíz (Sabán, 2015)

⁹ No aceptadas al 100% pero no habiendo más.

máquinas tortilladoras y se instalan tortillerías¹⁰ en las colonias y comunidades. Cada vez son más las familias jóvenes que consumen tortilla industrial en las comunidades y menos las mujeres que hacen tortillas para auto abasto y/o para venta, sin embargo, aún persiste el conocimiento de hacer tortillas artesanales con las pocas que eligen este oficio conservando una alimentación menos dependiente y más saludable.

Hablando de la comunidad de San Francisco Uricho, sus habitantes y personas aledañas solamente le llaman Uricho y en adelante utilizaré este término. Uricho lugar dónde se enfoca la presente investigación, es una comunidad que forma parte de la Cuenca del Lago de Pátzcuaro, pertenece al municipio de Erongarícuaro. Esta comunidad cuenta con un total de dos mil diecisiete habitantes, de los cuales mil cincuenta y seis son mujeres. La mayoría de las familias en Uricho siembran milpa y las mujeres cuentan con el “saber hacer” tortilla, aunque cada vez se practique menos por las mujeres jóvenes.

De acuerdo con las costumbres de la comunidad, las mujeres van aprendiendo actividades que les van a servir para cuando decidan formar una familia, como el aprender a cocinar y hacer tortillas. El hacer tortilla artesanal es una habilidad que sólo se logra a través de la práctica, requiere cierta destreza, desde calcular la cantidad de cal y el tiempo de calor para hacer el nixtamal, además saber pedir que le muelan el nixtamal como desee, así como la amasada de la masa, la extendida y lograr una tortilla bien cocida. Cada etapa del proceso de la tortilla tiene una dedicación especial. Aunque el hacer tortillas ya no es una actividad tan necesaria, por su fácil acceso a la tortilla industrial, la mujer que tiene la habilidad para elaborarla es valorada y admirada por la familia y la comunidad, ya que ella puede comer tortillas recién hechas cuando lo desee o en los momentos de crisis económica puede alimentar a la familia¹¹.

¹⁰ Establecimientos con máquinas que hacen tortillas y se venden calientes principalmente hechas con harina de maíz híbrido.

¹¹ Torres, R. 2020.

Aunque hacer tortilla artesanal es un trabajo duro, sigue persistiendo, porque las mujeres cuentan con la habilidad para elaborarlas y porque sus costumbres alimenticias son tan fuertes que el dejar de comer tortilla artesanal les causa cierto disgusto en la comida. Así que si no las elaboran dentro de la familia, las compran a las mujeres tortilleras¹² de la misma comunidad ya que hay más de 60 mujeres dedicadas a esta labor. Uricho es una de las comunidades en la región que tiene más mujeres que se dedican a este oficio. Ellas venden sus tortillas en los municipios y comunidades cercanas. Las elaboran y las distribuyen hasta donde sus fuerzas y tiempo se los permite.

Las mujeres tortilleras hacen esta actividad para llevar un ingreso a la familia que complemente el gasto alimenticio o si es el único ingreso tener para el día a día. Actividad que eligen porque es una comunidad que su entorno se lo permite, ya que aún conservan la agricultura y el saber hacer tortillas, lo cual les da cierta seguridad para emprender y porque se puede trabajar en casa y al mismo tiempo estar al pendiente de los hijos. Aunque al principio se le dificulta vender porque no siempre se cuenta con la habilidad de comerciante, ellas tienen que buscar las formas para vender toda su producción y regresar a casa sin ninguna tortilla.

Las mujeres tortilleras día a día están buscando estrategias desde su entorno familiar y social, para producir y hacer llegar su producto al consumidor, con el objetivo de regresar a casa con productos necesarios para la vida diaria como son los alimentos. Estas estrategias se identifican como Estrategias de Reproducción Social (ERS) ya que toman en cuenta todas sus experiencias propias y del entorno (Rizzo, 2012) para llevar a la práctica la acción y lograr su objetivo. Las mujeres tortilleras en sus prácticas se caracterizan por el aseguramiento de insumos; balance en su estructura familiar (mano de obra, roles) (abatimiento de costos y tiempos del proceso productivo); darle un valor

¹² El concepto de tortillera se define como la mujer que fabrica tortillas de maíz (Pelayo y Gross (1995).

de calidad a su producto y la búsqueda de consumidores, que valoran y demandan su producción.

Partiendo de este entorno ambiental y social que rodea a las mujeres que elaboran tortillas, así como a los grupos que se distinguen por esta actividad, surgen las siguientes preguntas:

Pregunta general:

¿Cómo las estrategias que desarrollan las mujeres tortilleras inciden en sus condiciones de reproducción social desde su rol personal, familiar y comunitario?

Preguntas específicas:

¿Qué limitantes y oportunidades enfrentan las mujeres tortilleras artesanales para mantener la actividad en todo su circuito de reproducción (materia prima, producción, mercado y nicho social)?

¿Cómo se asumen y son asumidas en la familia y en la comunidad las mujeres artesanas de la tortilla?

¿Qué razones económicas y/o culturales las motivan para continuar con la ancestral práctica de elaboración de la tortilla, a pesar de todas las adversidades actuales?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Analizar las estrategias que han desarrollado las mujeres tortilleras ante las limitantes y oportunidades que se les presentan en su oficio y ver qué medidas serían apropiadas para proponer algunas mejoras.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Describir los factores económicos, técnicos y sociales que inciden en el desarrollo de un nicho económico y social para las mujeres y sus familias.
- Reconocer la construcción de nuevas relaciones de identidad personal y familiar de las mujeres artesanas de la tortilla y su impacto en la comunidad.
- Desarrollar con las actoras sociales, una reflexión activa sobre el tema planteado.

1.3. Hipótesis

- Las estrategias de reproducción social de las mujeres artesanas de la tortilla contribuyen en la cultura alimentaria del maíz, reconfiguran sus espacios de trabajo y amortiguan el impacto económico en el núcleo familiar. Aunque en cada eslabón de la cadena cuenta con limitantes para mejorar el producto y el precio en que se puede ofertar.
- Las estrategias y organización tienen impactos de largo alcance en los círculos sociales, culturales y económicos inmediatos de las mujeres productoras. Si bien este impacto no es significativo desde un enfoque de mercado, sí lo es en términos personales, familiares y comunitarios. Cualquier posterior crecimiento de las organizaciones generadas, dependerá de la solidez con que se creen los lazos entre las mujeres involucradas.
- Las mujeres al crear espacios de toma de decisiones personales en la construcción de estas estrategias de producción y de trabajo, les posibilita el reconocimiento y valoración propia. A la vez, que les ayuda al fortalecimiento de la identidad y la autonomía, así como de la familia y consecutivamente al desarrollo de niños y niñas.

II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Estrategias de Reproducción Social

Como lo hemos dicho antes, los modos de producción de tortilla se ajustan al contexto social de las mujeres productoras y sus comunidades. En el caso particular de la comunidad de Uricho, que ocupa el lugar central de esta investigación, han sido las estrategias de producción de las mujeres que elaboran y venden tortillas, las que les han permitido asegurar el sustento familiar. Al mismo tiempo, estas estrategias consolidan un modo de mantener y recrear la cultura en el círculo social. Si bien no es su intención principal, en su trabajo y organización familiar se construye cierta forma de identidad cultural que consolida a la comunidad misma. Entonces, “una primera definición de estrategias se entiende como la anticipación de una serie de encuentros con fuerzas antagónicas que desarrolla acciones y anticipaciones con base en condiciones cambiantes. La estrategia se plantea con base a suposiciones sobre una serie de situaciones futuras. Porque es imposible anticipar en detalle eventos cuyo control escapa al estratega. [...] Un aspecto de la situación que se presenta, es que existe una fuerza contra la cual se plantea una estrategia. En estos encuentros de fuerzas se dan secuencias variadas de anticipación-acción-reacción-resultado-nueva anticipación, etc. con una continua acumulación y rectificación del conocimiento en el proceso simultáneo de aprendizaje” (Coraggio, 1980).

A lo largo del tiempo se han acuñado distintas nociones de estrategias, de sobrevivencia (Duque y Pastrana, 1973), de existencia (Sáenz y Di Paula, 1981), adaptativas (Bartolomé, 1984), familiares de vida (Torrado, 1988) de reproducción (De Oliveira y Salles, 1989; Pepin Lehalleur y Rendón, 1989; Bourdieu, 2002), entre otras. La mayoría concibe las estrategias como mecanismos de reproducción que las familias desarrollan de acuerdo con los recursos de los que disponen, así como del tipo e intensidad de las presiones

externas. Asimismo, reconocen que estas estrategias pueden asumir formas y matices distintos en función del tamaño, composición y dinámica demográfica de los grupos (Hernández y Martínez, 2016).

En el caso particular del concepto de "estrategias de supervivencia familiar" (ESF), este fue empleado por vez primera en América Latina por Joaquín Duque y Pastrana (1973) lo definen así:

El concepto de ESF hace referencia al hecho de que las unidades familiares pertenecientes a cada clase o estrato social, en base a las condiciones de vida que se derivan de dicha pertenencia, desarrollan, deliberadamente o no, determinados comportamientos encaminados a asegurar la reproducción material y biológica del grupo. A la reproducción material —o sea, a la reproducción cotidiana de la energía gastada por los integrantes del grupo en la producción económica y/o las tareas domésticas requeridas por el consumo familiar— se asocian comportamientos conducentes a la adopción de determinadas pautas de participación en la actividad económica por sexo y edad, así como conductas migratorias tendientes a posibilitar el acceso a oportunidades de empleo que proporcionen medios de subsistencia. A la reproducción biológica —o sea, a la creación, supervivencia y desgaste de individuos miembros de la unidad familiar—, por su parte, se asocian comportamientos demográficos tales como la formación y disolución de uniones, la constitución de la descendencia (o comportamiento reproductivo) y la mortalidad. Desde este punto de vista las ESF constituyen un aspecto fundamental de la dinámica de reproducción de las diferentes clases y estratos sociales en una sociedad concreta. [...]

Definición que fue enfocada solo a los espacios con limitaciones mínimas y que derivaron otro concepto donde puede entrar actores sociales no tan limitados. Lo cual se identifica por el concepto de Estrategias Familiares de Vida (EFV). En el caso de una investigación concreta acerca de las EFV, las variables dependientes están constituidas por

aquellas acciones, prácticas o comportamientos de los agentes sociales que, estando socialmente determinados, se relacionan con: a) la reproducción biológica de los agentes, y b) la optimización de sus condiciones de existencia. En este sentido podría quizás enunciarse un concepto "general" de EFV válido para una sociedad concreta (es decir, válido para todas las clases de esa sociedad) en los siguientes términos: las EFV constituyen el conjunto de comportamientos —socialmente determinados— a través de los cuales los agentes sociales aseguran su reproducción biológica y optimizan sus condiciones materiales y no materiales de existencia. (Torrado, 1981:205)

Bourdieu (2011), distingue las estrategias de reproducción en cinco estrategias, la primera es de inversión biológica, donde por medio del control de la fecundidad se preserva el patrimonio biológico cumplen la distinción como familia, la segunda estrategia es la sucesoria por medio de la cual se cuida que se de esa transmisión patrimonial de lo material, la tercera estrategia son las educativas en el que la familia hace una inversión a largo plazo aunque no se perciba de esa manera, también en este apartado se distingue las estrategias de ética, la cual consiste en que el individuo se distinga como parte del grupo y se entregue a él. La cuarta estrategia es la de inversión económica, que busca el aumento del capital a través de las relaciones sociales que se buscan para que se dé el trabajo, el tiempo y el dinero, y a través de las relaciones matrimoniales. La quinta estrategia es la de inversión simbólica consiste en conservar y aumentar el capital de reconocimiento, además de legitimar la dominación. Todas las estrategias están cronológicamente articuladas.

Según Bourdieu (2011), las estrategias de reproducción tienen por principio, no una intención consciente y racional, sino las disposiciones del "*habitus*" que espontáneamente tiende a reproducir las condiciones de su propia producción. Entendiendo como *habitus* al conjunto de prácticas, conjunto de acciones y formas de pensar en un entorno dado, dichas acciones se reconocen dentro de un grupo determinado donde el volumen y el capital poseído son determinantes.

Sin embargo, pueden ir a la par de estrategias conscientes, individuales y a veces colectivas, que, casi siempre inspiradas por la crisis del modo de reproducción consolidado, no necesariamente contribuyen a la realización de los fines a los cuales tienden. En la medida en que tienden a reproducir el conjunto de los recursos disponibles, las Estrategias de Reproducción Social tienen como orientación objetiva la conservación o la mejora de la posición en el espacio social. Por ello, el éxito de las estrategias puestas en marcha por determinadas familias u otros grupos de agentes, depende también, indudablemente, del que consigan los otros grupos sociales, embarcados, de manera consciente o no, en la misma tarea (Gutiérrez, 2011).

La reproducción social como proceso significativo de la vida cotidiana y como proceso desigual de la vida material. Donde el primero es el cúmulo de conocimiento con el que cuenta el actor social por el continuo hacer, es lo que permite captar el sentido que le asigna a sus acciones, que le posibilita reconstruir su punto de vista y, consecuentemente, descifrar la forma en que vive e interpreta el mundo de la vida diaria y la producción y el mantenimiento de las actividades cotidianas que llevan a cabo y desarrollan actos provistos de sentido y la forma mediante la cual ese universo es recreado cotidianamente. El segundo, Reproducción social como proceso desigual. El hombre está en el mundo para hacer historia pero necesita comer, vestir un lugar para vivir, etc. que para conseguirlos se tiene que relacionar con otras personas crear formas de organización que les permitan adquirir lo que necesitan para su vida propia (trabajar para vivir) y ajena (la reproducción humana) estas relaciones son independientes de su voluntad que condicionan las circunstancias materiales y donde se crean desigualdad en distribución de recursos materiales y simbólicos que sirven de base para las acciones a desarrollar reproducción de estructuras de poder (Rizzo, 2012).

Ahora, recapitulando, para Coraggio (1980) las estrategias son la anticipación de una serie de encuentros con fuerzas antagónicas que desarrolla acciones y anticipaciones con base en condiciones cambiantes. Para Torrado su enfoque

es desde la familia que son el conjunto de comportamientos a través de los cuales los agentes sociales aseguran su reproducción biológica y optimizan sus condiciones materiales y no materiales de existencia y para Bourdieu (2011) las estrategias de reproducción las distingue en cinco aspectos, que les llama de inversión biológicas, sucesorias, educativas, económicas y simbólicas las cuales van articuladas. Donde cualquier estrategia se pone en marcha de acuerdo a la intensidad de las presiones del entorno.

Así mismo, las mujeres emplean las estrategias de acuerdo a lo que dice Coraggio (1980) anticipando sus tácticas de acuerdo a condiciones cambiantes y lo hacen desde la familia como lo dice Torrado (1981), pero no con ella sino en ella, ya que para tomar decisiones y ponerlos en práctica tiene que analizar su entorno, personal, familiar y comunitario y es ella la que da el primer paso para lograr los cambios que desee. Pero de una manera moderada paso a paso sin cambiar mucho los hábitos a los que está acostumbrada, como el estar a cargo de la familia, de la casa, del esposo, y de su modo de ser en lo social, con ese conjunto de conocimiento como lo analiza Rizzo (2012) son las que les permiten entrar en acción. Desde ese entorno como lo dice Bourdieu (2011), unas veces consciente otras veces no tanto, están actuando de una forma en la que se van fortaleciendo las familias durante su crecimiento, como lo es el buscar las forma para alimentar a sus hijos y que ellos asistan a la escuela para que tengan un lugar en la sociedad y sean conocidos y reconocidos por ellos mismos y el entorno.

Teniendo en cuenta que las estrategias que se emplean toman diferentes matices de acuerdo a quien las implementa. Se concluye que las estrategias que las mujeres llevan a cabo son de reproducción social tanto para la vida cotidiana como para la vida material ya que lo inmediato es abastecerse, porque la mayoría de las mujeres que hacen tortillas para vender comenzaron cuando ya estaban casadas, con una familia que sostener y esa actividad que es de producción les permite abastecerse. Pero antes de emprender la acción hicieron usos de su cúmulo de conocimientos que fueron el motor para

incursionar en el oficio de tortillera. Por lo tanto, las estrategias que las mujeres emplean son Estrategias de Reproducción Social.

2.2. Cultura e identidad

La palabra cultura proviene del término latino *cultūra*. Este concepto tomó el significado principal de cultivo o tendencia a (cultivarse). Así, por ejemplo, un hombre sin educación se compara metafóricamente a un campo sin cultivar; en comparación con un espíritu cultivado. Para Fischer, según la lectura de Millán, en la concepción sociológica la cultura se define como "el progreso intelectual y social del hombre en general, de las colectividades, de la humanidad" (Millán y Sociólogo, 2000).

La noción de cultura abarca los patrones de comportamiento, las cosas que se fabrican, las cosas de las que una persona se rodea; así como la forma en la que se entiende, se interpreta y transforma el mundo (Novelo, 2002, citado en Camacho *et al.*, 2019). Ahora bien, la cultura se concreta en las manifestaciones particulares de una comunidad. Y, a su vez, "el concepto de identidad encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias, que se recrean individual y colectivamente y se alimentan de forma continua de la influencia exterior" (Marcús, 2011) También Arévalo complementa y refuerza este concepto como una construcción social que se fundamenta en la diferencia, en los procesos de alteridad o de diferenciación simbólica. Y la imagen de la identidad se conforma desde la percepción interior y desde la visión exterior. Por una parte, está el cómo nos vemos (adscripción voluntaria), y por otra, el cómo nos perciben (identificación) (Arévalo, 2004:934).

Así pues, la identidad es el vínculo que relaciona a la comunidad con la cultura. La cual se va reforzando en la interacción del entorno. Y como dice Bourdieu (2011) con su "*habitus*".

Sin embargo, la cultura es más que un conjunto estático de formas de ser. También evoluciona y se transforma constantemente en la búsqueda de nuevas formas de identificarse en el mundo. “De tal manera que los hombres pueden hacer y rehacer las cosas, transformar al mundo ya que, bajo esta creencia, los hombres pueden superar la situación en que están siendo, un casi no ser, y pasan a ser un estar siendo en búsqueda de un ser más.” (Freire, 1976). En este hacer y rehacer se construyen, entorno a su modo de vida y crean su propia historia que los identifica. De tal manera que las mujeres hacedoras de la tortilla artesanal de acuerdo a su actividad conservan su cultura y se identifican ante ellas mismas, ante la familia y ante la comunidad.

2.2.1. Cultura del maíz

Por otro lado, el modo de subsistencia del ser humano en la antigüedad, se basaba en la caza y recolección de plantas. Mediante la observación y la práctica surge la agricultura domesticando plantas y animales. Arte que permite producir nuestros alimentos saludables cultivados con nuestras propias manos (Mariaca, 1997). La domesticación de plantas y animales implica la producción de nuevas variedades, e incluso de especies, al entrecruzar y combinar características de individuos diferentes, lo que en sentido estricto corresponde a la creación humana de biodiversidad (Durand y Neyra, 2010). Entre estas plantas está el maíz ya que el hecho de que los granos no se desprendan solos de la mazorca hace de la reproducción de la planta un aspecto que depende de la intervención de los seres humanos, quien debe sembrarla y procurar su crecimiento (Vela, 2011), así como del trabajo de las mujeres que a través de los años se han encargado de transformarlo en alimento para ser digerido principalmente en tortilla (Filcher, 2001), este proceso de domesticación, comenzó aproximadamente 11,000 años a.C. En Mesoamérica, por las condiciones ambientales, se origina posiblemente en los valles intermontanos del centro de México en Tehuacán, Puebla, o en las áreas bajas del suroeste, en la cuenca del Balsas. Y desde hace 9000 años ya existía la agricultura con la milpa como se conoce en la actualidad (Villarreal y Marín, 2008). La cultura

mesoamericana, entonces, tiene al maíz como elemento central desde su origen. El desarrollo de la agricultura y de las variedades del maíz es, también, el desarrollo de la cultura misma. Es por ello que, según la región, se han originado distintas variedades de maíz que forman parte de las variaciones culturales propias de cada grupo socio-cultural. En la actualidad, la conservación de estas variedades de maíces depende de los usos que le dan de acuerdo a las costumbres de quien lo cultiva.

Es importante mencionar que el maíz en las zonas rurales es sembrado en el sistema milpa que permite la asociación con el frijol y la calabaza, lo cual brinda una alimentación completa para quien lo cultiva. Aprovechando el corte en cada etapa de su crecimiento, así como todo tipo de quelites que se dan en conjunto y alrededor de la misma (Álvarez-Buylla *et al.*, 2011).

El maíz para su reproducción es seleccionado después de la cosecha. En casa durante su desgrane, se aprovecha para escoger las cualidades físicas de la mazorca que será para la siembra futura. “En algunas fiestas tradicionales como la del jueves de *Corpus Christi*, en la zona purépecha y cuenca del lago de Pátzcuaro en el Estado de Michoacán, en que la tradición dicta que cada oficio ofrezca parte de lo producido, los campesinos aprovechan para hacerse de mazorcas con semillas que tengan potencial, de acuerdo con sus intereses y lógica productiva.” (Alarcón-Chaires, 2013). Además de los intercambios o compras que se hacen entre los agricultores es como se conservan las semillas de maíz y todas sus variedades. Es importante resaltar que en estas fiestas para el agricultor y la mujer tortillera son espacios, donde también se refuerza su identidad y los enorgullece.

Cada variedad de maíz tiene su uso en un día común o un día especial. Se preparan los alimentos de acuerdo con sus costumbres. Por ejemplo, las tortillas y *corundas* con maíz blanco y azul; pinole con maíz amarillo, pozole con maíz rojo, atole con maíz negro, tamales con maíz blanco y un sin fin de antojitos que son un verdadero manjar y aporte nutrimental. Novo (2013:5) inicia su libro de *La cocina mexicana* describiendo la dieta de los bebés indígenas.

Esto tenía que ver con un consumo progresivo de pedazos de tortilla. En la zona lacustre de Pátzcuaro las mamás les dan a sus hijos como primer alimento pedazos de tela de tortilla ¹³ remojada en el caldo de frijoles recién cocidos. Lo que indica que desde que el niño comienza a saborear los alimentos, se le está induciendo al consumo de los productos de la milpa, a una alimentación sana y con ello a la cultura que lo rodea.

2.2.2. Cultura de la tortilla

La tortilla, *ichúskuta* en Purépecha y *tlaxcalli* en náhuatl, es el alimento tradicional de los mexicanos. Pero por la estrecha relación de su producción con las comunidades campesinas ocupa en ellas un papel central de identidad cultural. La tortilla está presente en Mesoamérica desde el tercer milenio antes de Cristo. Ya que existen rastros antiguos en México, donde se muestran las figuras de las mujeres inclinadas en los metates moliendo granos de maíz (Florescano y García, 2004).

La cantidad de cal, la exposición al fuego y el tiempo de remojo del maíz son procesos clave para lograr una masa con consistencia. Una vez hecho esto, se solía moler en el metate. Hacer masa para la tortilla era un arduo trabajo por requerir fuerza y varias horas al día. Una vez logrado el molido fino deseado se le daba la forma de tortillas redondas y delgadas, se cocían en un comal y se guardaban calientes en una canasta, protegidas con una servilleta. Este procedimiento se realizaba todos los días de dos a tres veces (Florescano y García, 2004). Actualmente el tiempo invertido en hacer tortillas ha disminuido por la introducción de los molinos de nixtamal¹⁴, aunque el metate aún está presente es usado solamente para remoler la masa y lograr una textura más fina. La cultura manifestada en la tortilla se mantiene y se conserva en la actualidad a través de las redes de producción y consumo que adoptan métodos nuevos sin perder su esencia.

¹³ Es la parte más delgada de la tortilla, la cual se desprende cuando se inflama.

¹⁴ Son parte del sistema tradicional (Orozco, 2007).

2.3. Tradición artesanal

Según Arévalo la tradición es la permanencia del pasado vivo en el presente. Que se transmite socialmente. La experiencia del pasado se hace en el presente. Este se actualiza continuamente. La tradición, en su perpetuación, está continuamente recreándose, asumiendo nuevas funciones y significados según las contingencias dentro del contexto de la sociedad global (Arévalo, 2004:928).

Por otro lado, un producto artesanal deriva de la aplicación de una habilidad desarrollada en alto grado por la artesana, que ha sido adquirida por el impulso de hacer bien las cosas. Es entregarse en cuerpo y alma para que el trabajo que resulte sea de calidad y sentirse orgullosa del mismo. Donde no sólo implica la calidad final del producto sino la cualidad misma del propio trabajo que es necesario para su elaboración (Camacho *et al.*, 2019).

Lo que caracteriza a los productos artesanales es que se trabajan desde el seno familiar en el que cada integrante participa en mayor o menor medida, lo cual permite que el conocimiento sea transferido a través de generaciones por medio de la convivencia en la práctica. Estos productos son reconocidos y revalorados en los eventos o rituales del medio social, los cuales están sujetos para toda la vida, a la aprobación (o desaprobación) del gremio (ibídem).

El alimento artesanal es contenedor no sólo de las propiedades del ambiente físico, sino también de las particularidades de los procesos de elaboración otorgadas por cultura local a manera de un saber-hacer exclusivo, colectivo e histórico. La producción de alimentos artesanales debe entenderse pues como una actividad de sustento en términos amplios; es decir, como una actividad que contribuye al desarrollo del mundo de vida de las personas, y las familias, como es el caso de la tortilla artesanal que las mujeres de Uricho elaboran de acuerdo con las prácticas que ellas emplean día con día.

2.4. Economía rural

La economía rural o campesina tiene como unidad de producción y consumo la unidad doméstica. Esa unidad promueve la fuerza de trabajo (trabajo familiar); ya que la familia es la unidad de producción, no hay diferenciación de trabajo que va más allá por edad y por sexo: así toda la familia cumple un rol fundamental en el proceso productivo en el que cada uno de los miembros tiene tareas específicas en la medida que determinados trabajos requieren mayor o menos fuerza física. Puesto que la unidad de producción es la unidad de consumo, no se busca una especialización de la producción con criterios de utilidad en el mercado (producción de mercancías), sino la reproducción de la unidad familiar. Es el objetivo diferente, que conlleva una racionalidad campesina, definitivamente distinta a la racionalidad del mercado (Witt y Gianotten, 1989:256) este tipo de economía cada día va disminuyendo.

En la economía rural se toman elementos, que en la economía convencional han sido totalmente ignorados. Por ejemplo, en una hectárea de cultivo de maíz y frijol lo que tiene valor, según la economía convencional, es la cantidad de kilogramos de maíz y frijol que se ha producido; el resto sale sobrando. Sin embargo, para el campesino tradicional todo es útil, incluidas las malezas, las cuales son aprovechadas para consumo humano y animal (Hernández-Xolocotzi, 2007). De esta manera la valoración, uso y aprovechamiento de los recursos con que se cuentan permite la sobrevivencia de las unidades familiares.

La economía familiar presenta constantes cambios marcados por las decisiones que toman las empresas que controlan la producción de agroquímicos, semillas modificadas, etc. Control que ejercen, además, con la ayuda de políticas y legislaciones creadas en su favor. Los ingresos de las familias rurales dependen cada vez menos de la producción agrícola y se han derivado hacia el sector secundario y terciario. Esta transición no solo depende del sistema político-económico que les presiona sino de las decisiones que se toman dentro de la unidad familiar. Por ejemplo, este cambio parte de un individuo que está

dentro de una familia y toma decisiones, activo y “flexible” ya que contempla la carga sociocultural y de tradición del individuo que va transformándose con el tiempo. En la búsqueda de estrategias para alcanzar sus aspiraciones, los individuos, afectados por su contexto, toman las decisiones que consideran mejores para asegurarse el sustento. Estas decisiones, tomadas en un contexto sociopolítico determinado, los insertan en una amplia variedad de formas de explotación laboral y familiar.¹⁵ Mostrando así, que en el mundo rural el trabajo y el ingreso son cada vez menos agrícolas, las formas de vida cada vez más urbanas y la idea de bienestar cada vez más occidental, sin embargo, el núcleo duro de la condición campesina se mantiene (Bartra, 2014). Como es el caso de algunas de las familias donde toda la familia participa en la recolección de leña, pues ello implica ir al monte a buscar, recoger, cargar para llevar a la casa y guardarla para después hacer uso de ella, aunque la mujer es la encargada de hacer los alimentos, estos se cocinan con la leña que tiene que estar lista para quemar. Actividad asignada al hombre pues esta requiere de mayor fuerza física, así en menor y mayor grado se da la participación familiar. Ahora bien, cuando la mujer sale a vender las tortillas y el hombre se queda en casa, además de estar al cuidado de los hijos, también él aprovecha para hacer arreglos a la casa. Así cada familia se organiza de tal manera que se le facilite adquirir un valor más a lo que producen, en este caso la tortilla artesanal.

2.5. Cadena agroalimentaria tortilla

Por el otro lado, “la cadena agroalimentaria o cadena de producción es un sistema que agrupa actores económicos y sociales interrelacionados que participan articuladamente en actividades que agregan valor a un bien o servicio, desde su producción hasta que este llega a los consumidores, incluidos los proveedores de insumos y servicios, transformación,

¹⁵ Véase: Pérez, C. V. 2014.

industrialización, transporte, logística y otros servicios de apoyo, como el de financiamiento (García-Winder *et al.*, 2009).

Para Herrera “la cadena agroalimentaria se entiende como el conjunto de los actores involucrados en las actividades de producción primaria, industrialización, transporte y comercialización, distribución, consumo y la provisión de insumos y de servicios” (Herrera, 2001).

Actualmente se identifican tres cadenas de elaboración de tortilla: el milenario artesanal (nixtamalización de maíz, elaboradas a mano y cocidas con leña), el de tortillerías mecanizadas (elaborada en máquinas industriales, de venta en establecimientos conocidos como tortillerías) y el industrial de tortilla fría (con vida de anaquel amplia por la adición de conservadores) (CEDRSSA, 2014).

III. MARCO REFERENCIAL

3.1. Ubicación geográfica y contexto social

Michoacán se encuentra en la parte oeste de la República Mexicana (Figura 1), entre los ríos Lerma y Balsas, el lago de Chapala y el Océano Pacífico. La superficie territorial de esta Entidad Federativa es de 58, 599 km², lo que representa el 3% de todo México. Colinda al Norte con el Estado de Jalisco, Guanajuato y Querétaro; al Este con Querétaro, México y Guerrero; al sur con Guerrero y el Océano Pacífico; al Oeste con el Océano Pacífico, Colima y Jalisco. (Raya, 2017).

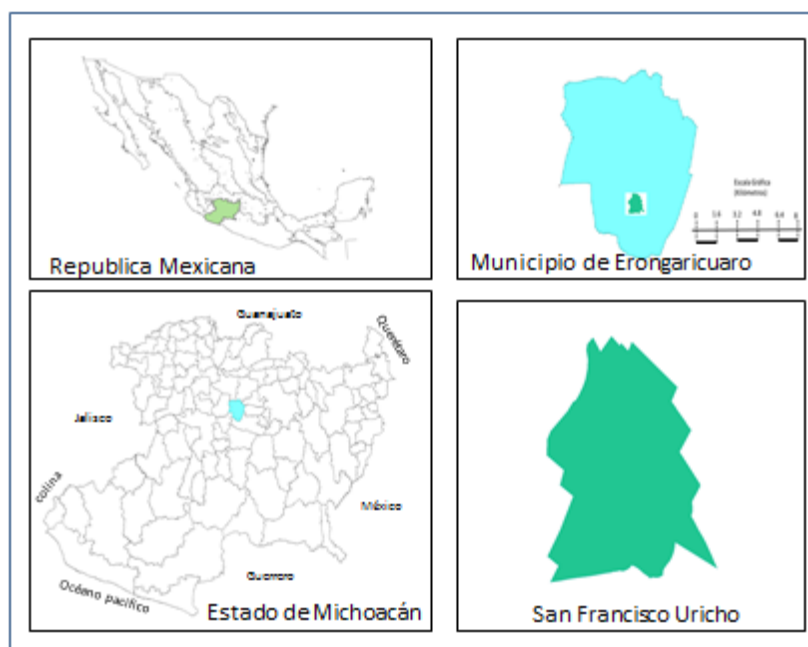


Figura 1. Ubicación.

Fuente: Elaboración propia INEGI 2010.

En Michoacán el 54.5 % del Estado el clima es cálido subhúmedo, localizado en la planicie costera del Pacífico y Sierra Madre del Sur, el 29 % templado subhúmedo en eje neovolcánico, 15 % seco y semiseco, localizado en las partes bajas y medias de la depresión del Balsas y Tepalcatepec, 1 % templado húmedo y el 0.5 % cálido húmedo se presentan regiones altas de eje

neovolcánico. La temperatura media anual es de 20 °C, las temperaturas más bajas se presentan en el mes de enero es alrededor de 8 °C, la temperatura máxima promedio es de 31 °C y se presenta en los meses de abril y mayo (Ibíd.:52).

Michoacán lugar de asentamiento de la cultura Purhépecha, abarca trece municipios de este estado, ubicado en el centro-oeste de la República Mexicana. Los purépecha constituyen uno de los 52 grupos étnicos que hay en México. Éstos ocupan cuatro zonas: “la Cañada de los Once Pueblos”, “La Ciénega de Zacapu”, “la Sierra Purépecha” y “la Zona Lacustre” (Álvarez y Dietz, 2009). El presente estudio está dentro de la “Zona Lacustre” de Pátzcuaro (Figura 1 y 2). El maíz ha estado presente desde hace aproximadamente 5000 años (Watts y Bradbury, 1982), actualmente se encuentra en la cuenca 8 razas de maíces de los cuales algunos de sus principales usos es la elaboración de tortillas (Rodríguez, 2015) para consumo y para venta. En los hogares de esta región, incluidos los urbanos, se usa la leña como principal combustible. En las comunidades rurales este porcentaje asciende al 58 % y un 42 % usa gas. En este contexto la leña sigue siendo un recurso estratégico, especialmente en los talleres donde se manufactura tortilla para la venta (De la portilla *et al.*, 2016).

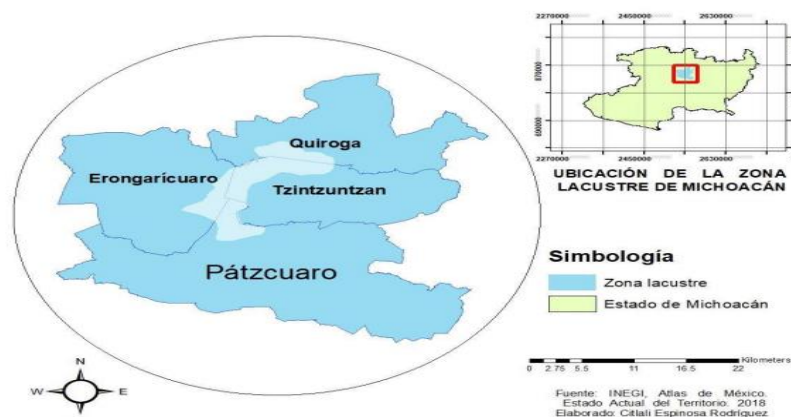


Figura 2. Localización y ambiente.
Fuente: INEGI 2010 Espinosa 2019.

La cuenca del Lago de Pátzcuaro comprende los municipios de Pátzcuaro, Tzintzuntzan, Quiroga y Erongarícuaro, principalmente, y en menor superficie a los municipios de Tingambato y Salvador Escalante.

El lago de Pátzcuaro se localiza dentro de la cuenca del mismo nombre, entre las coordenadas 19° 27' a 19° 44' de latitud norte y entre los 101° 26' a 101° 53' de longitud oeste. A una altura de 2040 metros sobre el nivel del mar. La cuenca es del tipo endorreica y se sitúa dentro de la subprovincia neovolcánica tarasca perteneciente al eje Neovolcánico Transversal. El clima en la cuenca es templado y subhúmedo, con lluvias de verano. Una temperatura media anual $14^{\circ}\text{C} < T < 20^{\circ}\text{C}$ y una precipitación media anual histórica del periodo 1963-2003 entre $900\text{ mm} < P < 1\ 140\text{ mm}$. La geomorfología de la cuenca da origen a cinco climas, 18 tipos de suelos y tres tipos de bosques mixtos: pino-encino, de pino (*Pinus*), encino (*Quercus*) y de oyameles (*Abies religiosa*), y cuatro especies arbustivas, incluso asociaciones de huizache-mezquite. La agricultura ocupa el 40% de la superficie de la cuenca y los cultivos se ubican en la ribera del lago y la zona al pie de monte (González-Sosa, *et. al.*, 2010).

El lago de Pátzcuaro puede considerarse como un lago tropical de montaña, con una profundidad somera y variable debido a su topografía y la gran dinámica del proceso erosión-sedimentación; la longitud y anchura máxima son de 20 y 10 km, respectivamente. Las profundidades varían entre 2 y 4 m en la fracción sur y sureste (Ihuatzio y Erongarícuaro), y 12.5 m en el sector oriente (Quiroga). En la zona denominada cuello del lago, donde se localizan las islas de Janitzio, Tecuén, Yunuén y La Pacanda, la profundidad es de 5 m. (*Ibíd.*).

Los suelos son de varios tipos: Andosol, Luvisol, Litosol, Acrisol, Gleysol, Rankers, Vertisol y Feozem. En su mayoría se trata de suelos jóvenes en proceso de formación y con alta susceptibilidad a la erosión (*Ibíd.*).

3.1.1. Población en la Zona Lacustre de Pátzcuaro

En el periodo prehispánico en la cuenca del lago de Pátzcuaro, se distinguían tres regiones a través de los centros de intercambio comercial, del lado norte el mercado de la comunidad de Asajo atendía a 13 mil 655 habitantes, del lado Este en Tzintzuntzan el mercado servía a 55 mil 530 habitantes y de lado Sur el de Pareo lo usaban 32 mil 820 habitantes (Espinosa, 2007).

Actualmente, en los cuatro municipios principales de la cuenca, existen un total de 224 (localidades y colonias): 28 en Erongarícuaro, 124 en Pátzcuaro, 27 en Quiroga y 45 en Tzintzuntzan (SEDESOL, 2010), con una población total de 150,850 habitantes para el 2015. El municipio de Pátzcuaro concentra 62 % de la población de la zona lacustre, seguido por Quiroga con un 18 % y el municipio de Erongarícuaro y Pátzcuaro con un 10 % cada uno (INAFED, 2020).

La tenencia actual de la tierra en este importante centro cultural es reflejo de las luchas ocurridas por siglos, por lo que se ha configurado un intrincado mapa donde coexisten varios tipos de propiedad, y por tanto de predios con manejo diferenciado. En total, en la Cuenca del Lago de Pátzcuaro existen los tres tipos de tenencia en los siguientes porcentajes: un 39,5 % de tierras comunales, un 28,3 % de ejidos (individuales y colectivos) y un 32 % de propiedad privada (Álvarez y Dietz, 2009). Además, existe la propiedad federal en el área que cubre el lago. Es de destacar la existencia de una mayor cantidad de tierra bajo propiedad colectiva (ejido y comunidad), debido a la decisión de las comunidades indígenas por conservar sus formas de propiedad como parte de sus costumbres (Orozco, 2007).

México tiene un total de población indígena de 12 millones 25 mil 947 personas, que constituye el 10.1 % de la población nacional. En el que el Estado de Michoacán se identifica como uno de los estados con más mujeres indígenas que hombres (IMPI, 2017). Y la comunidad de San Francisco Uricho aún se

distingue como comunidad indígena, aunque el idioma lo conserve sólo los mayores de 60 años (Torres R. 69 años).

3.1.2. Actividades económicas de la Cuenca del Lago de Pátzcuaro

El potencial económico se basa en el grado de intervención humana sobre los recursos naturales. (Álvarez y Dietz, 2009). Hay evidencias de que en la cuenca del lago de Pátzcuaro se han desarrollado más de tres mil ciclos agrícolas, pero es a partir del siglo XI que aparecen los grupos que dieron lugar a la Cultura Purhépecha, la cual ocupaba un lugar importante a la llegada de los españoles en el siglo XVI. A lo largo del tiempo, los descendientes de esta cultura han tenido en el lago de Pátzcuaro una privilegiada zona de refugio y de aprovechamiento de los recursos naturales (Ruíz-Sevilla y Chacón, 2004).

A parte de la agricultura en la cuenca de lago de Pátzcuaro las actividades más comunes son la pesca, las artesanías, el comercio y los recursos forestales (Dietz, 1999), además de la emigración (Durand, 1993) y la prestación de servicios en general (Orozco, 2007).

La agricultura es uno de los procesos productivos tradicionales que mantiene una lógica campesina y está integrada a los ciclos rituales y festivos de las comunidades (Orozco, 2007). De acuerdo con el tipo de tierra y de la humedad que guarda, se distinguen las tierras de humedad, tierras de temporal y las tierras de riego, así como su manejo de año y vez o año con año (Villamar *et al.*, 2012). Este tipo de manejo requiere de organización y acuerdos comunitarios (Orozco, 2007), de lo contrario acarrea grandes pérdidas en el cultivo por estar más susceptible a plagas, daño por animales de pastoreo o robo de la producción.

Los cultivos asociados del ciclo primavera-verano son el maíz, el frijol, calabaza y el haba mientras que en el ciclo otoño-invierno se cultiva avena, janamargo, trigo, lenteja, haba y alfalfa conocido como cultivo de rotación (Villamar *et al.*, 2012), los ribereños siembran en menor escala hortalizas y frutas. Se aprecia

que los cultivos que predominan en la región son granos básicos (Ruíz-Sevilla y Chacón, 2004). Donde la mayoría fertiliza con químicos, sin embargo, aún se pueden encontrar aquellos que incorporan estiércol de bovino y equino, compostas y foliares elaborados por ellos mismos. Actualmente para la siembra de los productos del campo combinan el uso del arado y el tractor.

Las tierras más alejadas de la comunidad actualmente se han dejado de sembrar, porque ya no son redituables aunque la visitan de vez en cuando, ya no son sembradas, incluso algunas son rentadas para plantación de aguacate. Que desde el año 2007 ya fue alcanzada la cuenca por franja aguacatera aunque en menor grado que en la Meseta Purépecha (Burgos et al., 2011). Así como también ya son sembradas de frutillas (la figura 3 y 4) muestra los invernaderos que hay en el municipio de Erongarícuaro.

La actividad ganadera está estrechamente ligada con la agrícola, aproximadamente el 30 % de la superficie total son pastizales aprovechados por el ganado bovino y equino. Se trata de pastizales naturales cuya población se ha debido a la remoción del bosque. El aprovechamiento de estos pastos es extensivo y funciona como complemento alimenticio del ganado (Ruíz-Sevilla y Chacón, 2004). Para el 2020 el municipio de Erongarícuaro cuenta con 7364 cabezas de ganado bovino registrados, la comunidad de Jarácuaro ocupa el primer lugar con aproximadamente 2500 cabezas, Erongarícuaro en segundo lugar con 2364 y San Francisco Uricho con 2000 cabezas, el resto de las comunidades registran menos de 50 cabezas. (Asociación ganadera local de Erongarícuaro, 2021).

El ganado bovino en su mayoría son animales criollos de doble propósito (para la producción de carne y leche), que en la temporada de lluvia pastan libremente en las tierras de uso común. El mercado de la carne y la leche es local y regional y organizado a través de intermediarios (Orozco, 2007).

El aprovechamiento forestal es para madera de aserrío, postes y una pequeña porción para leña. En tanto que en lo referente a productos no maderables se extrae resina (Ruíz-Sevilla y Chacón, 2004).



Figura 3. Ubicación geográfica del municipio de Erongarícuaro.
Fuente: INEGI 2010.

3.1.3. Ambiente natural en San Francisco Uricho

San Francisco Uricho es una comunidad Purhépecha ubicada al suroeste de la cuenca del Lago de Pátzcuaro con una altitud de 2040 msnm. Perteneció al Municipio de Erongarícuaro. La distancia a su cabecera municipal es de 2 km y a la ciudad de Pátzcuaro es de 20 km por carretera pavimentada, son con estos dos municipios con los que tiene su principal intercambio comercial y en menor grado con el municipio de Tingambato específicamente con la comunidad de Pichátaro por ser la comunidad vecina.

La comunidad de Uricho colinda al este con Arocutín; al oeste con San Francisco Pichátaro; al norte con el lago de Pátzcuaro, al sur con la comunidad de Ajuno, al noroeste con el Municipio de Erongarícuaro y al suroeste con la comunidad de Santa María Huiramangaro (Rodríguez, 2015).

El Clima es húmedo con lluvias en verano. Temperatura media anual de 16.6°C a 17.4° C. Precipitación anual de 1000 a 1029 mm, heladas tempranas de octubre a enero. El granizo se presenta de 2 a 4 días al año acompañado de viento durante el mes de junio y julio. Los suelos están dominados por Andosol, Andosol húmico y Cambisol, profundos y pendientes mayores de 5% (Pérez, 2008). La cobertura vegetal está cubierta con bosque de pino y encino, además

de que la comunidad cuenta con malpaís donde los pedregales cumplen un papel importante en la diversidad de flora y fauna (Rodríguez, 2015).



Figura 4. Localización geográfica de la comunidad de San Francisco Uricho.
Fuente: INEGI 2020.

3.1.4. Ambiente social de San Francisco Uricho

En 1920 la comunidad fue dotada de 512 hectáreas, y en 1936 se da la ampliación de más tierras con 824 hectáreas, para este tiempo el total de agricultores era de 203 con un promedio de 3.5 hectáreas de tierra cultivables y 6 pastizal cerril por persona (Rodríguez, 2015:20). La comunidad cuenta con pozo profundo que abastece a la comunidad por medio de tubería.

Datos de la Secretaría de Pueblos Indígenas indican que San Francisco Uricho es una comunidad purhépecha fundada el 1 de febrero de 1856, por el decreto del 1 de diciembre de 1855, (Secretaría de Pueblos Indígenas 2008; citado en *Ibíd.*, p.19). Y la fachada de la iglesia de la comunidad tiene fecha de 1606. Uricho deriva de la palabra Uricha que en purépecha significa lugar de artesanos. La comunidad se divide en dos barrios: distinguiéndose como el de barrio de arriba y el de abajo (*Ibíd.*, p.19).

San Francisco Uricho tiene un total de 2017 habitantes, 1015 son masculinos y 1056 femenino. Dentro de todos los pueblos del municipio ocupa el tercer lugar en cuanto al número de habitantes. Se encuentra a 3 km de la cabecera municipal (INEGI, 2020). Cuenta con 600 familias (lista de cooperación de la comunidad, 2020).

La organización comunitaria está dividida en tres ámbitos de gobierno: el civil, el ejidal y el religioso. Estas tres estructuras tienen funciones definidas tanto por las tradiciones (usos y costumbres) como por el marco legal. La autoridad civil recae en el Jefe de tenencia, enlace entre la población y la Presidencia Municipal de Erongarícuaro. El Jefe de Tenencia es elegido cada año por toda la comunidad en asamblea y a mano alzada. La autoridad Ejidal está conformada por el Comisariado Ejidal, quien tiene a su cargo todos los asuntos relacionados con las tierras ejidales y el aprovechamiento del bosque. La tercera estructura es la religiosa que se basa en el sistema de cargos tanto para la fiesta principal como para las que se realizan en cada barrio a lo largo del año.

Las actividades económicas más importantes de la comunidad son la agricultura, la ganadería, la albañilería, los bordados, recolección de leña y la elaboración y venta de tortilla hechas a mano (Rodríguez, 2015) Las actividades ligadas al campo se han ido reduciendo a causa de los bajos precios de los productos, en especial del maíz. (Barrera-Bassols, 2003 citado en Orozco, 2007). El apoyo del gobierno a los adultos mayores y las remesas son aportes importantes a la economía familiar.

La comunidad comenzó un proceso de urbanización entre los años 60 y 70 con la instalación de la escuela primaria, la construcción de la carretera Pátzcuaro-Erongarícuaro y la introducción de la energía eléctrica¹⁶. La urbanización se ha acelerado en los últimos años con el cambio de actividad productiva principalmente la albañilería, el crecimiento de la población y la incorporación de nuevos valores por la migración y la educación formal. Los servicios con los que se cuenta son: energía eléctrica, teléfono e Internet, agua entubada, calles pavimentadas, así como caminos asfaltados que la comunican con los pueblos de la Meseta Purhépecha y la capital.

¹⁶ Ziramba, M. (2020)

Respecto al abasto de alimentos, cada martes ocurre un mercado ambulante en la cabecera municipal. Cuando las mujeres van a hacer sus ventas a la ciudad de Pátzcuaro, aprovechan para hacer sus compras en el mercado, el cual está en servicio toda la semana. Los martes y viernes ahí en Pátzcuaro se realiza un mercado de trueque (Arellanes, 2021; Vera, 2021), donde algunas de las mujeres de la comunidad de Uricho participan llevando sus tortillas para cambiarlas por verdura, fruta, pescado etc. En el mercado de cambio participan los comerciantes que regresan de la región de tierra caliente de vender verdura comprada de la central de abastos y lo que les sobra la cambian. También participan las mujeres de las comunidades ribereñas que producen en pequeñas cantidades ellas cambian maíz, fruta, flores de ornato, pescado, etc. y las mujeres tortilleras cambian sus tortillas por lo que necesitan en su hogar, lo más común son jitomates, cebollas y chiles. Aunque algunas mujeres se abastecen en los municipios, aprovechando sus salidas. También entran a la comunidad vendedores que ofrecen diversos productos como lo son: leche fresca de Erongarícuaro, pan artesanal de la comunidad de Pichátaro, pescado fresco de la isla de Urandén entre otros; sin dejar de mencionar que dentro de la comunidad aparte de las tiendas de abarrotes hay diversos puntos de venta que funcionan principalmente los fines de semana en los que se venden una variedad de antojitos, donde destacan las enchiladas, el atole de diversos sabores, así como los tamales. Puntos de venta que aumentaron con la pandemia provocada por el Covid-19. Cabe aclarar que, aunque en la comunidad siempre hay puestos que venden antojitos, las ventas son locales y temporales.

3.2. El maíz

3.2.1. Contexto internacional

El maíz que desde la antigüedad ha sido usado para consumo humano y animal actualmente, es usado para una diversidad de productos industrializados hasta convertirlo también en biocombustible. Por su multiplicidad de usos este grano se ha escaseado en algunos lugares (SE, 2012).

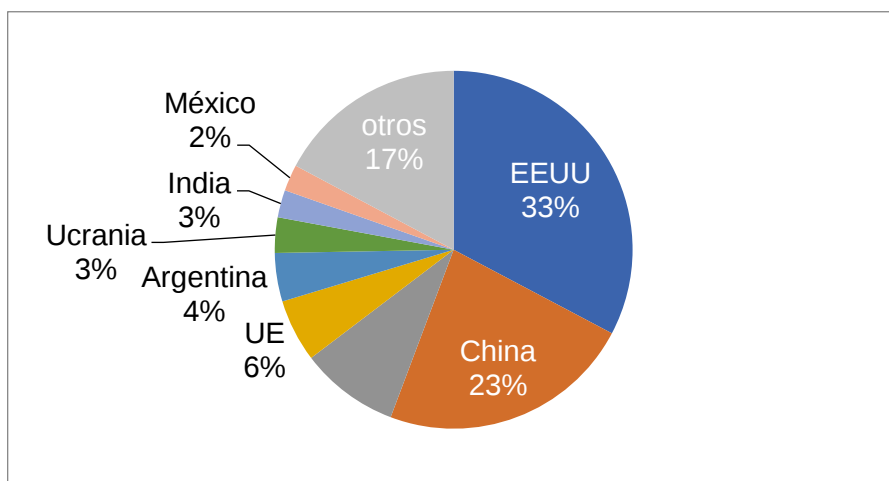


Figura 5. Porcentaje de producción de maíz en los principales países productores.

Fuente: Maluenda (2019).

Aunque se cosecha a nivel mundial cerca de 1119 millones de toneladas de maíz (Cuadro 1), se distingue los Estados Unidos como el principal productor con una mayor participación (33 %), seguido de China (23 %), Brasil (9 %), Unión Europea (6 %), Argentina (4 %), Ucrania e India (3 %) y México (2 %) (Figura 5).

Cuadro 1. Producción de maíz: principales países productores (Mt).

	2018/2019
EEUU	366.3
China	257.3
Brasil	100
UE	63.4
Argentina	49
Ucrania	35.8
India	27.8
México	26.7
otros	192.7
Total	1119

Fuente: Maluenda (2019).

Para el 2019 los principales países consumidores son Estados Unidos, China, Unión Europea, Brasil y en quinto lugar está México con 43.9 millones de toneladas (Cuadro 2).

Cuadro 2. Consumidores de maíz en los principales países (Mt)

	2018/2019
EEUU	309.9
China	275
UE	87
Brasil	66.5
México	43.9
India	29
Egipto	16.2
Japón	15.5
Argentina	138
Otros	151.3
Total	1132.3

Fuente: Maluenda (2019).

Se observa de manera general la producción y consumo de los principales países oferentes, así como el excedente de maíz. Donde México produce 26.7 millones de toneladas y necesita 17.2 millones de toneladas más de lo que produce.

El cuadro 3, muestra que México es uno de los cinco países que más grano consume de lo que produce. Siguiendo a Estados Unidos, China, Brasil, Unión Europea y Argentina. Seguido por la India con 29 millones de toneladas.

Cuadro 3. Maíz: producción, consumo y excedente (Mt).

2018/2019			
	Producción	Consumo	Excedente
EEUU	366.3	309.9	56.4
China	257.3	275	-17.7
Brasil	100	66.5	33.5
UE	63.4	87	-23.6
Argentina	49	138	-89
India	27.8	29	-1.2
México	26.7	43.9	-17.2
otros	192.7	151.3	41.4
Total	1083.2	1100.6	-17.4

Fuente: Elaboración propia con datos de USDA, 2020.

A nivel mundial la demanda de maíz aumentó después del 2008 con el uso de etanol. En el que el flujo comercial internacional se da sólo entre algunos países mostrados en el cuadro 4. Donde evidentemente Estados Unidos y Brasil son los mayores exportadores.

Cuadro 4. Exportación de maíz de los principales países (Mt).

	2018/2019
EEUU	58
Brasil	32
Argentina	29
Ucrania	29.5
Otros	19.5
Total	168

Fuente: Elaboración propia con datos de USDA, 2020.

Los principales importadores se ubican tres de los principales países, en primer lugar la Unión Europea, seguido por México como segundo lugar y Japón en tercer lugar (Cuadro 5).

Cuadro 5. Importación de maíz de los principales países (Mt).

	2018/19
UE	23.5
México	17.5
Japón	15.5
Otros	111.5
Total	168

Fuente: ídem.

Este incremento de importación puede tener su origen en diversos factores, entre los más importantes destacan niveles bajos en los inventarios derivados del efecto del cambio climático sobre la producción en algunas regiones, el uso no alimentario del maíz (etanol), los precios de la energía, insumos (fertilizantes) y el transporte, una demanda creciente en países con renta media, restricciones al comercio internacional y la especulación (SE, 2012).

Cuadro 6. Los seis principales mercados de exportación de maíz de EE. UU.
(Valores en millones de USD)

	2019
México	2,730
Japón	2,001
Colombia	683
Corea del Sur	359
Canadá	349
Taiwán	228
Otros	1302
Total	7,652

Fuente: Elaboración propia con datos de USDA 2020.

México es el principal consumidor de Estados Unidos representado el 36 % (2,730 millones de dólares) de su mercado de exportación, seguido de Japón con un 26 % (2,001 millones de dólares), Colombia con 9 % (683 millones de dólares), Corea del Sur 5 % (359 millones de dólares), Canadá con 4% (349 millones de dólares) y Taiwán con 3 % (228 millones de dólares) (Cuadro 6 y Figura 6).

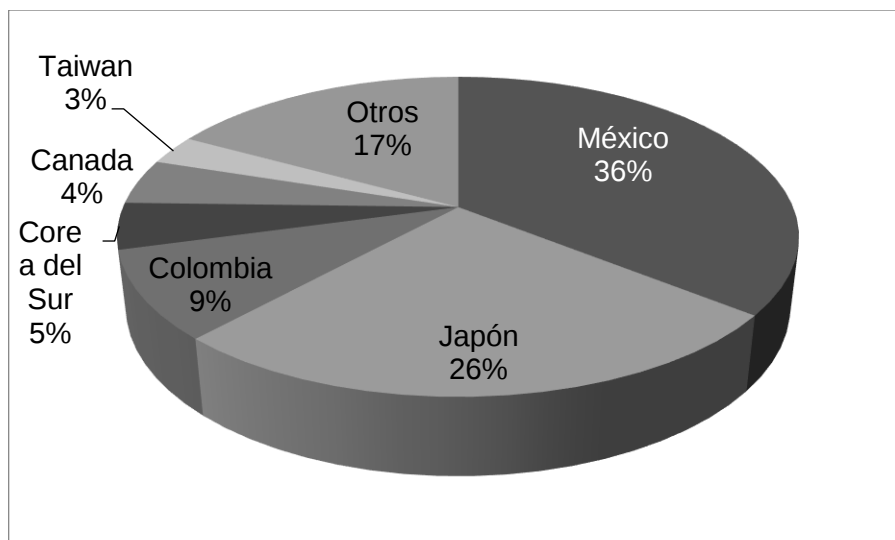


Figura 6. Porcentaje de los principales mercados de maíz de EE. UU.
Fuente: Elaboración propia con datos de USDA 2020.

3.2.2. Contexto Nacional del maíz

En México en el año de 2019 se cultivaron en tierras de temporal alrededor de 10 millones de hectáreas, de las cuales 5 millones 800 mil ha. fueron sembradas de maíz (58.4 %), seguidas por frijol con 1,181 mil ha (11.7 %), avena forrajera verde con 588 mil ha (5.8 %) y el sorgo con 547 mil ha (5.4 %) y el resto de los cultivos ocupan 1 millón 865 mil ha. (19 %) (SIAP, 2020). Se observa que el maíz aun ocupa los primeros lugares en superficie (Figura 7).

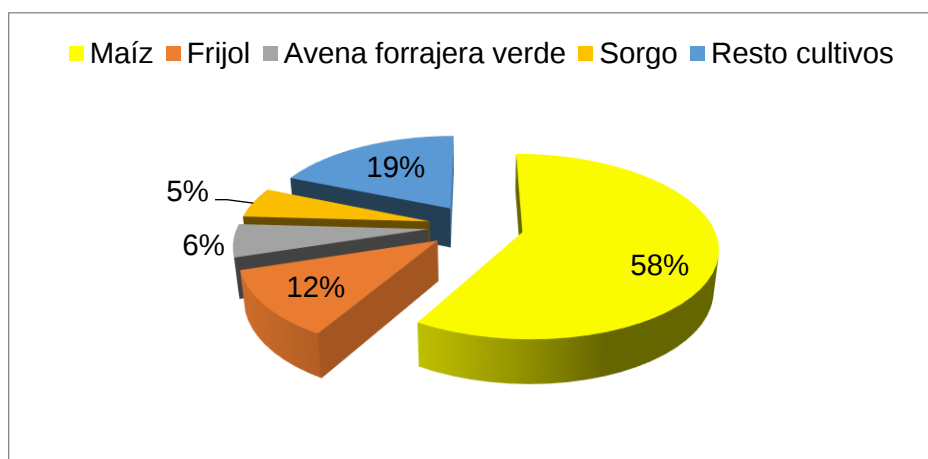


Figura 7. Tierras de temporal a nivel nacional.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos SIAP, 2020.

La producción de maíz anual en el país es de 12 millones de toneladas en promedio. En México la producción nacional ha sido insuficiente para cubrir las necesidades de consumo interno. México es deficitario en maíz por cerca de 7.9 millones de toneladas anuales promedio en los últimos 5 años, las cuales han sido cubiertas con importaciones de maíz amarillo provenientes principalmente de los Estados Unidos y que se destinan principalmente a las industrias de alimentos balanceados para el sector pecuario, almidones, frituras y botanas y cereales para el desayuno.

El cultivo de maíz en México es producido en tierra de riego y de temporal, la producción de riego es la sexta parte del país del norte y presenta rendimientos de 7 toneladas por hectárea, cercanos incluso a los de los EE.UU.; y por otro, la mayor parte de la producción es de temporal y está dispersa por todo el país con rendimientos muy bajos de 1.3 toneladas por hectárea (SIAP, 2020)

La figura 8 muestra la producción de maíz reportada de todas las entidades federativas del país, Michoacán está entre las 4 principales entidades productoras, abarcan el 62 por ciento de la producción nacional descritos de mayor a menor, Jalisco con 1 millón 929 mil toneladas. Guanajuato con 1 millón 468 mil toneladas. Chihuahua con 1 millón 334 toneladas y Michoacán con 1 millón 331 mil toneladas en una superficie de 434 mil ha. (SIAP, 2020).

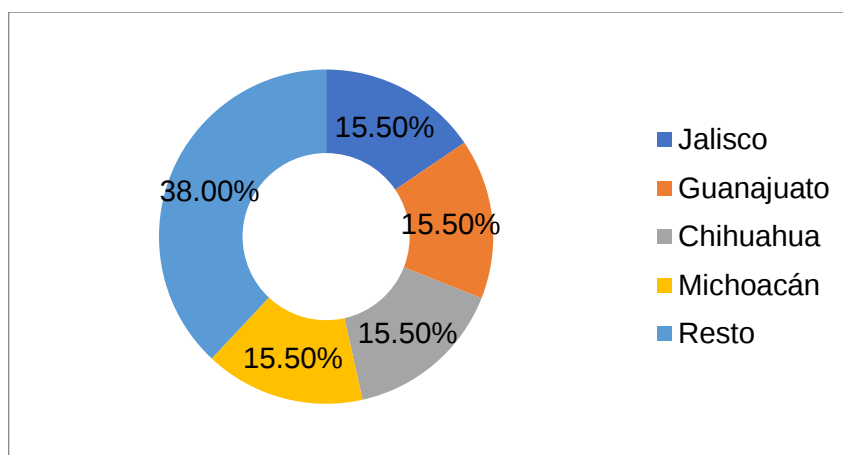


Figura 8. Producción de maíz por estado en el país.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos SIAP 2020.

La cuenca del lago de Pátzcuaro cultiva 9 mil hectáreas entre los cuatro municipios con 28 toneladas de maíz. El municipio de Erongarícuaro se registra con 1,864 ha produciendo 5 mil toneladas (SIAP, 2020). En la comunidad de San Francisco Uricho el dato más reciente es del 2014 que cultivan alrededor de 336 ha con una producción de 504 toneladas aproximadamente (Rodríguez, 2015:29). Distinguiéndose la agricultura tradicional y la producción de esta para autoabasto.

MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
SIEMBRA DE HUMEDAD												
SIEMBRA												
COSECHA												
SIEMBRA DE TEMPORAL												
SIEMBRA												
COSECHA												

Figura 9. Ciclos producción maíz nativo en la cuenca del lago de Pátzcuaro.
Fuente: Investigaciones propias a partir del trabajo de campo de las encuestas aplicadas a familias y mujeres tortilleras 2020-2021.

El maíz en la región es clasificado por su origen, ya sea criollo o híbrido, por la estacionalidad en que están adaptados de humedad que tarda 10 meses (tardío) (Figura 9) o de temporal que tarda 6 meses (violento) y por el color (blanco, rojo, azul, negro) (Toledo y Barrera-Bassols, (2011). Todas estas prácticas dependen del uso que se da al grano. Aunque en su mayoría es transformado en tortilla tanto a nivel local como nacional (Trigo y Montenegro, 2002). Su consumo per cápita en las áreas urbanas es de 56.7 kg anuales, mientras que en el ámbito rural es de 79.5 kg (CEDRSSA, 2014). Las mujeres son las principales conocedoras de las especificidades de su elaboración artesanal (Pilcher, 2001), aunque actualmente se “diluyen” estas fronteras entre

las actividades consideradas como exclusivas de las mujeres, ya que los hombres también están involucrándose en la realización y venta de las tortillas (Del Carpio et al., 2016).

3.2.3. Maíz en los trienales 2007-2009 y 2017-2019 a nivel nacional, estatal, regional y municipal.

El cuadro 7 muestra la superficie sembrada, cosechada y siniestrada, así como la producción, el rendimiento por hectárea, el precio por tonelada y el valor de la producción de los trienales 2007- 2009 y 2017-2019 de manera más detallada, a nivel nacional, estatal, regional y municipal.

Cuadro 7. Producción de maíz en los trienales 2007-2009 y 2010-2019 a nivel nacional, estatal, regional y municipal.

		Superficie			Producción	Rendimiento	PMR	Valor Producción
		(ha)			(t)	(ha/t)	(\$)	(miles de pesos)
	Trienales	Sembrada	Cosechada	Siniestrada				
	2007-2009	6782472	5839789	942682	16135916	3	2699	43445451
Nacional	2017-2019	6129104	5829129	299975	19164182	3	3834	73386449
	Diferencias	-653368	-10661	-642707	3028265	1	1135	29940997
	Porcentaje	-10	0	-68	19	19	42	69

	2007-2009	470377	419953	50424	1431318	3	2533	3608407
Estatad	2017-2019	451770	432452	19318	1915494	4	3783	7251876
	Diferencias	-18607	12499	-31105	484176	1	1251	3643470
	Porcentaje	-4	3	-62	34	30	49	101

Regional	2007-2009	8293	8293	0	16585	2	2148	8916
	2017-2019	7556	7556	0	21231	3	2976	15787
	Diferencias	-738	-738	0	4646	1	828	6870
	Porcentaje	-9	-9	0	28	39	39	77

Municipal	2007-2009	2343	2343	0	4687	2	2067	9687
	2017-2019	1806	1806	0	5136	3	3032	15586
	Diferencias	-537	-537	0	450	1	965	5899
	Porcentaje	-23	-23	0	10	42	47	61

Fuente: Elaboración propia con datos trienales SIAP (2007-2009 y 2017-2019).

La estadística de la superficie sembrada de maíz a nivel nacional nos indica que de 6 millones 700 mil hectáreas en el trienio 2007-2009, disminuyó a 6 millones 100 mil hectáreas en el trienio 2017-2019. En los rendimientos por hectárea de maíz, se observa que de un promedio 2.76 toneladas en el trienio 2007-2009 se pasó a 3.29 en el trienio 2019 toneladas por hectárea, lo cual significó un incremento del 19.2 por ciento.

La superficie cosechada resulta de la diferencia entre la superficie sembrada y la siniestrada, que en el caso de esta última, alcanza anualmente cifras significativas en el maíz, teniendo en cuenta que la mayor superficie sembrada es de temporal, lo que le imprime cierto grado de aleatoriedad a la producción y por otra parte, los cambios en el clima, incorporan la presencia de fenómenos meteorológicos atípicos en ciertas regiones, que repercuten en los siniestros agrícolas (CEDRSSA, 2014).

La superficie siniestrada de maíz en el trienio 2007-2009 fue de 940 mil hectáreas. En el trienio 2017-2019 la superficie fue menor de casi 300 mil hectáreas, un 68 por ciento menos que en el trienio 2007-2009.

En cuanto a producción de maíz en el trienio 2007-2009, fue de 16 millones de toneladas, en el trienio 2017-2019 la producción fue de 19 millones de toneladas, aumentando más del 18 % la producción que son 3 millones de toneladas más.

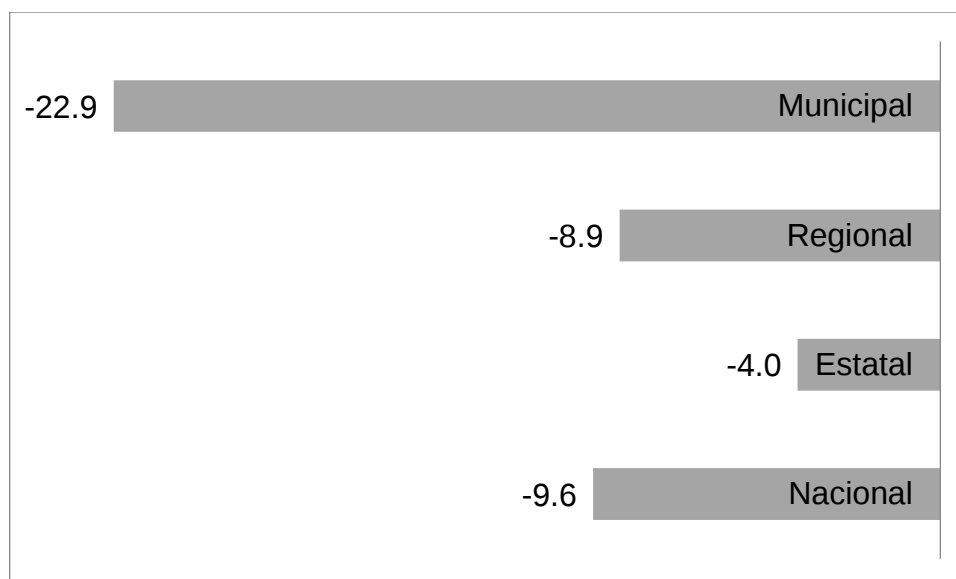


Figura 10. Porcentaje de superficie de tierra que se dejó de sembrar maíz.
Fuente: Elaboración propia con datos del SIAP trienales 2007-2009 y 2017-2019.

Se observa que se ha disminuido la superficie de siembra de maíz (Figura 10) y que el rendimiento por hectárea ha aumentado, para los cuatro panoramas nacional, estatal, regional y municipal. El abandono de tierras a nivel municipal representa un 23 % que son 537 ha. Mientras que a nivel estatal representa un 4 % que son 18, 600 ha., a nivel nacional, se dejaron de sembrar 643 mil hectáreas que representa el 10 % menos (Cuadro 7).

Los siniestros más comunes en esta región son por sequías, heladas tempranas, vientos fuertes y acame. De acuerdo al Servicio de Información Agropecuaria y Pesquera, las superficies siniestradas a nivel regional ni municipal, no hay reportadas. Lo que significa que no se reportan las que ocurren o si se reportan no llegan a esta instancia gubernamental.

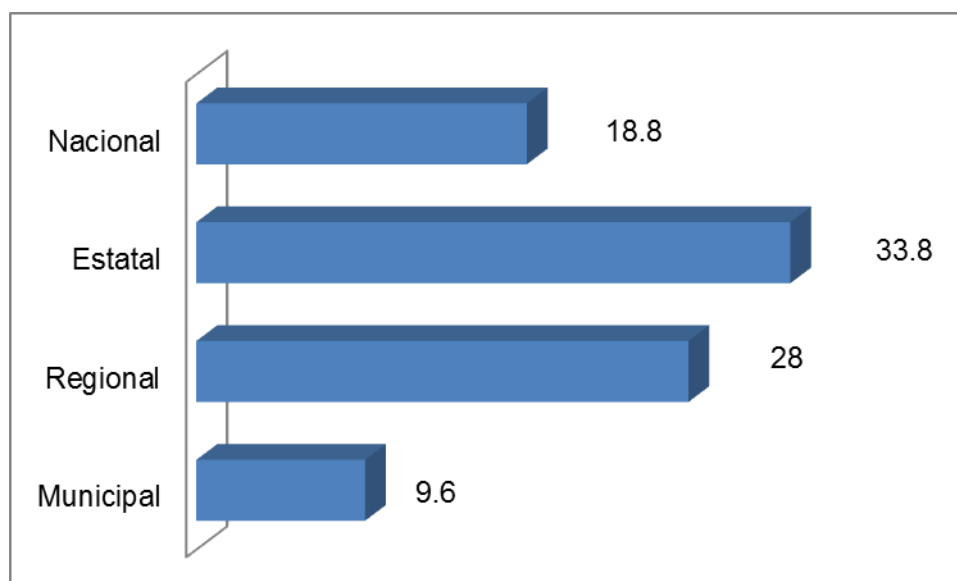


Figura 11. Porcentaje del aumento de producción de maíz.
Fuente: Elaboración propia con datos de trienales de SIAP 2008-2018.

Se observa en la figura 11 que el aumento de la producción mayor es a nivel estatal con un 34 % que son 484 mil toneladas y el incremento de producción menor es a nivel municipal un 10 % que representa 445 toneladas.

El alza de rendimiento por hectárea aumentó en todos los niveles, en el nacional 19.2 %, estatal 30.2 %, regional 39.3 % y municipal 42.3 % (Cuadro 7). Por otro lado, el valor de la producción también subió a nivel nacional, 69 %, estatal 101 %, regional 77 % y municipal 61 %. Cabe aclarar que estos datos son tomados del SIAP donde se toman en cuenta los maíces blancos y también híbridos. Sin embargo, se da una idea de cómo está la producción actualmente.

Específicamente en las áreas rurales, los cambios posibles que se asocian a la disminución de superficie sembrada, es porque el agricultor ya no cuenta con mano de obra, ya que los hijos buscan otras fuentes de empleos más fructíferos, por lo que el agricultor sólo siembra con lo que puede cultivar el solo para asegurar su auto abasto y lo poco que pueda vender antes de que llegue la plaga de poscosecha, otra causa posible de disminución de siembra de maíz es el cambio de cultivo.

Por otro lado, en cuanto al rendimiento por hectárea, la causa puede ser porque la superficie que siembra es menor, se le dedica más tiempo, haciendo uso también de insumos de producción que el mercado ofrece, maquinaria, fertilizantes, etc. “Otra posibilidad de rendimiento podría ser que se corte menos elotes, dejándolo secar para tener más grano”¹⁷.

En la comunidad de Uricho los granos de color, en particular el maíz rojo tiene un valor más alto llegando a costar el kg a \$27 y el azul a \$12. Cabe aclarar que este valor solo es en menudeo si es por mayoreo el rojo baja a \$14 y el azul a \$7, por eso los agricultores siembra los de color tomando en cuenta el uso que le van a dar en el año y lo poco que pueda vender, de lo contrario solo siembra para comerse un elote (auto abasto) y conservar la semilla.

En cuanto a la población aumentó un 12 % del año 2010 al año 2020 a nivel nacional como se muestra en el cuadro 8, y tomando en cuenta el consumo per cápita del año 2010 que es de 68.1 kg anuales en promedio que reportó la Secretaría de Economía, para el año 2010 el consumo anual a nivel nacional fue de 7 millones 650 mil toneladas de tortilla y para el año 2020 el consumo fue de 8 millones 581 toneladas.

Cuadro 8. Aumento de población entre los años 2010-2020.

Año	Nacional	Estatad	Regional	Municipal	Local
2010	112,336,538	4,351,037	143,507	14,555	1,832
2020	126,014,024	4,748,846	156,184	15,715	2,071
Diferencias	13,677,486	397,809	12,677	1,160	239
Porcentaje	12.2	9.1	8.8	8.0	13.0

Fuente. Datos poblacionales INEGI 2010 y 2020.

¹⁷ Raya, 2020

La producción en las zonas rurales es insuficiente para la alimentación ya que específicamente en la comunidad de Uricho los maíces locales escasean a partir del mes de septiembre por lo que se tiene que recurrir a los maíces de otros estados.

3.2.4. El maíz en San Francisco Uricho

El maíz más que el alimento principal de los habitantes de San Francisco Uricho, es un símbolo de su cultura. Ligado al cultivo de este grano, existe un conocimiento amplio de su realidad concreta y simbólica. Éste abarca desde la ecología del cultivo, su adaptación a diferentes ambientes, su comportamiento en relación con el suelo, las técnicas de cultivo, los modos de preparación de alimentos, las relaciones con los símbolos religiosos y los mecanismos que tienden a mantener en el largo plazo la producción de maíz (Barrera-Bassols, 2003 citado en Orozco, 2007).

El maíz criollo tiene una amplia diversidad pues se cuentan 8 razas locales cada una con usos particulares y con un ambiente agroecológico específico para su cultivo, los cuales son descritas por las más a menos sembradas, maíz blanco criollo, maíz blanco pepitillo, el maíz azul, maíz colorado pozolero, maíz amarillo, maíz criollo rojo, el maíz negro quemadito. Cultivado solo en tierras de temporal, Sus principales usos son para auto abasto, en elote, tortilla para venta y forraje (Rodríguez, 2015:48-50) El maíz en la comunidad es producido para auto abasto.

3.3. La tortilla

La tortilla es el producto que el mexicano ha consumido desde el invento de la nixtamalización en Mesoamérica. Probablemente una de las razones por la que se sigue consumiendo diariamente es porque posee cualidades que la hacen el acompañamiento ideal de cualquier platillo. Se pueden comer en su forma original o transformada y siendo parte de otros guisos como enchiladas y chilaquiles o como el cobijo ideal de otros ingredientes como tacos o

quesadillas, existen de diferentes tamaños (Vela, 2011). En las zonas rurales la tortilla cuando no se come por las personas jamás se desperdicia, esta se aprovecha para alimentar a los animales de la casa, desde las mascotas (perros, gatos) para las aves de corral, (pollos, patos) el ganado porcino y bovino. También es usada en los hogares rurales, como sustituto de cuchara, de protector para retirar las ollas calientes del fogón, de cubre manteles, etc. Aunque por intereses económicos desde inicios del siglo XIX el gobierno la quiso desplazar por el trigo (Pilcher, 2001). Sin embargo, sigue siendo preferencia del consumo mexicano.

Se estima que el consumo de tortilla en el país en 2010 ascendió a 6.9 millones de toneladas de tortilla con un valor de 72,481 millones de pesos. El consumo promedio de tortillas por personas es de 157 gramos. Hace 8 años atrás el consumo era de 249 gramos. Lo anterior obedece a la introducción en el mercado de nuevos productos de comida rápida y cambios de hábitos, así como al aumento en el precio del maíz y su traslado a los insumos y a la tortilla, que afecta directamente al consumo y al consumidor final (Secretaría de Economía, 2012).

Cuadro 9. Consumo de tortilla per cápita en el 2010.

	Consumo diario de tortilla por persona (g)	Precio Promedio 2010 (\$/kg)	Población 2010	Consumo per cápita tortilla por año (kg)	Consumo anual de tortilla (t)	Consumo anual de tortilla (millones de pesos)
Zonas Rurales	217.9	10.3	24,938,711	79.1	1,983,463	20,430
Zonas Urbanas	155.4	10.5	87,397,827	56.7	4,957,292	52,052
TOTAL	186.6	10.4	112,336,538	61.8	6,940,755	72,481

Fuente: Secretaría de Economía, 2012. Análisis de la Cadena de valor Maíz-Tortilla: Situación Actual y Factores de Competencia Local.

Resultados del CONEVAL, muestran el consumo de tortilla en zonas rurales y urbanas (Cuadro 9). En el primer caso, el CONEVAL calcula que para 2010 el consumo diario por persona de tortilla en las zonas rurales es de 217.9 gramos; en contraste, en las zonas urbanas dicho indicador es de 155.4 gramos (Ibídem).

El precio al consumidor de tortilla de maíz se encuentra directamente relacionado con el precio del maíz y harina de maíz, dos de los principales insumos para su elaboración esto para las tortillas del mercado. Y para las tortillas artesanales se basan en el precio de la tortilla industrial, dejando de lado todo el trabajo extra que lleva (Ibídem).

Adicionalmente, por su ponderador en los alimentos que consumen los mexicanos, la tortilla es el segundo producto más importante en la canasta básica de consumo, solo después de la carne de res. Lo anterior refleja la importancia que tiene este producto en la alimentación de la población del país y el efecto que tiene su precio sobre la demanda y sobre el poder de compra de la población mexicana en general y particularmente de la de menores ingresos (Ibídem).

3.3.1. Comparativos precios maíz-tortilla

El comparativo de precios por kilogramo de la tortilla, del maíz para el consumidor rural y los precios medios rurales que reciben los productores y su equivalente en la porción utilizada en la elaboración de un kilogramo de tortilla. El cuadro 10 muestra que existe un margen superior al 72.8 por ciento, que no se puede explicar por el costo de la materia fundamental de la tortilla que es el maíz, tampoco por los ingredientes adicionales (agua y cal) que por cantidad y costo, tienen un impacto menor, por lo que estos márgenes tienen que ver con los costos de insumos como son la energía eléctrica y el gas, los salarios pagados, la depreciación de las instalaciones y maquinaria, y también hay que considerar la utilidad obtenida por los propietarios de las tortillerías (CEDRSSA, 2014).

Cuadro 10. Comparativos precios maíz- tortilla.

Precios	2010
Tortilla de maíz (\$)	10.3
Maíz grano al consumidor (\$)	4.2
Grano al productor (\$)	2.8

Fuente: (CEDRSSA, 2014)

3.3.2. Cadenas de elaboración de tortilla

En las formas de elaboración de la tortilla, se identifican tres cadenas: el artesanal, el de tortillerías mecanizadas frescas y el industrial de tortilla fría con vida de anaquel amplio.

Tortilla artesanal

El primero es el que prevalece principalmente en las familias del medio rural que elaboran su propia tortilla, las cuales nixtamalizan el grano de maíz. Después se muele el nixtamal, la cual se hizo durante mucho tiempo de manera manual utilizando un metate de piedra, pero en la actualidad se realiza en establecimientos con molinos mecánicos que proporcionan este servicio o en molinos de las propias familias; de la molienda se obtiene la masa con la que elaboran las tortillas. Se hace un “testal¹⁸” y se palmea con las manos en forma circular o se utiliza una máquina manual para aplastar el testal; la tortilla cruda obtenida se cuece en comal de barro o de metal calentado con leña o con gas.

En las ciudades principalmente este sistema artesanal se ha venido modificando por la sustitución del maíz grano por harina de maíz, con el cual sustituyen el proceso de nixtamalización y molienda mencionados; lo anterior permite un ahorro de tiempo y de los insumos utilizados en esos procesos, pero

¹⁸ La porción de masa para hacer una tortilla

tiene el inconveniente de no reproducir las cualidades de sabor, consistencia y nutricionales que proporciona el nixtamalizar el maíz, por lo que en las comunidades rurales principalmente se sigue manteniendo y reproduciendo el uso del maíz grano como materia prima, maíz que en una gran proporción es producido por las propias familias y que viene de las siembra de maíces criollos (CEDRSSA, 2014).

Tortilla mecanizada fresca

El sistema de tortillerías mecanizadas es el que abastece a la mayoría de la población y se caracteriza por la utilización de máquinas que integran la elaboración de la tortilla y su cocimiento. A estas máquinas se les suministra manualmente la masa, para que con un sistema mecánico de rodillos aplane, y corte las tortillas, para después depositarlas en una banda metálica con calor donde se cuecen. La masa se elabora con maíz nixtamalizado y molido de forma similar al del sistema milenario o se hace a partir de harina de maíz. Algunas tortillerías realizan la nixtamalización y molido en el mismo establecimiento y otras son abastecidas por molinos especializados; las que utilizan harina de maíz preparan la masa en el mismo establecimiento. La calidad de las tortillas de este sistema es muy heterogénea, pero principalmente está determinada por la materia prima que utilizan: si usan masa de maíz nixtamalizado o de harina de maíz. En el caso de las de maíz nixtamalizado, su mayor parte proviene de la siembra de semillas mejoradas, desarrolladas atendiendo a la productividad y no a la reproducción de las cualidades organolépticas y nutricionales del maíz (*Ibíd*em).

En el caso de las tortillas hechas con harina de maíz, la harina también se elabora a partir del maíz proveniente de la siembra de semillas mejoradas o híbridas. Las tortillas tienen una calidad homogénea; son de buen aspecto y recién elaboradas tienen consistencia aceptable, cuando se enfrían y son recalentadas, no reproducen sus cualidades de las recién elaboradas. Existen estudios que señalan que la harina de maíz no reproduce las cualidades nutricionales de las tortillas elaboradas a partir de maíz nixtamalizado (*Ibíd*em).

Tortilla industrial fría

El sistema industrial de tortilla fría envasada se desarrolla en plantas de tipo industrial en donde se producen grandes volúmenes de tortilla, utilizan predominantemente harina de maíz y envasan su producto para ser distribuido de manera similar al pan industrializado al comercio detallista de abarrotes y supermercados. La tortilla obtenida tiene cualidades muy distintas a las obtenidas por los otros sistemas y en general, podemos decir que es el que menos reproduce las calidades del sistema artesanal. Por su costo de distribución, el producto tiene un precio más elevado que el de la tortilla caliente, menor calidad, menor consumo, aunque tiene la ventaja de estar disponible en la mayoría de los establecimientos comerciales (*Ibídem*).

3.3.3. Proceso de elaboración de tortilla para venta en San Francisco

Uricho

El proceso productivo de las tortillas en la comunidad de Uricho se hace en 5 tiempos. Ya sea palmeada 100 % o con la ayuda de una prensa manual:

1. Adquisición de insumos (Cal, leña, maíz); 2. El nixtamalizado del grano. 3. Ir al molino de la comunidad. 4. Elaborar las tortillas y 5. Venta de tortillas.

Antes de nixtamalizar el maíz, se enjuaga el grano para sacar algunos granos en mal estado, se drena, se pone al fuego en una olla con la cantidad de agua suficiente y cal. Se calienta despacio hasta que esté a punto de ebullición, revolviendo con un cucharón grande puede ser de madera o de metal; Para saber si el maíz está en su punto, se toma un grano y se frota con los dedos, debe pelarse fácilmente, la olla se retira del fuego y se deja reposar de un día para otro. Se retira el líquido de cocimiento (*nejayote*) y se enjuaga por lo menos una vez, se escurre y ya los granos están listo para ser molido, se lleva al molino de la comunidad, donde se muele con un poco de agua, dando origen a la masa. Se regresa a casa para extender las tortillas. La masa se pone en un metate y conforme se va haciendo las tortillas se va sacando el *testal* para cada tortilla y se palmea hasta lograr la tortilla (Álvarez y González, 2018). Si se

hace con la ayuda de la prensa de metal o de madera. Se coloca el testal en medio de la prensa sobre un plástico cortado en círculo de 20 cm de diámetro y se le pone encima otro pedazo de plástico igual, se cierra la tapa de la prensa y se presiona. Se abre la prensa y se quita el plástico superior, se desprende el otro pedazo con la tortilla y con cuidado se voltea sobre los dedos de la mano abierta, desprendiendo el plástico, se le da otras palmeadas más. La tortilla se coloca sobre el comal ya sea de barro o de metal, se voltea 3 o 4 veces hasta que se dore en algunos puntos en ambos lados y se coloca en un tazcal donde conserven el calor con las demás tortillas apiladas (*Ibídem*).

Hasta hoy en día en la comunidad de Uricho no hay tortillería industrial, hace tiempo (5 años) se instaló una pero no funcionó. De las 14 tiendas de abarrotes que están dispersas en la localidad, son 3 las que venden tortilla industrial que entran de la cabecera municipal desplazando diariamente un promedio de 35 kg diarios cada una. Las tiendas que venden maíz blanco¹⁹ lo traen de la central de abastos de Morelia y se distinguen 6 agricultores locales que venden maíz nativo todo el año al menudeo. Actualmente, la comunidad cuenta con 4 molinos de nixtamal. Lo cual muestra que aun en la comunidad aparte de las señoras que hacen tortillas para vender se encuentran las mujeres que hacen tortillas para autoabasto.

La mayoría de las tortillas son hechas con maíz blanco y solo en ocasiones hacen las de maíz azul, la cual no es preferida por las personas de la comunidad. Las mujeres que venden tortillas azules las preservan por el uso que se les da en las zonas rurales y que son valoradas en las zonas urbanas esta variedad de grano se preserva (Arnés y Astier, 2019). Cabe destacar que las tortillas hechas con maíces criollos de la comunidad de Uricho fueron analizadas por investigadores de la UNAM para conocer su valor nutrimental y a diferencia de las tortillas hechas con harina de maíz, las tortillas artesanales de Uricho tienen un valor nutricional más alto. (Colín-Chávez et al., 2020)

¹⁹ El maíz blanco que se vende en la tienda de la comunidad es producido con semillas híbridas en otros estados.

3.4. Mujeres tortilleras

Como ya se mencionó las tortilleras son aquellas mujeres que hacen tortillas de maíz para vender (Pelayo y Gross, 1995) y desempeñan esta actividad porque “es una fuente vital de ingresos para sus familias” (Astier et al., 2019). Actualmente en la comunidad de Uricho según INEGI, 2020 son 1056 mujeres de las cuales 60 mujeres están dedicadas a la elaboración y venta de tortilla. Lo cual representa el 6 % del total de mujeres de la comunidad (Figura 12).

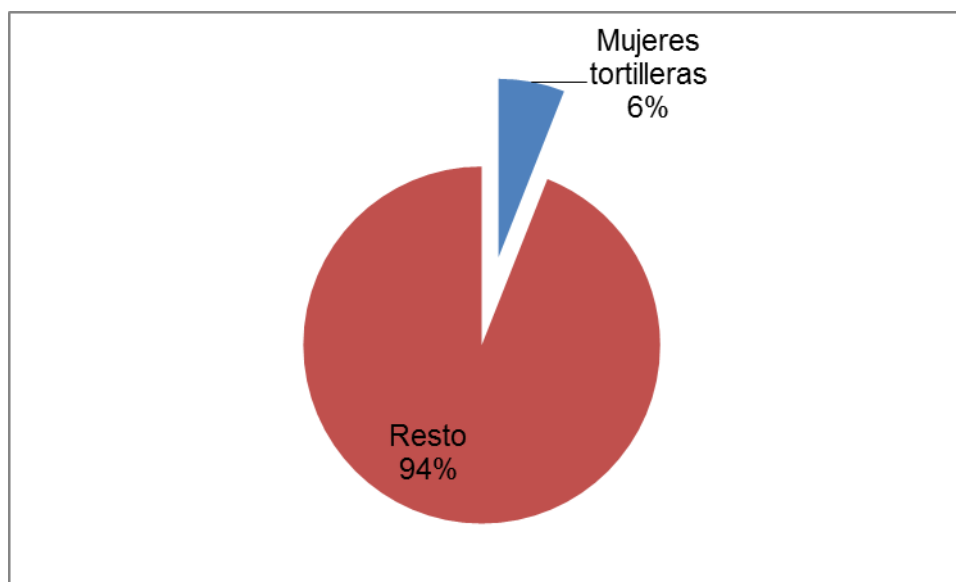


Figura 12. Porcentaje de mujeres dedicadas a la producción y venta de tortillas en San Francisco Uricho.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de campo extraídos de las encuestas aplicadas a mujeres tortilleras y familias 2020-2021.

3.5. Organizaciones de tortilleras

Existe una familia que participa en los eventos de cocineras tradicionales donde ellas venden la comida tradicional y hacen tortillas artesanales en los eventos a las que son invitadas.

También, en la comunidad de Uricho está colaborando el proyecto Red Tsiri²⁰, el cual promueve el consumo de tortillas orgánicas de maíz criollo a los consumidores principalmente de Morelia (Masera-Astier y Astier, 2014). Proyecto donde trabajan en coordinación con CIGA-UNAM y la ONG Grupo Interdisciplinario de Tecnología Rural Apropiada. A.C., En este proyecto participan 8 mujeres de esta comunidad, 7 que entregan tortillas, gorditas y masa, y 1 que apoya en la distribución. Cabe aclarar que ninguna de las mujeres entrevistadas forma parte del proyecto de Red Tsiri, ni de cocineras tradicionales.

Una de ellas tiene un familiar que está dentro del proyecto de Red Tsiri y las demás saben que hay mujeres que entregan tortillas y que se levantan muy temprano para entregar a las 8.30 a.m.

²⁰Palabra en lengua purépecha que significa “maíz”. YouTube Red Tsiri: Una historia del maíz y Espinosa 2019.

IV. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

4.1. Enfoque de investigación y herramientas metodológicas

La presente investigación tiene un enfoque tanto cualitativo como cuantitativo. El enfoque cualitativo trabaja con el universo de significados, motivos, aspiraciones, creencias, valores, y actitudes, lo que corresponde a un espacio más profundo de las relaciones de los procesos y de los fenómenos (Vega-Malagón *et al.*, 2014).

Por otro lado, la utilización de herramientas cuantitativas según Sampieri, *et al.* (2006), utilizan la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías (Sampieri, *et al.*, 2006, citado en Raya, 2017).

De esta manera los métodos cualitativos estudian significados intersubjetivos situados y contruidos y eligen la entrevista abierta y observación directa, mientras que los métodos cuantitativos analizan hechos objetivos existentes y sometidos a leyes y patrones generales, prefieren el experimento y el cuestionario estandarizado (López y Sandoval, 2016).

También, por medio del método de la etnografía se pretende conocer a profundidad los valores de las personas a entrevistar. Así como las formas de entender su mundo, sentimientos y, en definitiva, su cultura, para rescatar voces alternativas. Con la intención de ofrecer herramientas para el empoderamiento (Alcázar y Espinosa-Spínola, 2014).

Se tomó en cuenta también la Investigación Participativa (IP) que es un enfoque en la investigación social mediante el cual se busca la plena participación de la comunidad en el análisis de su propia realidad con el objeto de promover la participación social para el beneficio de los participantes de la investigación (Witt y Gianotten, 1989:240).

Considerando a la investigación participativa como una metodología para producir conocimientos y como una manera válida para conocer la realidad precisando que al hablar de conocimientos se refiere al conocimiento científico el cual va más allá del “dicen que”. Se trata de constatar la realidad con opiniones razonadas y fundamentadas (*Ibídem*).

Así pues, las comunidades y grupos que anteriormente eran sólo objetos investigados se hacen sujetos de la misma investigación y lo hacen en grupo, participativamente (Barquera, 1991).

Características metodológicas de la Investigación Participativa:

- El punto de partida lo constituye la visión de la realidad como una totalidad.
- Los procesos y estructuras son comprendidos en su dimensión histórica.
- Teoría y práctica se integran.
- La relación sujeto objeto se convierte en una relación sujeto-sujeto a través del diálogo.
- La investigación y la acción se convierten en un solo proceso.
- El carácter sincrónico y cuantitativo de la investigación tradicional es reemplazado por una orientación diacrónica y una integración de elementos cualitativos y cuantitativos.
- La comunidad y el investigador producen conjuntamente conocimientos críticos dirigidos a la transformación social.
- Los resultados de la investigación son aplicados de inmediato a la realidad concreta (Schutter y Yopo, 1989:65-68).

4.2. Proceso de la investigación

La presente investigación se inició en agosto de 2019. Para ello, se seleccionó el lugar de estudio, la comunidad de San Francisco Uricho perteneciente a la zona lacustre. Esta comunidad fue elegida dado que en ella se distinguen un gran número de mujeres tortilleras (60).

La investigación dio inicio con la revisión bibliográfica para recabar información para el establecimiento del marco teórico, metodológico y contextual. Dicha revisión giró acerca del maíz y su transformación en tortilla de manera artesanal, siendo punto principal el trabajo de las mujeres como una actividad que les permite crear Estrategias de Reproducción Social, desde sus espacios económicos, culturales, de identidad y para la alimentación.

Adicionalmente a lo anterior, también se revisaron las estadísticas de producción de maíz a nivel nacional, estatal y regional para los años trienales comprendidos entre 2007-2009 y 2017-2019 en la página web del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP). Dicha revisión fue sobre los datos de superficie sembrada, superficie cosechada, rendimiento y valor de la producción, por ciclo. Asimismo, los datos estadísticos se analizaron a partir de promedios trienales; lo que permite evitar la expresión de un mal año agrícola inusual. Con el objetivo de ver el total de producción y rendimiento de manera, nacional, estatal, regional, municipal y local.

De igual forma, se realizaron entrevistas a dos campesinos, a un intermediario de leña, a los tenderos con el fin de entender más a profundidad la entrada de los maíces, y de la leña en las comunidades (Cuadro 11).

Asimismo, otra de las herramientas de investigación empleada fue el establecimiento de grupos focales con el objeto de conocer la situación real de la producción de tortillas. Así también, se tuvo la oportunidad de acompañar a una señora en el recorrido de venta con el objetivo de entender su dinámica de trabajo y ver más de cerca el entorno donde ellas interactúan.

Otras de las herramientas utilizadas para la investigación de campo fueron dos cuestionarios (Azofra, 1999). El primer cuestionario se aplicó a las amas de casa para obtener datos generales de la comunidad como datos poblacionales, educación, producción de maíz y consumo de tortilla. Antes de su aplicación final se realizó la prueba piloto, para probar su efectividad. Después se contó el número de familias en la comunidad, apoyándose en las listas de cooperantes

de la banda de música para la fiesta patronal, al obtener la cantidad de familias se sacó el 10 por ciento para que la muestra fuera representativa. Ya que se obtuvo el número de familias, la selección se realizó al azar por medio de la técnica manual, realizando papeles con el número total de cada barrio, en total son dos barrios (conocidos como el barrio de abajo y el barrio de arriba) se hizo tomando un papel al azar de manera alternada de cada barrio hasta sacar 30 papелitos de cada uno, después se seleccionaron otros 15 papелitos para en caso de no encontrar alguien de la familia seleccionada, tomar de la lista extra y evitar sesgos. Aunque en un principio se pensó que el cuestionario se aplicaría a las mujeres amas de casa, también hubo respuesta por parte de los hombres pues dijeron que ellos podían contestar, las razones fueron porque la mujer no se encontraba en casa o porque no había mujeres en esa familia. En total fueron 60 encuestas, 47 contestadas por mujeres y 13 por hombres.

El segundo cuestionario se aplicó a las señoras que se dedican a hacer tortillas para vender. Se investigó el total de mujeres y se entrevistó el número necesario para que la muestra sea representativa. En total se aplicó a 18 mujeres tortilleras. El cuestionario diseñado para ellas tiene la finalidad de conocer su nivel de escolaridad, el proceso de elaboración de tortillas y las dificultades que han enfrentado. Así como las estrategias llevadas a cabo para realizar la tarea que desempeñan y su opinión acerca de ellas mismas.

Ya terminada la recopilación de datos se hizo la captura de la información en la base de Excel de donde se concentraron los resultados que se analizaron para su análisis y realizar las propuestas correspondientes y para complementar su análisis cualitativo se realizaron 5 talleres, a los cuales asistieron 5 mujeres tortilleras, no se pudieron hacer más talleres por el alza de contagio del Covid-19. Estos talleres impartidos sirvieron para profundizar más en su actividad y juntos encontrar estrategias que les ayuden en su oficio. Los temas fueron la importancia del maíz criollo, la historia de la tortilla, otras experiencias en la elaboración de tortillas, empaquetado de productos procesados de la milpa y en el último taller se aprendió hacer tortillas de nopal.

Cuadro 11. Acciones realizadas en la presente investigación.

Herramientas	Cantidad	Participantes
Cuestionario	60	Familias
Cuestionario	18	Mujeres tortilleras
Entrevista corta	11	Dueños de tienda de abarrotes que venden maíz y tortillas
Entrevista corta	1	Señora intermediaria de leña
Entrevista a profundidad	2	Agricultor que le alcanza el maíz para vender todo el año
Entrevista a profundidad	3	Mujeres tortilleras
Reuniones informales	7	Mujeres tortilleras
Talleres formales	5	Mujeres tortilleras
Pláticas informales telefónicas	3	2 mujeres tortilleras y un agricultor

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del 2019-2021.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. San Francisco Uricho comunidad consumidora de tortilla artesanal

La comunidad de San Francisco Uricho es una de las comunidades que aún consume la tortilla artesanal ya que de las 600 familias que consumen tortillas en 430 se elaboran por lo menos 2 veces por semana. Esta información es resultado de las 60 familias encuestadas donde contestaron 47 mujeres y 13 hombres con las siguientes características:

5.1.1. Información sociodemográfica de San Francisco Uricho

Tamaño de las familias

Un dato importante que muestra el tamaño de las familias que hay en la comunidad es por medio del número de integrantes que lo conforman. La mayoría de las familias entrevistadas tienen un rango de 3-5 integrantes por hogar, lo cual representa el 60 % del total de las familias entrevistados, de 1- 2 integrantes representa el 17 %, de 6 - 9 integrantes son de 1 y 4 familias, lo que representa el 23 % (Figura 13). El promedio de integrantes por familia es de 7.

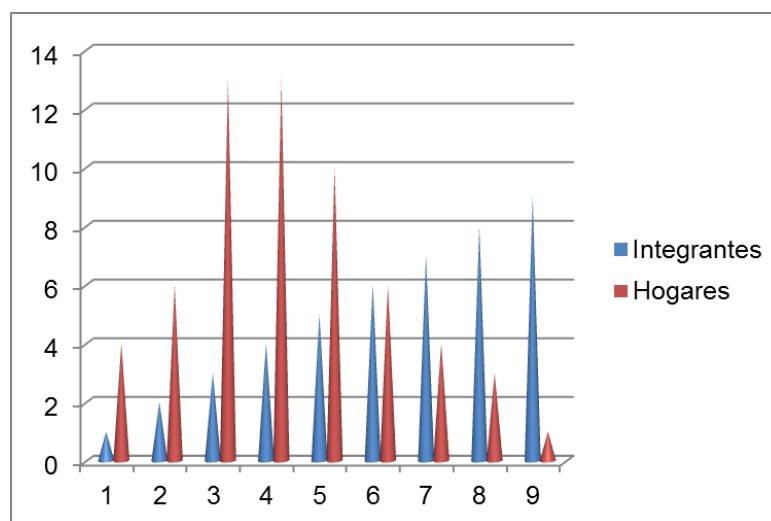


Figura 13. Personas que conforman el núcleo familiar.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a familias 2020-2021.

El 38 % de las familias se encontraron familias extensas²¹ y de igual cantidad se encontraron familias nucleares²², un 7 % son familias monoparentales²³, en pareja representa el 6 % y solo(a) un 4%. Como se observa aún se conservan familias grandes donde su forma de organización les permite la producción y reproducción misma.

En total los integrantes de las 60 familias entrevistadas suman 257 en el que 113 son hombres y 144 son mujeres.

Edad de los integrantes en el núcleo familiar

Muestra cuántos miembros de una familia están en edad infantil, adolescentes, adultos y mayores de edad. Y las oportunidades que cada familia tiene dependiendo de la edad que integran las familias entrevistadas.

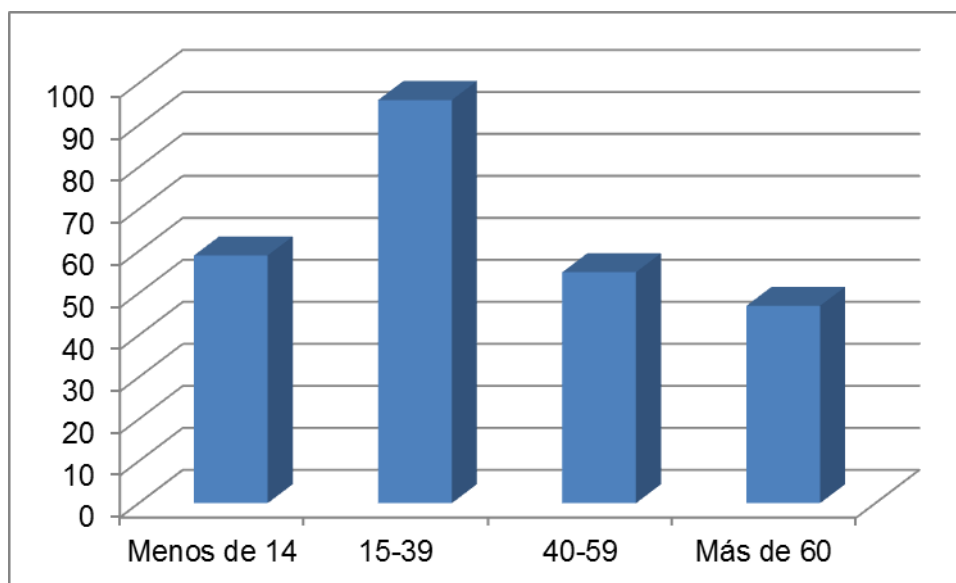


Figura 14. Edad de los integrantes de las familias entrevistadas.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a familias 2020-2021.

²¹ Familias que está integrado por los padres, hijos, los abuelos y tíos.

²² Es la unidad familiar básica que se compone de esposo (padre), esposa (madre) e hijos.

²³ Es aquella familia que se constituye por uno de los padres y sus hijos. Vasallo, H. M. M. (2015). La familia: una visión interdisciplinaria. Revista médica electrónica, 37(5), 523-534.

El 37 % de los integrantes de las familias entrevistadas está entre los 15 y 39 años (Figura 14). La mayoría de los integrantes de las familias entrevistadas se encuentran casados, representa un 51 % y el 39 % son solteros. El resto es unión libre 2 %, madre soltera 2 %, divorciada 1 %, viuda 5 %.

Escolaridad

Características educativas de la población muestra el nivel educativo de los miembros de la comunidad. La mayoría (39 %) de los integrantes de las familias entrevistadas sólo tienen estudios de primaria, el 21 % cuenta con secundaria, el 15 % preparatoria, el 11 % licenciatura, el 1 % maestría, menores que aún no estudian 8 % y por último el 6 % son los adultos que no estudiaron (Figura 15).

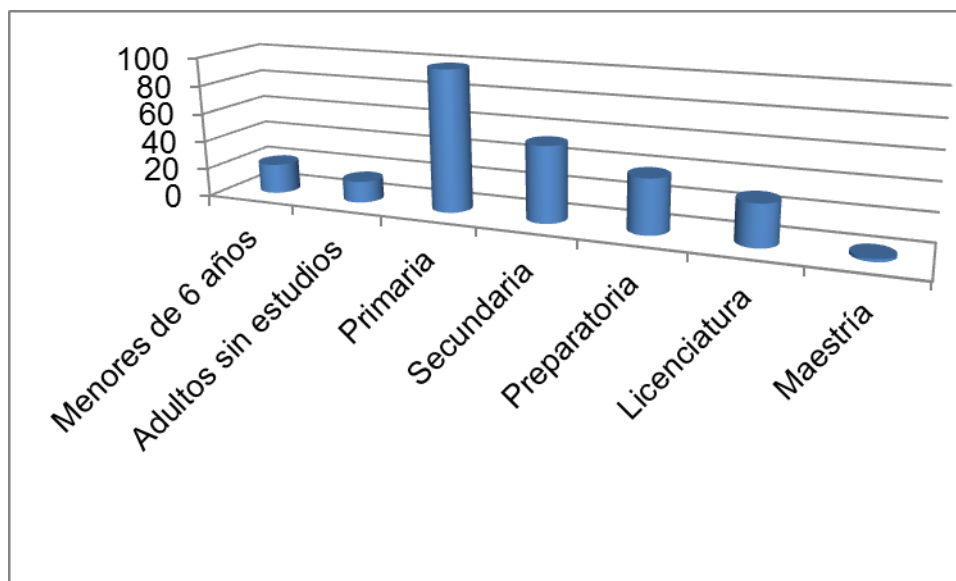


Figura 15. Escolaridad de las familias.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a familias 2020-2021.

Ocupación

Las ocupaciones de los habitantes de la comunidad de Uricho tanto para hombres como para mujeres se dan en los tres sectores primarios, secundarios y terciarios.

De los integrantes de las familias entrevistadas, 58 (23 %) se dedican al hogar, 53 (21 %) son estudiantes y 46 (18 %) son albañiles, estas son las ocupaciones donde entra la mayoría de los integrantes de las familias entrevistadas. Sólo aparecieron dos mujeres que dijeron primero que se dedicaban al hogar y también hacer tortillas para vender, lo cual representa el 1 % de la muestra (Figura 16).

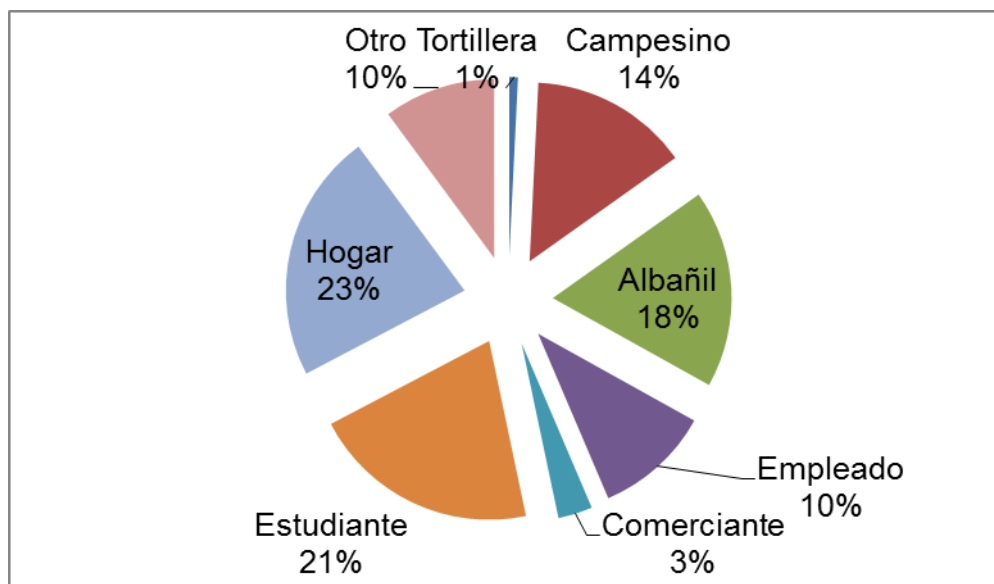


Figura 16. Ocupación de los integrantes de la familia entrevistados.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a familias 2020-2021.

El 43 % de los integrantes aportan al gasto familiar. Mientras que el 57 % no lo hace y es que representa a los estudiantes, hijos pequeños y personas mayores.

Etnia

El preguntar si los habitantes se consideran indígenas es un dato que permite ver que tanto ellos se reconocen dentro de la etnia Purépecha, lo cual significa que reconoce sus raíces que les permiten tener sentido de pertenencia y dentro del cual día a día se están construyendo. Solo tres personas no se consideran indígenas, el cual representa el 5 % de los entrevistados, porque no son de la comunidad, son de otras regiones. El 48 % que es la mayoría de los

entrevistados se considera Purépecha por ascendencia, el 49 % por el lugar y el 12 % por ambas. Una identidad que se reconoce. El 67 % de los entrevistados no tiene familiares en Estados Unidos, mientras que el 35 % si lo que representa menos de la mitad.

5.1.2. Producción de Maíz en San Francisco Uricho

Cultivo de maíz

El maíz aparte de convertirlo en tortillas, se consume en un sinfín de antojitos desde su estado tierno (en elote), se comen hervidos, como verdura para caldo, en sopa, en atole, etc. De allí la importancia del cultivo en la comunidad, lo cual muestra la oportunidad que tienen de disfrutarlo en todos sus estados de crecimiento. Además de ser un alivio para la familia para no comprar siempre en cada alimento. La mayoría de las familias (43) siembran maíz, lo que representa un 72 % de la muestra (Figura 17).

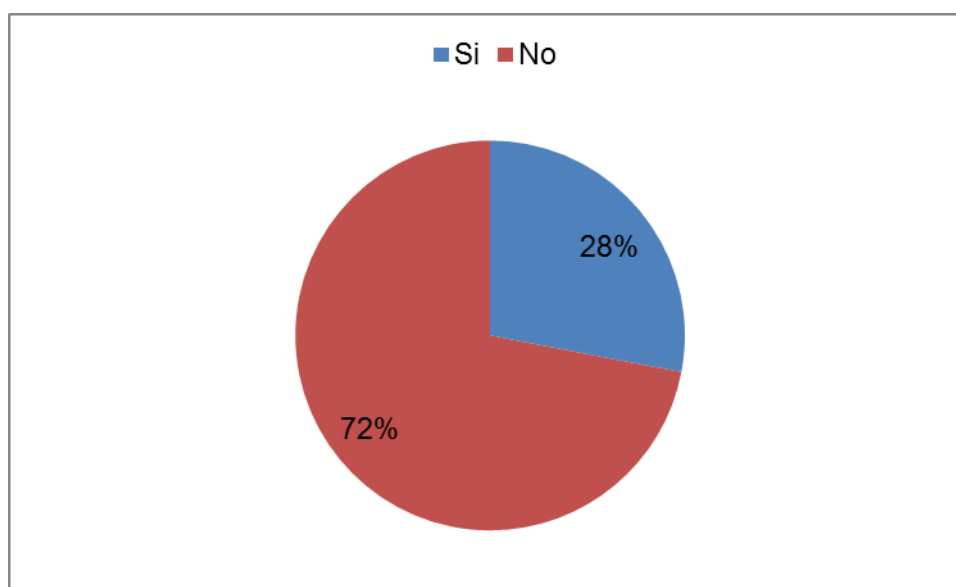


Figura 17. Cultivo de maíz en Uricho.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a familias 2020-2021.

Variedades de maíces y superficie.

En la comunidad también siembran diferentes variedades de maíces por sus diferentes usos que hay en la comunidad, desde atoles para ofrecer en las bodas, el maíz amarillo para los pollos de corral, el rojo para el pozole y dependiendo del antojo de comer tortillas azules o blancas de ese color usan el maíz. Por lo que cuadro 12 muestra la cantidad de superficie que los agricultores disponen para sembrar cada variedad de maíz.

Cuadro 12 Porcentaje de superficie sembrada de maíz por variedad.

Superficie	Hectáreas	%
Blanco	29.1	54
Azul	12.5	23
Rojo	7.5	14
Híbrido	0.5	1
Amarillo	4	8
Total	53.5	100

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a familias 2020-2021.

Entre las familias entrevistadas se siembran 53 hectáreas y media, más de la mitad es sembrada de maíz blanco nativo lo que representa un 54 %. Y media hectárea fue sembrada de híbrido, lo que representa el 1 % de la muestra. El 23% es sembrada de maíz azul, un 14 % de maíz rojo y el 8 % de maíz amarillo. Los maíces de color todos son nativos (cuadro 12).

Producción de maíces en Uricho

La producción de maíces en la comunidad muestra la disponibilidad del grano que las familias tienen para subsistir, por lo que la figura 13 indica las toneladas que se cosechan por variedad. El maíz blanco es el que más usan, en su mayoría para tortillas, con casi 34 toneladas que representa 59 %, seguido por el maíz azul que también se usa principalmente en tortillas con casi 14 toneladas que representa el 24 %, y en menor cantidad el rojo, 8 toneladas que presenta un 15 %. El amarillo con menos de una tonelada que representa el

1.4%. Y el maíz híbrido con 1.3 % (750 kilogramos). De los cuales en total se cosecharon 57 toneladas con 464 kilogramos. Donde el 99 % de la cosecha es de maíces nativos.

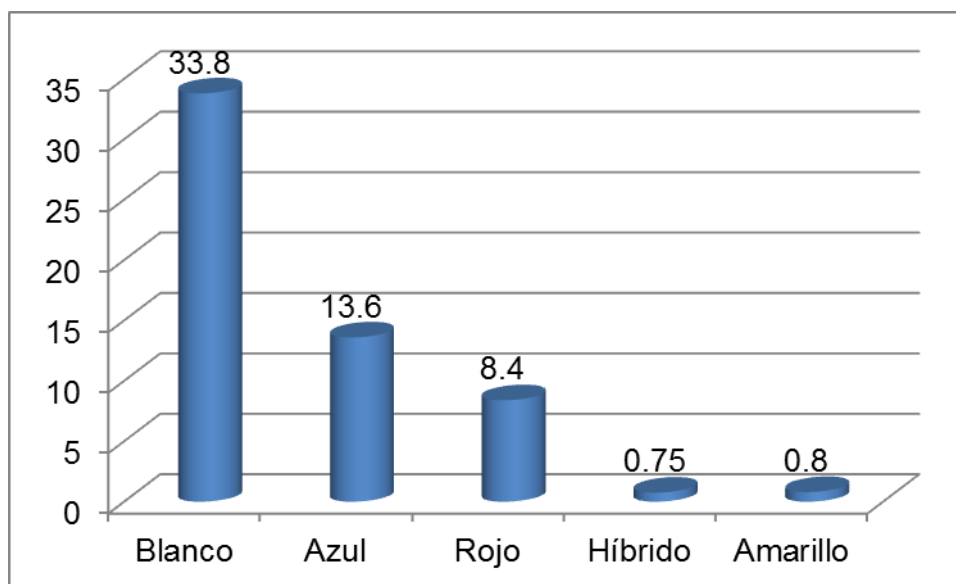


Figura 18. Toneladas cosechadas por variedad de maíz en Uricho.
Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a familias 2020-2021.

Rendimiento por variedad de maíces en Uricho

Los rendimientos de la cosecha muestran la capacidad de producción de las tierras dónde se siembra el maíz, lo cual permite tener una idea de cuánta superficie es dedicada a cada variedad y que rendimiento tiene. El cuadro 13 nos muestra que el híbrido tiene mejor rendimiento. Sin embargo es poco sembrado porque necesita más inversión de dinero, tanto para comprar la semilla para sembrar como para los fertilizantes, herbicidas e insecticidas. Sin embargo el rendimiento del maíz blanco criollo tiene un rendimiento 1.2 toneladas con menos gastos.

Cuadro 13. Rendimientos por variedad de maíz.

Maíz	Producción (t)	Superficie (ha)	Rendimiento (t/ha)
Blanco	33.8	29.1	1.2
Rojo	8.47	7.5	1.1
Azul	13.6	12.5	1.1
Híbrido	0.75	0.5	1.5
Amarillo	0.8	4	0.2

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a familias 2020-2021.

Alrededor de una tonelada de rendimientos no es nada en términos agronómicos, y de mercado. Pero son lo posible en una economía de autoabasto, en donde el tiempo del trabajador y la trabajadora dirigen su prioridad a otras actividades, la parcela es manejada bajo el método “manejo bajo en insumos y mano de obra”.

Entre toda la variedad de maíces que se producen en la comunidad de Uricho, el maíz rojo tiene la finalidad de venta (Figura 19). Y su principal uso de consumo es en pozole.

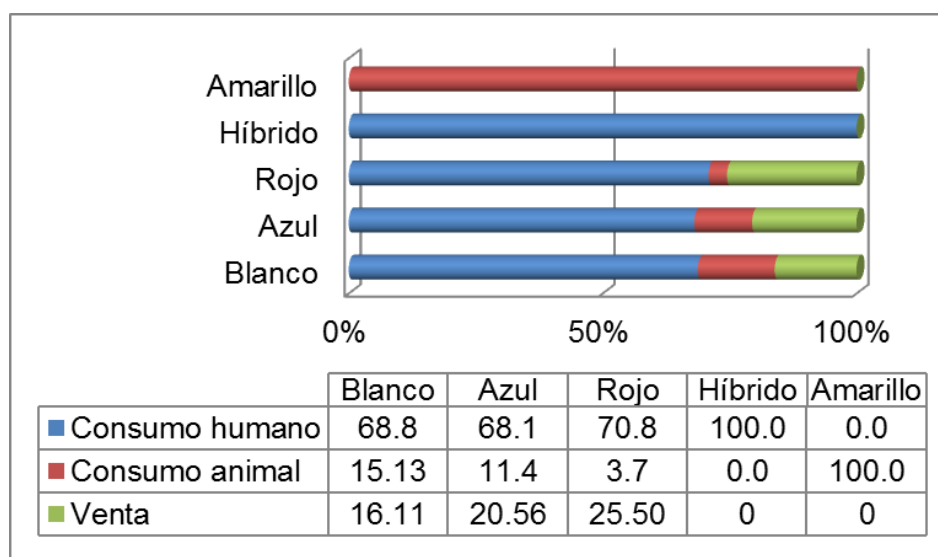


Figura 19. Porcentaje de uso de maíz por variedad en Uricho.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a familias 2020-2021.

Como se observa en la figura 20 la mayor parte de la producción es para el consumo humano. Y la mínima parte es para el consumo animal. Aunque también hay que destacar que la venta es sólo una opción parcial que va del 16 al 25 % (el maíz amarillo no lo venden porque lo producen especialmente para los animales).

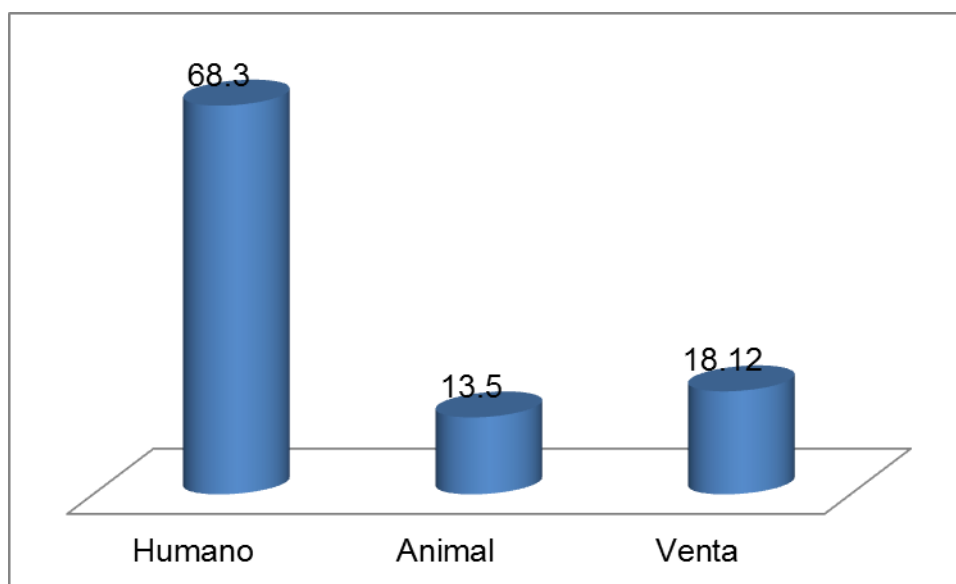


Figura 20. Porcentaje consumo de maíz en Uricho.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a familias 2020-2021.

Duración de maíz para auto abasto en las familias de Uricho

Actualmente el maíz que se siembra en la comunidad no alcanza para abastecer hasta la siguiente cosecha por lo que tiene que comprar a las tiendas de abarrotes de la comunidad. La figura 21 muestra que al 60 % si les alcanza para salir el año. Lo que indica que del 40 % de las familias que compran maíz una parte del año, al 5 % sólo les alcanza para el primer semestre, al 21 % le alcanza para medio año y al 14 % le alcanza para las primeras tres partes del año. La mayoría de las familias que compran el maíz (52 %) prefieren comprar al agricultor porque es más barato y porque les gusta el sabor del maíz criollo, pero cuando escasea lo tiene que comprar en la tienda²⁴ porque ya no hay

dónde conseguirlo, por lo que eligen la tienda más cercana que las atienda bien pesando el maíz correctamente, porque en unas dan menos que en otras.

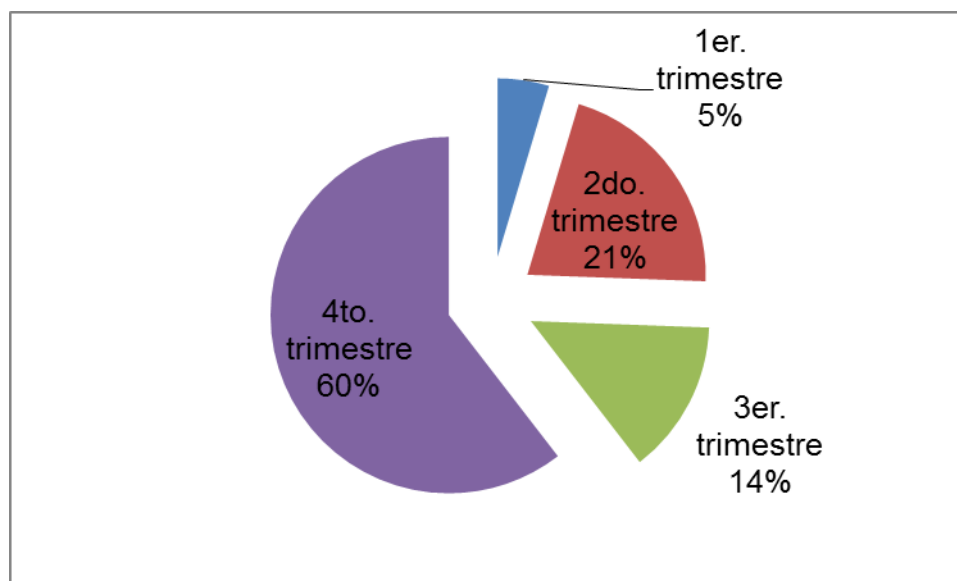


Figura 21. Duración de maíz auto abasto en Uricho.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a familias 2020-2021.

5.1.3. Elaboración y consumo de tortilla en San Francisco Uricho

Consumo de tortilla en la comunidad

Es importante tener en cuenta que el maíz se consume principalmente de forma procesada y el principal producto es la tortilla, que es el componente más importante de la alimentación de la población, considerando el volumen consumido por persona, que lo convierte en la principal fuente calórica y de otros nutrientes esenciales (CEDRSSA, 2014). Y el consumo de tortilla en la comunidad de Uricho no es la excepción, ya que aún acompaña los platos en cada comida, por lo que el 100 % de los entrevistados dijo que consume tortilla y seguirán consumiendo por las siguientes razones.

²⁴ Éstas representan un flujo de entrada de maíz de muy distintos lugares del país y son un vínculo entre la producción agroindustrial de maíz y la elaboración manual de tortillas (Orozco, 2007).

Razones de consumo

El 30 % la consume por costumbre, otro 30 % porque es bueno para la alimentación, el 22 % tanto porque son buenas para la alimentación y como también por costumbre, el resto dice que porque siembra maíz y es muy natural, sólo una persona dijo que la consume porque le sale más barato.

Más de la mitad de las familias (37) aún hacen las tortillas que se comen, lo que representa el 62 % de la muestra, el 28 % (17) las compran de las cuales 12 familias compran tortilla artesanal y 5 familias compran tortilla industrial. Por lo que el consumo de tortilla artesanal en la comunidad es de 85 % (51) y de industrial es de 15 % (9) (Figura 22), resultado que indica que la mayor parte de las familias, aún tiene las posibilidades de consumir la tortilla nixtamalizada que es de mayor calidad nutricional.

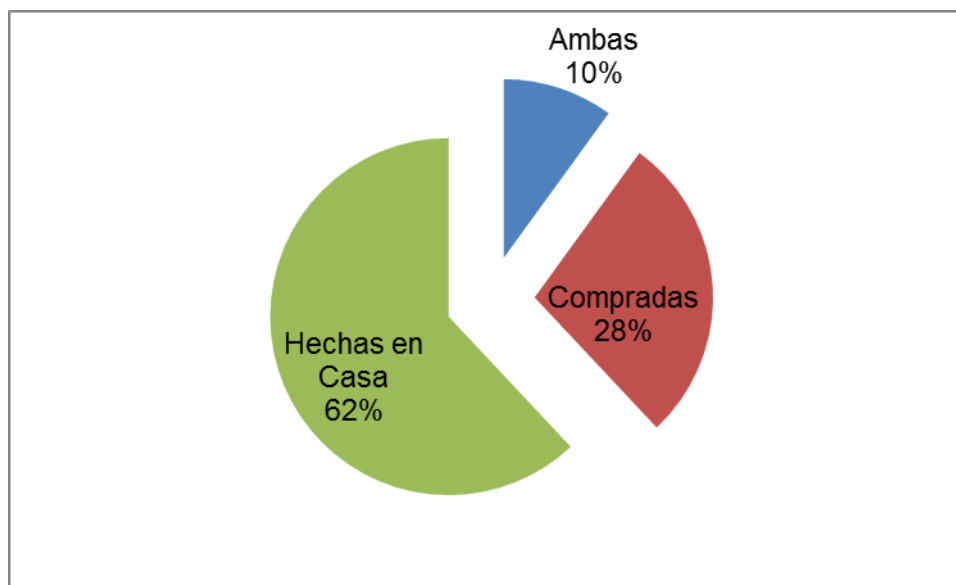


Figura 22. Tipo de tortilla consumida por familia.
Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a familias 2020-2021.

Donde el promedio consumo de tortilla por familia diario es de 1.95 kg. Lo que nos lleva a un consumo per cápita de 325 gramos. Recuérdese que es tortilla gruesa (51 gramos)

La frecuencia de consumo semanal de las familias es que de las que compran tortillas, sólo una familia compra dos veces a la semana, el resto que es la mayoría las compran todos los días. La mitad de quien consume tortillas hechas en casa, las hacen todos los días, las demás cada tercer día 19 % o 1 o 2 veces por semana 31 %.

Dinero gastado en consumo de tortillas

El promedio del egreso que las familias gastan para la alimentación semanal es de \$886 pesos del cual gastan en tortillas un promedio de \$124 pesos, lo que representa el 14 % del gasto total que se invierte en comida. Lo que muestra que la tortilla es tomada en cuenta como principal fuente de alimentación.

Percepción de su estado económico familiar

La percepción de su estado económico, muestra que tan necesitadas económicamente se sienten. Quienes para contestar dieron una revisión rápida, a su estado físico, la dificultad que tiene para conseguir los alimentos, y la casa en que viven, en el que el 42 % se identifica dentro de la clase media baja, porque tiene que comer, aunque la casa no la tiene como quisiera, tiene un techo dónde vivir. El 22 % se considera de la clase media y el 36 % se considera pobre.

La tortilla artesanal es la preferida en los eventos especiales, porque aún es valorada en la comunidad. Una familia que en sus eventos ofrece tortilla artesanal muestra que son personas sociables porque cuenta con el apoyo de la gente para hacerlas, además de que les da distinción. Por otra parte, las mujeres que acuden a dar apoyo en hacer tortillas cuando se les solicita, además de que pagan o adelantan un favor, ellas conviven, socializan, se divierten, comen, toman cerveza y bailan. Por lo que se resaltan los siguientes aspectos: trabajo colectivo y convivencia; es un antojo popular; son llenadoras y económicas.

Una tortilla se caracteriza por el color, grosor, textura, olor y sabor. El comensal primero ve la tortilla, si le agrada el color y el grosor, la toca, la huele y la muerde para saborearla y así decide si come más o no. El 65 % de los entrevistados dijo que para comerse una tortilla toma en cuenta su sabor y alguna de las características, ya sea sabor y color, sabor y olor, sabor y textura, o sabor y grosor. El 23 % dice que toman en cuenta todas las características, y el 12 % toma en cuenta alguna otra característica menos el sabor. Lo que indica que una tortilla para ser consumida tiene que tener un buen sabor.

Cuando un familiar está fuera del hogar, el principal detalle que una madre hace por sus hijos es enviarle tortillas de las que ella hace, cuando los hijos salen cada semana por motivos de trabajo o escuela se llevan las tortillas para una parte de la semana, aunque no se investigó cuántas familias proveen de tortillas a sus familiares que salían a trabajar cada semana, solo se preguntó si enviaban a los Estados Unidos y el 10 % contestó que sí, solo a los familiares.

Diferencia gastos tortilla artesanal y tortilla industrial fresca

El total de integrantes promedio de las familias de Uricho es de 7 miembros y consumen 1.95 kg de tortillas diario. El precio promedio de cada tortilla hecha a mano en esta comunidad es de 50 gramos y su costo es de \$1. Por lo que por 39 tortillas son \$39 diarios. Por 365 días son \$14,235 por año.

Si es de la tortilla industrial \$17 por 2 kg es igual a \$34 por 365 días del año, gastan anuales \$12,410. Por lo que consumir tortilla industrial ahorra \$1,825 menos que si consumiera la tortilla artesanal. Sin embargo de las familias que compra (17 de 60), 12 familias (71 %) compran tortilla artesanal. El consumo por persona diario de tortilla es de 278 gramos, al año consume 101 kg.

De 43 mujeres que hacen tortillas son 15 mujeres que le mezclan harina de trigo (150 g. en promedio) a la masa y dos usan la harina de maíz industrializada, el resto elabora las tortillas 100 % de maíz.

Como se observa en general, la comunidad de Uricho consume tortilla artesanal, En su mayoría de sus propios maíces, la hacen por el buen sabor que tiene la tortilla, porque ellos ya están acostumbrados y porque les da la satisfacción de comer bien. Aunque en las tiendas se ofrece la tortilla industrial no se ha aumentado el consumo. Hace 4 años aproximadamente había una tortillería industrial la cual no tuvo éxito y cerró. Así que la poca tortilla industrial fresca que se vende diariamente (110 kg), la dejan en 4 tiendas de abarrotes de la comunidad, está la traen de la cabecera municipal de Erongarícuaro.

También como existen mujeres que hacen tortillas para vender en la comunidad, los habitantes de Uricho pueden ir a comprarlas a la hora de la comida para consumirlas recién hechas. Lo cual es valorado por que son muy blanditas y ricas. Aunque no se está dispuesto a pagar más de un peso por la tortilla.

Tradición artesanal de tortillas. Conocimiento perdurable

De las 60 familias entrevistadas son 17 familias que compran tortillas, 15 de estas familias que compran tortillas, cuentan con el conocimiento de hacerlas, solo que no las hacen por falta de tiempo, o de espacio físico. Sin embargo, se pone en práctica cuando se asiste a las fiestas dónde se les invita. Como se observa el conocimiento de hacer tortillas aún perdura en la comunidad.

5.2. Las mujeres tortilleras aspectos socioeconómicos y cadena productiva

5.2.1. Aspectos sociodemográficos de las mujeres tortilleras

La comunidad de Uricho cuenta con 60 mujeres tortilleras, de las cuales se entrevistó a 18 de ellas, lo que representa el 30 % del total de mujeres dedicadas a este oficio. La mitad de las mujeres entrevistadas tienen entre 30 y 49 años de edad y la otra mitad está entre 50 y 72 años de edad. Dos mencionaron estar separadas, 1 indicó ser viuda y 15 manifestaron estar casadas. Tienen bajos niveles de escolaridad (tres sin estudios, ocho tienen

primaria inconclusa, cuatro terminaron la primaria y tres más terminaron la secundaria)

El tiempo que tienen dedicándose a este oficio, 12 (66 %) tiene más de 11 años en el oficio, 3 (17 %) tienen en el oficio entre 6 años y 10 años y el resto 3 (17%). de ellas tienen menos de 5 años en este oficio Como se observa, el grupo mayoritario son los que tienen más de 11 años en la actividad, lo que muestra que en los últimos años son pocas las mujeres se han sumado a la elaboración y venta de tortilla.

Las mujeres antes de dedicarse hacer tortillas para vender, eran amas de casa. En el cuadro 14 se muestran las características de las mujeres entrevistadas que las diferencian entre sí, el promedio de edad que tienen las entrevistadas es de 50 años son casadas que iniciaron estudios de primaria pero no todas terminaron. Aprendieron el oficio por la mamá, venden en el mismo municipio al que pertenece la comunidad que es Erongarícuaro, poseen un pedazo de tierra que les permite cultivar maíz para una parte del año. Tienen más de 10 años vendiendo tortillas principalmente de color blanco y solo unas pocas de color azul, el volumen de venta que producen son más de 20 docenas por evento.

Cuadro 14. Características sociodemográficas de las mujeres tortilleras.

Seudónimo	Edad	Estado civil	No. de hijos (as)	Escolaridad	Transmisión del saber hacer tortillas artesanales	Municipio de venta	Posesión de tierra	Años dedicados a la venta de tortillas	Tipo de acceso al maíz	Variedad de maíz (color) empleado para la elaboración de tortillas	Docenas vendidas por evento
Mariana	40	Casada	2	primaria	Suegra	Erongaricu aro	Si	17	Autobasto y compra	Blanco	20
Adela	40	Casada	2	primaria	Suegra	Pátzcuaro	Si	18	Autobasto y compra	Blanco	25
Candelaria	67	Casada	1	1 primaria	Mamá	Erongaricu aro	No	43	Compra	Blanco	20
Miriam	43	Casada	3	primaria	Mamá	Erongaricu aro	No	20	Compra	Blanco	20
Laura	46	Casada	4	2 primaria	Mamá	Erongaricu aro	Si	10	Autobasto y compra	Blanco y azul	30
Yolanda	57	Viuda	1	3 primaria	Suegra	Pátzcuaro	Si	8	Autobasto y compra	Blanco	30
Ricarda	60	Casada	3	5 primaria	Mamá	Erongaricu aro	Si	30	Autobasto y compra	Blanco	20
Eustolia	32	Casada	1	secundaria	Mamá	Erongaricu aro	Si	1	Autobasto y compra	Blanco	20
Paulina	57	Casada	2	primaria	Mamá	Erongaricu aro/ Pátzcuaro	Si	25	Autobasto y compra	Blanco y azul	30
Mercedes	68	Casada	1	sin estudio	Abuela	Erongaricu aro	Si	26	Autobasto y compra	Blanco	25
Eva	30	Casada	4	4 primaria	Suegra	Erongaricu aro/ Pátzcuaro	Si	8	Autobasto y compra	Blanco y azul	18
Marisol	40	Casada	6	secundaria	Mamá	Erongaricu aro/ Pátzcuaro	Si	15	Autobasto y compra	Blanco	19
Rita	55	Casada	1	3 primaria	Suegra	Pátzcuaro	Si	2	Autobasto y compra	Blanco	18
Adela	43	Casada	3	2 primaria	Mamá	Pátzcuaro	Si	7	Autobasto y compra	Blanco	30
Andrea	65	Casada	1	3 primaria	Mamá	Pátzcuaro	Si	2	Autobasto y compra	Blanco y azul	40
Esmeralda	36	Casada	3	secundaria	Mamá	Pátzcuaro	Si	3	Autobasto y compra	Blanco y azul	25
Jerónima	72	Separada	1	sin estudio	Mamá	Pátzcuaro	No	30	Compra	Blanco y azul	25
Juana	65	Separada	1	sin estudio	Mamá	Erongaricu aro	No	25	Compra	Blanco y azul	20

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Nota: Cabe aclarar que en todos los casos se cambiaron los nombres y se usaron seudónimos para resguardar la confiabilidad de las participantes.

La razón principal por lo que las señoras trabajan, 11 dijeron que es para complementar el gasto (61 % de las entrevistadas); 6 (33 %) contestaron que lo hacen por necesidad y sólo una mujer dijo hace este oficio para ahorrar dinero y para hacer arreglos a la casa (Figura 23). Por lo que se traduce que todas comenzaron a hacer tortillas para vender por escasez económica en sus hogares.

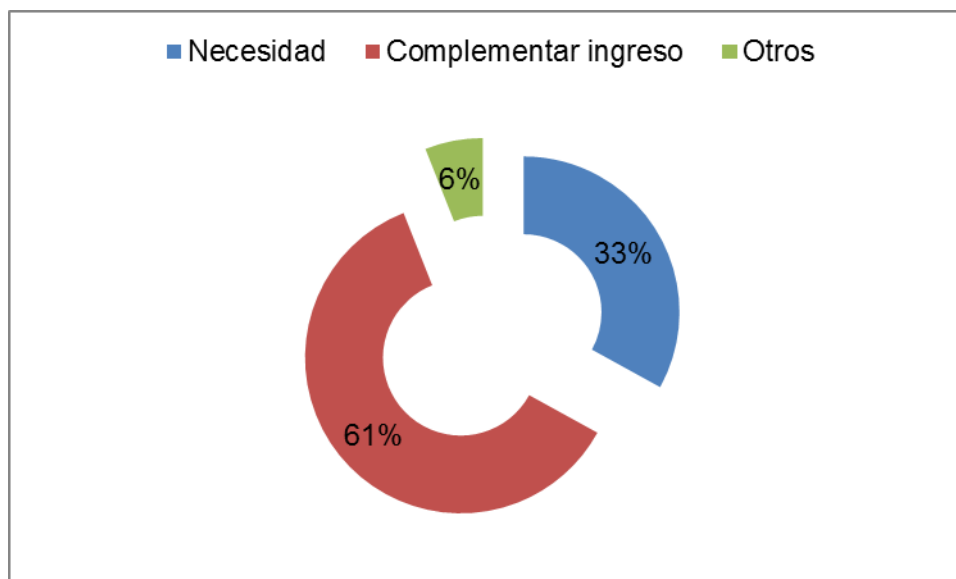


Figura 23. Razones para incursionar en la producción de tortilla artesanal.
Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Al no contar con estudios, sus opciones de trabajo se restringen a tres fuentes de empleo accesibles a las mujeres de la región: empleada doméstica, jornalera y vendedora de artesanías (el bordado en punto de cruz) o de tortillas (Marcelo *et al.*, 2019), por lo que el vender tortillas es la mejor opción que han visto.

El oficio de tortillera 13 (72 %) mujeres lo aprendieron porque su mamá las enseñó durante su desarrollo en el seno familiar, 4 (22 %) mujeres lo aprendieron con la suegra y 1 (6 %) con la abuela. Lo que indica que es un conocimiento que la mayoría de las veces se adquiere en el seno familiar durante el crecimiento, pero también es un oficio que se puede aprender en la edad adulta, ya que varias mujeres aprenden hacer tortillas cuando ya forman una familia.

En la actualidad en estas regiones, el hacer tortillas sigue siendo una actividad exclusiva de las mujeres. Algunas mujeres de la muestra expresaron que el hombre solamente va a comprar las tortillas y se abastece de alimentos, en los casos específicos en los que no hay mujer en casa, de lo contrario él se aleja de la cocina, sólo llega a comer. Dicen “Aun no es bien visto que el hombre

haga tortillas en la casa, aunque si estaría bien, pero les hacen burla”, también les preguntan “¿Que no tienes quien te haga?” “Búscate una mujer para que te haga”, o los ofenden diciéndoles que son del sexo opuesto (expresiones de las participantes en el taller participativo noviembre 2020). Son comentarios que en su mayoría vienen de hombres y también de algunas mujeres. Otras razones que expresaron algunas mujeres es que los hombres tienen su trabajo fuera de la casa, y en el campo. Y la mayoría, sólo contestó que no sabía. Razón para no profundizar más en algo que ven normal, ven como costumbre y para evitar discusiones.

La mayoría de las mujeres entrevistadas están casadas lo que representa el 83%, el 11 % están separadas y un 6 % son viudas. Lo que nos muestra que para dedicarse a esta actividad no importa el estado civil ni la edad. Sino contar con los medios para hacerlo y tener el valor para salir a vender, además de la necesidad.

El esquema de la figura 24 muestra los pasos que las mujeres tortilleras de Uricho hacen cada vez que producen tortillas para vender. Las líneas gruesas muestran las estrategias más comunes entre las mujeres entrevistadas. Para llevar a cabo la actividad ellas tienen que conseguir el maíz, que es el insumo principal y el más costoso, cuando la familia no se dedica al cultivo, una vez teniendo todo los insumos (maíz, cal y leña) realizan el proceso de nixtamalización preparando cada una a su manera, para después llevarlo a moler al molino de la comunidad más cercano, una vez convertido en masa, se forman bolitas que son conocidos como testales y estas a la vez se comienza a palmeear hasta convertirlas en la tortilla deseada. La mayoría de las señoras palmean las tortillas. Para la venta, cuando es fuera de la comunidad, las mujeres tienen que hacer uso del transporte público para llegar hasta el consumidor, lo cual lo hacen tocando de puerta en puerta para ser entregada al consumidor convencional el cual paga con efectivo, otra manera de vender su producto es en el mercado, en este caso al de Pátzcuaro o Erongarícuaro y sentarse en algún lugar y esperar a que llegue el consumidor a comprar.

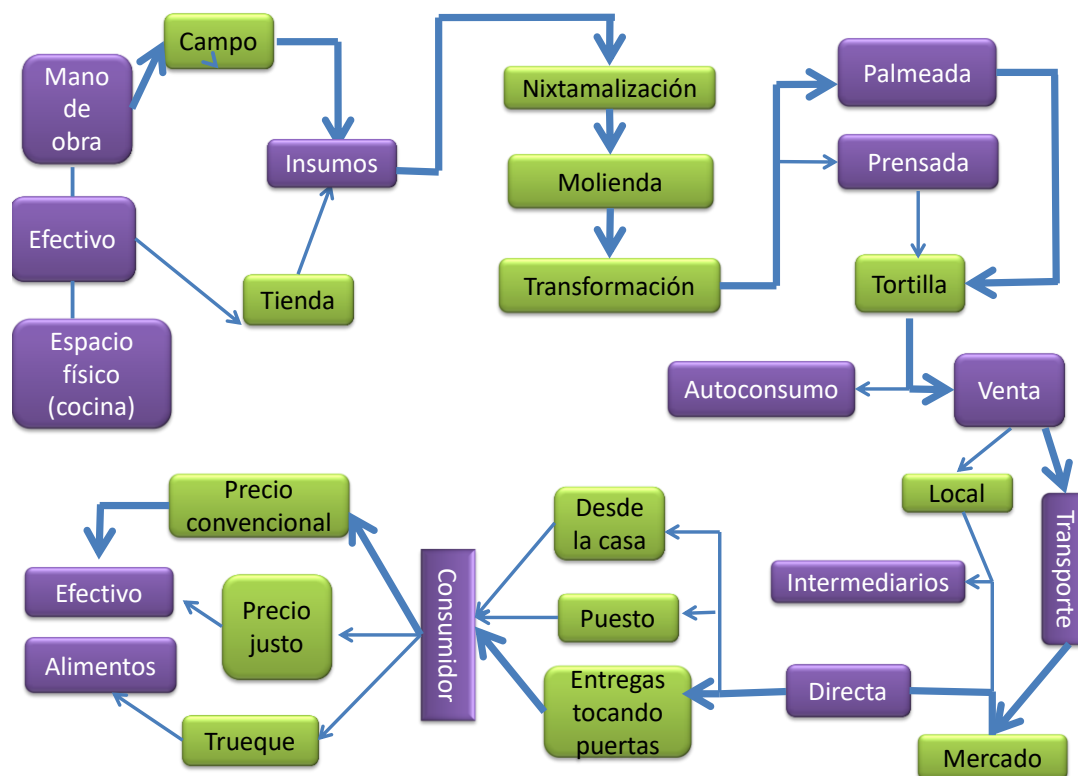


Figura 24. Sistema de flujo en la producción de tortilla artesanal.
Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

5.2.2. Aspectos económicos

Uno de los aspectos económicos importantes, es saber el número de integrantes de las familias de las mujeres tortilleras para tener la noción que tan grandes son, por lo que hay 8 familias que están integradas por 5 integrantes, 3 familias de 6 integrantes, una familia de 8 integrantes y el resto es de menos de 4 integrantes en la familia (Figura 25), se observa que no son familias grandes, ya que el promedio de integrantes de las familias de mujeres tortilleras es de 4.4 por ciento.

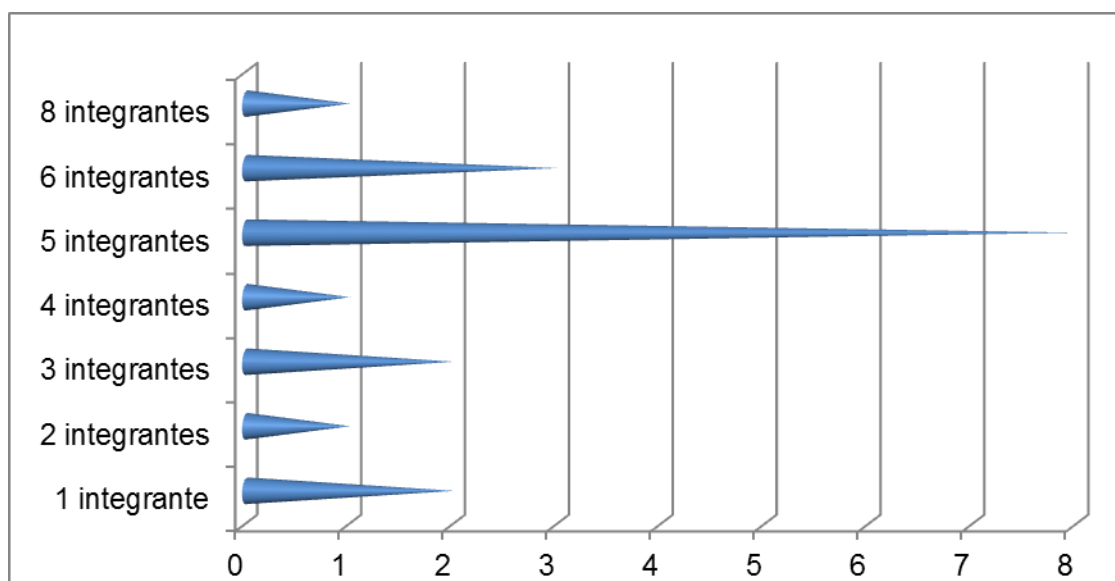


Figura 25. Número de integrantes por familia.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021

Aportación de la mujer tortillera al gasto familiar

El gasto que la mujer aporta para sostén familiar por trabajar como tortillera. Es un alivio a las necesidades primarias, lo cual significa menos preocupaciones y una tranquilidad contar con un ingreso propio. Por lo que del gasto que se hace en el hogar, 9 señoras dijeron que la aportación que hacen de las tortillas es menos de la mitad, y 5 de ellas dijeron que ponen la mitad de lo que se gasta. Tres de ellas dijeron que todo lo que se gasta sale de las tortillas. Para la mayoría el ingreso proveniente de las tortillas es un complemento a los gastos familiares y sólo para algunas es su único sostén (figura 26).

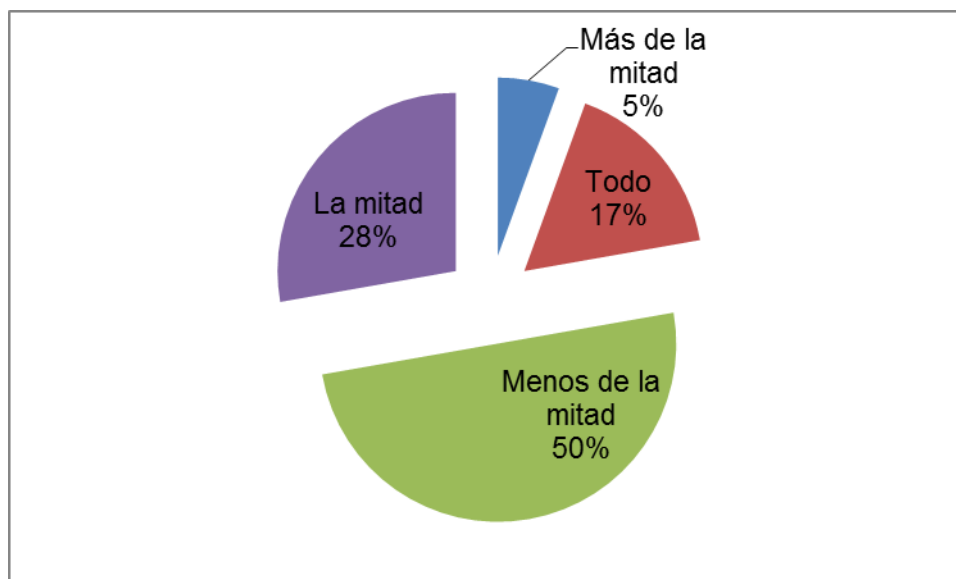


Figura 26. Aportación de la mujer tortillera al gasto familiar.
Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Remesas

Las mujeres que reciben dinero de Estados Unidos son porque están allá los hijos o el esposo. De la muestra sólo 3 mujeres reciben de vez en cuando dinero de un familiar de Estados Unidos. Una señora de 65 años dice “no quiero estar dependiendo sólo de que me manden, porque ellos también tienen necesidades, así que, yo por eso busco la manera de tener algo”.

En cuanto a las remesas en el año 2020 el estado de Michoacán con 4, 056 millones de US dólares (md), se encontró en segundo lugar en cuanto al monto total de remesas después de Jalisco (4,153 md) y seguido de Guanajuato (3,469 md).²⁵

Por lo que se concluye que la mujer trabaja para su alimentación y el dinero que reciben lo deja para arreglos de casa. O tener un ahorro de emergencias.

²⁵ <https://www.bbvaresearch.com/publicaciones/mexico-estimaciones-del-flujo-de-remesas-por-entidad-federativa-para-2021/> consultado 5 jun21

Vivienda

El tener una casa propia da cierta estabilidad a la familia, ya que no tienen que estar rentando, o estar en casa prestada. Por lo que poco más de una cuarta parte de las mujeres viven en una casa prestada pero la mayoría tienen casa propia (13 mujeres, 72 %). La mitad de las mujeres entrevistadas tienen 2 cuartos, el resto tienen más de 3 cuartos en sus casas. La mayoría tienen su cocina aparte. Los materiales con que están construidas sus casas son de ladrillo 56 % y el 39 % es de adobe (Figura 27).

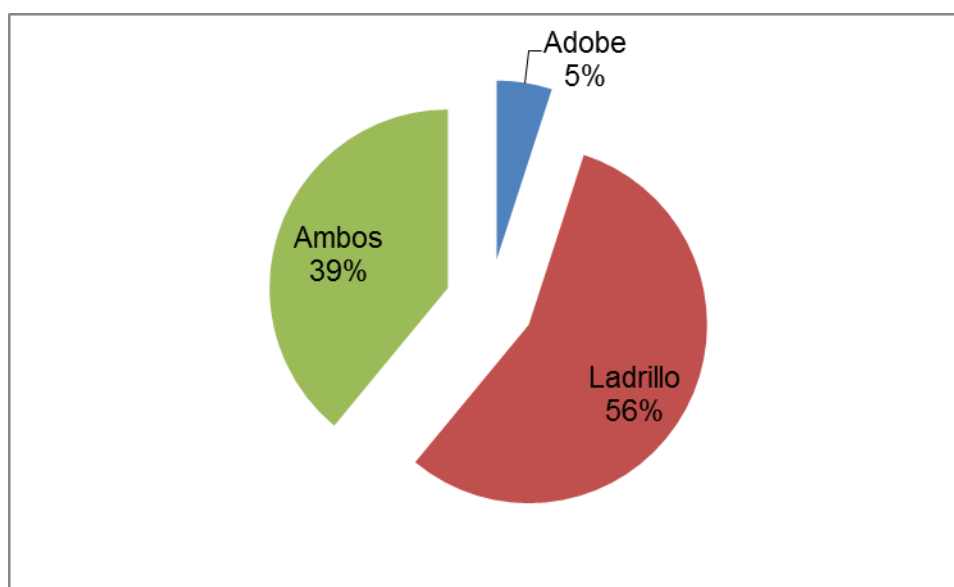


Figura 27. Viviendas de mujeres tortilleras.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Las casas de la mayoría de las mujeres entrevistadas 14 (78 %) tienen techo de losa, 3 (17 %) tienen techo de teja y 1 (6 %) tienen techo de lámina. El total de las entrevistadas tienen piso de cemento, 16 mujeres tienen agua corriente y 2 tienen agua de noria, 15 están conectadas al drenaje y el resto tienen pozo negro. Todos los hogares tienen electricidad. Sólo 4 familias tienen televisión de paga, y el resto tiene televisión abierta, el 100 % usa leña en su cocina y de ellas 12 tienen estufa de gas.

5.2.3. Cultivo de maíz

El que las mujeres tortilleras tengan tierras para sembrar muestra la disponibilidad de maíz para su producción de tortillas, por lo que de las 18 mujeres entrevistadas 14 cuentan con tierra para sembrar lo que representa 78% (Tabla 15).

Cuadro 15. Mujeres tortilleras que cultivan maíz.

Tierras	Porcentaje	número
Si	77.8	14
No	22.2	4

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Saber la superficie que las mujeres tortilleras siembran, indica que tanto pueden vender tortillas con el maíz que cultivan, por lo que el cuadro 16 muestra que la mayoría de las mujeres solo siembra menos de media hectárea lo que indica que tiene que comprar maíz para la venta de tortillas.

Cuadro 16. Superficie que siembran con maíz los sujetos de estudio.

Superficie ha	Porcentaje	Personas
Hasta 2	7.7	1
Hasta 1	38.5	5
Hasta .5	61.5	8

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

La tenencia de la tierra muestra el derecho que las mujeres tienen al poseerlas. Lo cual les permite cierta seguridad de cuidarla. Por lo que el cuadro 17 indica que 7 mujeres siembran en parcelas de pequeña propiedad.

Cuadro 17. Tenencia de la tierra.

Tenencia	Propietarias
Ejidal	4
Pequeña propiedad	7
Federal	3

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Y los siembran en sistema milpa que es la mayoría, representa un 72 %. Combinado maíz con frijol se siembra el 7 % y en monocultivo de maíz se siembra el 21 % (Figura 28).

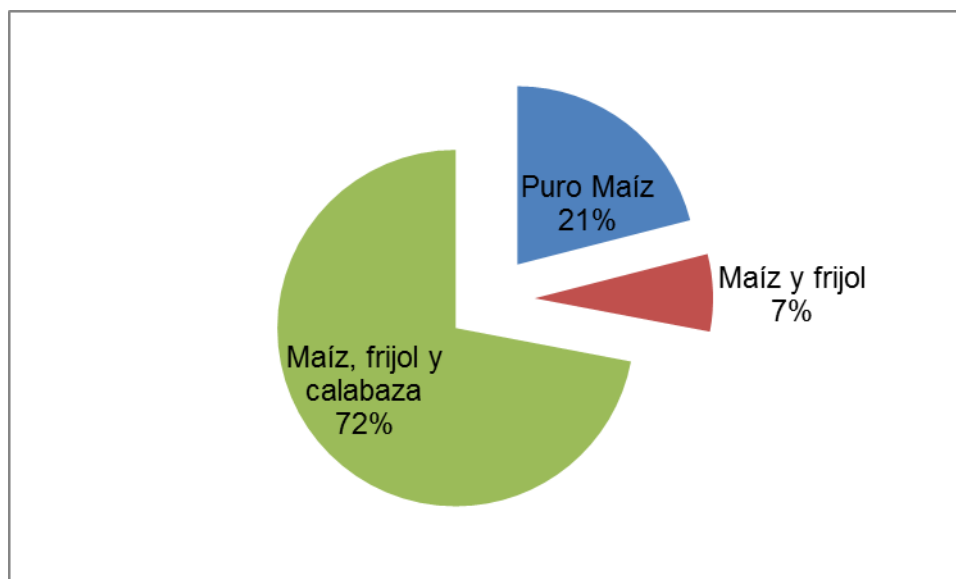


Figura 28. Siembra de maíz asociado o monocultivo.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

El sembrar en sistema milpa permite asegurar cosechar diferentes productos los más comunes maíz, frijol y calabaza para complementar su alimentación. Todas las mujeres que siembran es para el autoabasto y solo dos de ellas venden el maíz en grano. Las variedades que siembran es maíz blanco, rojo, y azul. El maíz blanco y maíz azul se usan principalmente para las tortillas y el rojo es para el pozole.

5.2.4. Elaboración tortilla artesanal para venta

Cuando las mujeres comenzaron a vender tortillas, algunas enfrentaron problemas con su pareja, el motivo era porque él no quería que los niños se les dejara solos en casa. La falta de aportación económica por parte del esposo, “él se gastaba todo lo que ganaba en las bebidas alcohólicas” (Jerónima, 72 años), las obligó a buscar los medios para traer comida a casa, así que, aunque tuvieran problemas, lograron lidiar con eso y continuar con la actividad

Actualmente son dos mujeres las que reconocieron, que de vez en cuando tienen problemas con la pareja, el motivo es porque cuando él llega de trabajar encuentra la casa sucia ya que la señora regresa más tarde de la venta, ellas se motivan expresando “de alguna manera ya uno le va buscando la forma, lo ignora para no hacer más grande la discusión. De todas maneras, se necesita tener un trabajo para complementar gastos, porque sólo con lo que ellos ganan, hay más limitaciones” (Adela, 43 años). De esta manera, se ve la disminución de la violencia en este aspecto, y por lo tanto es una actividad consolidada en la estructura familiar; se interiorizó que esa entrada económica es necesaria, incluso se puede pensar que pasó a segundo plano la idea de que son mantenidos los cónyuges.

Como se observa las mujeres tortilleras decidieron este oficio porque su entorno les permitió adquirir el conocimiento y la habilidad de elaborar tortillas y vender. Ya que Uricho es una comunidad que continúa cultivando el maíz y transmitiendo el conocimiento de hacer tortillas de madres a hijas aunque en menor medida. Ellas en sus hogares toman las decisiones con sus gastos, aun

con las diferencias que se puedan presentar con su pareja, jerarquizando situaciones que se les presenten. Las artesanas y comerciantes buscan la manera para lograr su objetivo asegurando la alimentación de su familia además de lograr una satisfacción personal.

Insumos

Grano

Todas las mujeres tortilleras (18) usan el maíz blanco cuyo precio es de \$7 el Kg., y particularmente 6 de ellas también trabajan el maíz azul (33 %). Las señoras que usan el maíz azul lo hacen porque “el cliente pide tortillas azules”. Pero no las elaboran únicamente de grano azul porque este es muy caro y escaso (13 pesos kg). Lo que hacen es revolverlo con el grano de color blanco en una composición de mitad y mitad. Así, ya “cumplen” las preferencias del marchante. Si las hicieran 100 % de puro maíz azul tendrían que ofrecerlas más caras (Andrea, 65 años), cuestión que el cliente no paga, así que tienen que buscar la forma para equilibrar el costo beneficio de esta actividad.

De las 18 mujeres entrevistadas son 14 las que tienen tierra (78 %); 11 siembran pero compran maíz para vender tortillas, porque lo que cosechan sólo les alcanza para consumo familiar, 3 tortilleras se autoabastecen de maíz todo el año. A 4 mujeres se les acaba el grano en los meses de julio y agosto. Periodo en que se termina también en el resto de la comunidad por lo que se comienza a comprar a los tenderos de la misma localidad. La mayoría de las tiendas 12 (65%) lo traen de la central de abastos que comúnmente tiene maíz de origen sinaloense. De las 18 mujeres, el 70 % usa el maíz nativo, el resto usa el híbrido (Figura 29). El 32 % tiene que comprar híbrido porque se termina el criollo antes de la siguiente cosecha.

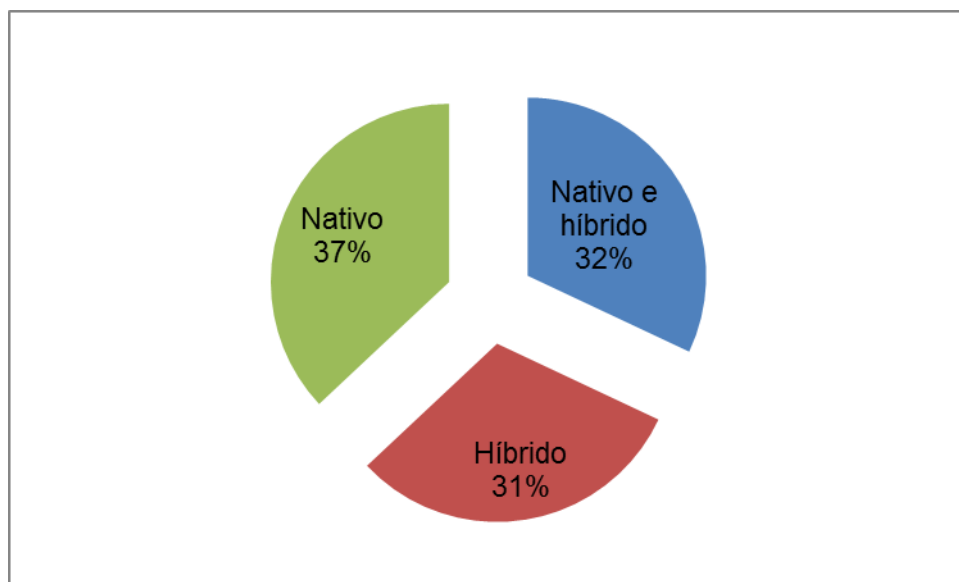


Figura 29. Tipo de maíz transformado en tortilla para venta.
Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Por lo que el conseguir maíz externo es una necesidad en la comunidad y las tiendas de abarrotes locales son las que surten este grano. Todos los meses del año lo pueden conseguir a un precio mayor que el maíz nativo.

El kilogramo de maíz híbrido en noviembre del año 2020 costaba \$7 pesos en la tienda (Cuadro 18). Era temporada alta para los tenderos en cuanto a la venta de maíz²⁶, y el costo del maíz nativo estaba a \$6.24 pesos el kg. Es casi un peso más que el maíz nativo. La mayoría de las señoras prefieren comprar el maíz nativo, pero como no siempre hay, no les queda otra que ir a la tienda. Las mujeres que siempre compran el maíz en la tienda lo prefieren por el hecho de que ahorran tiempo al buscar el maíz (Mercedes, 68), prefieren ir a la tienda más cercana ya que el precio es el mismo en todas. Aunque, comprar maíz a un agricultor permite un ahorro de casi un peso por kilo, consideran que es una pérdida de tiempo el ir hasta la casa del agricultor, por la distancia que tienen que caminar, de lado a lado de la comunidad y no siempre es seguro encontrar

²⁶ Aunque el precio es el mismo en la mayoría de los casos, el tendero vende el doble en la temporada alta.

al casero y que tenga el maíz. Lo que indica una dinámica propia del mercado local de maíces.

Cuadro 18. Maíz. Producción y mercado.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Cosecha Local NATIVO \$ Kg.	6.24	6.24	6.24	6.24	6.24	6.24	6.24					
Compra en tienda HÍBRIDO \$ Kg.	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Leña

Se observa en la figura 30, que más de la mitad de las mujeres (61 %) recolectan la leña para hacer tortillas y un 39 % la compra lo que indica que la mujer aprovecha los recursos que hay en su entorno para disminuir los gastos en los insumos y tener más ganancias. La mayoría recolecta leña en el cerro de la misma comunidad y solo 2 mujeres van al cerro vecino.

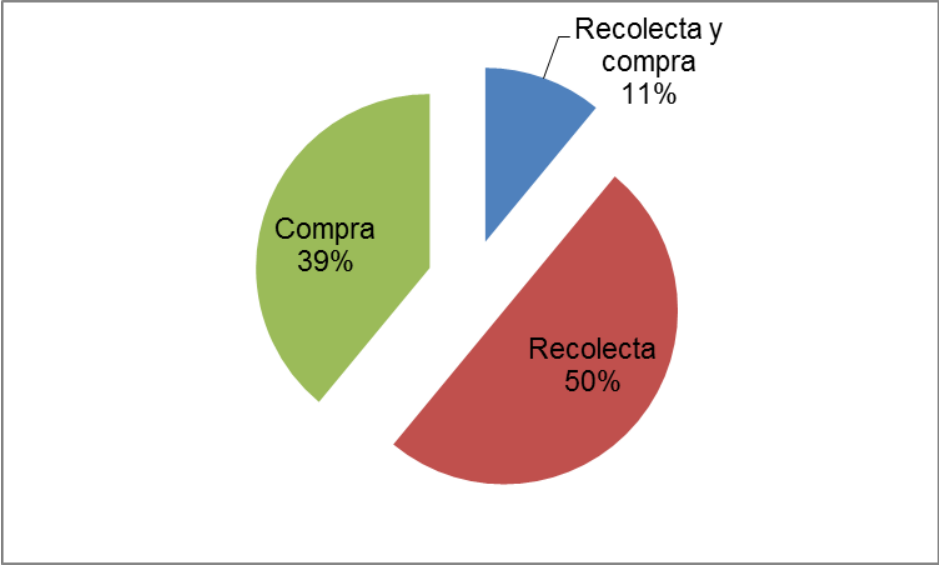


Figura 30. Suministro de leña para elaboración de tortilla.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

La mayoría de las señoras prefieren usar la leña de encino para hacer tortillas, pero como escasea la revuelven con leña de pino, *barañas*²⁷, desperdicio de aserradero o leña de aguacate para que rinda. Aunque la mezcla más común es el encino y el pino, dicen que la leña de encino dura más porque deja braza²⁸ y por lo tanto la cocción de las tortillas es más uniforme, la diferencia del pino que se acaba rápido, no deja brazas y además como su llama es intensa, quema las tortillas y no permite que tenga una cocción uniforme. Así es más difícil lograr que tengan una buena presentación, lo que es primordial a la hora de la venta.

Las mujeres que recolectan la leña, más de la mitad (7.58 %) la transportan en camioneta, donde el dueño es el esposo o el hijo. Toda la familia participa en la recolección ya que también se usa para cubrir otras necesidades entre las más comunes son: cocer frijoles, calentar agua para bañar, cocer el nixtamal y hacer las tortillas.

Gastos de producción de tortilla artesanal

Los gastos que las mujeres tortilleras hacen en cada día de producción da la idea de lo que se ocupa en cantidad de insumos y costo para la elaboración de tortillas. Por lo que la cantidad promedio de los insumos en cada día de producción de maíz son 10 kg, 20 leños, y 100 g cal. Se observa en el cuadro 19, que del gasto total de la producción en maíz se invierten \$66, seguido del transporte \$46, leña \$26, molino \$24.5, bolsas o papel \$5, y cal \$2. Lo que da un gasto total de \$169.5 y una producción de 15 kg de tortillas (25 docenas)

²⁷ Ramas de árboles y matorrales

²⁸ Entre los principales motivos por los que las microempresarias prefieren la leña de encino frente a la de pino, se encuentran que dicha leña deja más brasa, calienta mejor, prende más rápido, produce menos humo y da un mayor rendimiento. Efectivamente la leña de encino tiene un mayor poder calorífico y lo entrega más despacio permitiendo un mejor aprovechamiento. Los humos que emiten tienen menos resinas sin quemar, con lo que generan menos hollín (Galián Z., 2012 citado en Sabán, 2015:54)

este gasto puede disminuir en los casos donde se cuente con el maíz y se recolecta la leña, así como el lugar de venta.

Cuadro 19. Gastos de producción de 15 kg de tortilla artesanal.

Gastos						
	Cantidad kg	\$ nativo	\$ híbrido	Promedio	Totales \$	%
Maíz	10	6.25	7	6.6	66	39
		\$ leñero	\$ intermediario			
Leña	20	1.25	1.5	1.3	26	15
		\$ mínimo	\$ máximo			
Cal	0.1	2	2	2	2	1
Molino	20	19	30	24.5	24.5	14
Transporte		32	60	46	46	27
Bolsas	0.1	5	5	5	5	3
Total					169.5	

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Por lo tanto, la figura 31 nos muestra los porcentajes que se gasta en los insumos necesarios en la elaboración y venta de tortillas. El maíz es en el cual se invierte más, en este insumo se ocupa el 39 % del gasto, seguido por el transporte 27 %, la leña ocupa un 15 %, el pago del molino un 14 %, bolsas el 3.% y cal 1 %.

Por lo que las mujeres que tienen maíz, es un gran alivio para su bolsillo, al igual que las que tienen dónde recolectar leña. Para las mujeres que venden en misma comunidad se ahorran ese 27 % del transporte y las mujeres que venden tocando puerta se ahorran el 3 % de la bolsa, “ya que aunque se gaste poquito siempre es algo” (Esmeralda, 36 años)

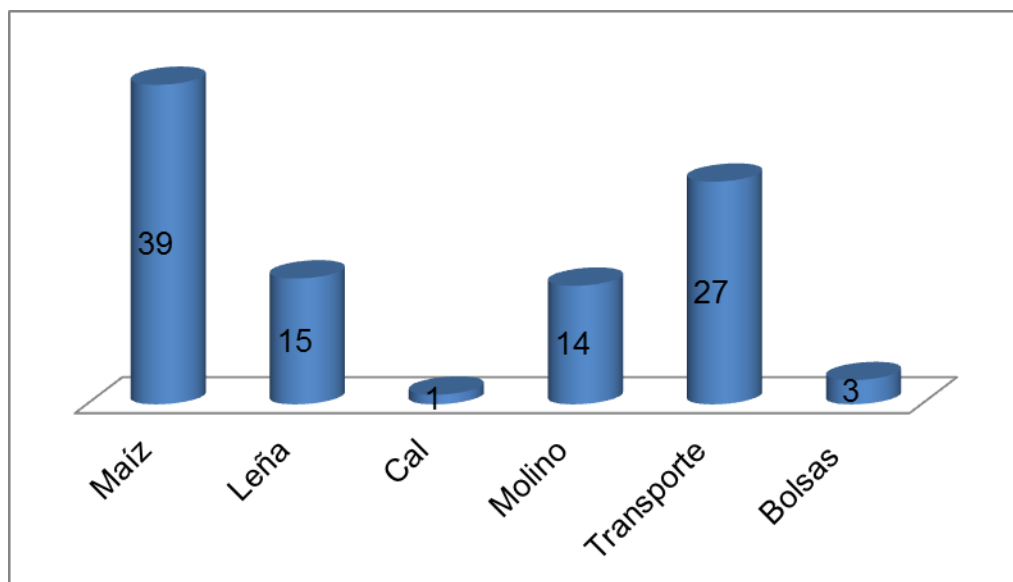


Figura 31. Porcentaje de gastos por insumo en la producción de tortilla artesanal.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Materiales y técnicas que implementan las tortilleras

Fogón

Cocer las tortillas en un tipo de fogón dice mucho sobre la salud de las mujeres que lo usan, la situación económica, así como la inocuidad que se vive en el espacio de elaboración, ya que un fogón normal de tres piedras o con forma de U no expulsa el humo, que produce la leña que se quema, fuera de la cocina, por lo que las mujeres respiran el humo y están más expuestas a enfermedades respiratorias y la diferencia de usar una estufa mejorada es que la mujer se expone menos al calor y a respirar el humo porque cuenta con un chachuaco que expulsa el humo de la cocina. Por lo que, de las 18 mujeres, 13 (72 %) cuecen sus tortillas en el fogón tradicional y 5 (28 %) mujeres las cuecen en una estufa mejorada (Patsari²⁹), ninguna usa el gas para cocer las tortillas, porque este método moderno de cocer las tortillas con el gas les cambia el sabor. Sin embargo, se advierte que la mayoría de las mujeres al trabajar con el fogón tradicional respiran más el humo y hay sobre uso de combustible (aprox. 64 %)

²⁹ Palabra en lengua purépecha que significa “la que guarda” el calor. www.2.iingen.unam.mx.

en comparación con los 5 fogones mejorados (Sabán, 2015). Otra desventaja es que el cuerpo de la tortillera está expuesto a más calor, lo que a la larga puede afectar la salud. Se observa que el gas lo usan sólo para hacer comidas pequeñas o recalentar alimentos, porque este es más caro.

Tipo de comal

La percepción de las mujeres entre cocer las tortillas en un comal de barro y cocerlas en un comal de metal dicen que, “la tortilla se cuece mejor y más pareja en un comal de barro”, lo que le da un buen sabor a la tortilla y al cocerla en un comal de metal esta sale menos cocida además de que las quema más y el sabor no están bueno como el de un comal de barro. El uso de cada tipo de comal también depende de cómo están acostumbradas las mujeres. En Uricho la mayoría de las mujeres cuecen las tortillas en comal de barro, porque dicen que las que están cocidas en comal de metal no están buenas, aunque el comal de barro dura menos por exponerlos a cambios bruscos de temperatura, las mujeres le brindan un cuidado especial para alargar su duración (como ponerle cal cuando se usa por primera vez, ponerle un poco de masa cuando no tiene ninguna tortilla para evitar que se quebré y no moverlo de sus lugar). Las mujeres que tienen estufa eficiente ahorran en comales porque no los quitan.

Técnica para extender la tortilla.

La mayoría de las mujeres hacen las tortillas a mano (72 %). El 11 % usa prensa y 17 % combina ambas técnicas. Lo que indica que aún se mantiene la tradición de extender las tortillas con palmadas, tradición que va a la baja por ser desvalorada en el mercado y no conseguir un precio justo (Figura 32).

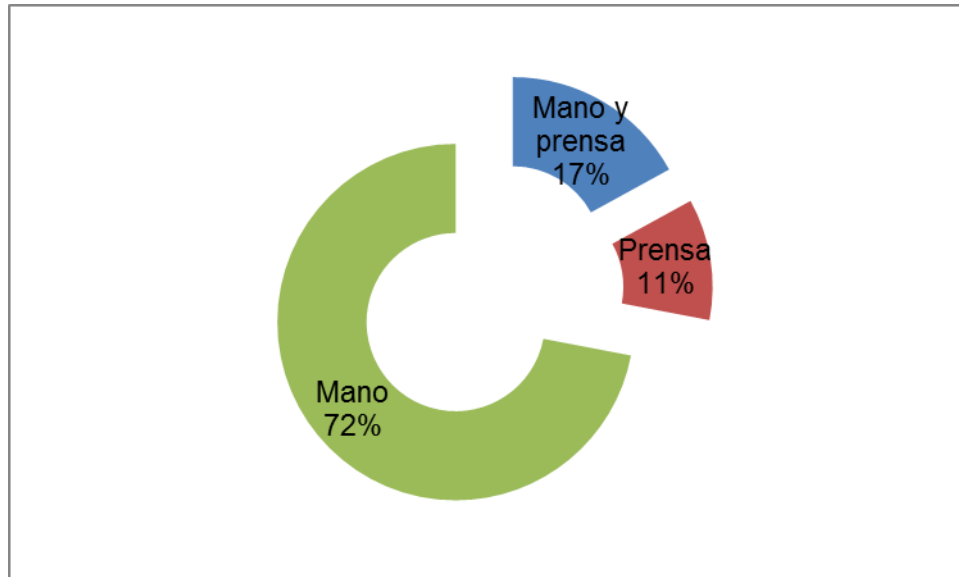


Figura 32. Técnicas de elaboración de tortilla artesanal.
Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Apoyo familiar en la producción de tortillas.

Las mujeres con su actividad generan espacios de interacción familiar entre sus integrantes (Núñez, 2000). Ellas las perciben como apoyo de su familia y más si el apoyo viene de parte de la pareja, por lo que en Uricho la mayoría de las mujeres 10 (55 %) hacen todo (conseguir leña, comprar maíz, poner el nixtamal, hacer tortillas y vender), el resto recibe ayuda de su esposo 5 (28 %) e hijas 3 (17 %). Lo cual indica que son pocas las mujeres que reciben apoyo. Los hombres abastecen la leña. Las hijas apoyan en prender la chimenea, ir al molino, hacer testales³⁰, hacer, vender y entregar las tortillas, estar al pendiente de que tenga fuego el nixtamal, acarrear leña de dónde se guarda al fogón, comprar cal, comprar maíz, son actividades pequeñas que las niñas o jóvenes pueden hacer y que son de gran ayuda para la señora tortillera, porque eso les

³⁰ Testal. Cantidad de masa necesaria para una tortilla. Esta cantidad se amasa para lograr elasticidad y hacer una tortilla sin la orilla reventada.

permite ahorrar tiempo y se sienten apoyadas. Además de que se transmiten las ideas culturales e ideológicas entre el núcleo familiar.

Otra forma que las hace sentirse apoyadas por la pareja es que él no comente nada negativo que las haga sentirse mal, con respecto a su actividad y por ello se reconfortan diciendo “con que no diga nada, eso ya es una gran ayuda”.

Se observa que el recibir ayuda del esposo para ellas representa mucho, más en cuestión de la recolección de leña, ya que es una actividad muy pesada.

5.2.5. Venta de tortilla artesanal

Días de la semana que las mujeres tortilleras venden

Los días de la semana que las mujeres eligen para vender son de acuerdo a la concurrencia de las personas en el mercado ya que esto posibilita más ventas y la posibilidad de adquirir productos básicos a un mejor precio. La figura 33 muestra que la mayoría de las señoras venden tortillas de 3 a 4 veces por semana solo el 11 % vende todos los días y el 22 % una vez a la semana. Los días que más salen a vender son los viernes (21 %) y los martes (17 %) los días que menos salen a vender son los sábados 10 % y domingos 9 %.



Figura 33. Días por semana de venta de tortilla artesanal.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Las señoras eligen el día de acuerdo con sus necesidades, mencionan que el viernes van porque hay más gente, se venden más y aprovechan para comprar el mandado de toda la semana.

Lugar de venta

El lugar de venta de la tortilla la mayoría de las señoras que representa el 44 %, lo hace tocando puertas, le sigue la venta desde casa con un 28 % y sentadas en el mercado un 17 %. La llegada de la pandemia provocó que la venta fuera más local, en la misma comunidad. Aunque pareciera que es mejor porque no tiene que salir de casa, lo cierto es que es menos lo que se vende y afecta al ingreso familiar.

Como se observa en la figura 34, la mayoría de las mujeres vende sus tortillas en el mismo municipio y el resto lo vende en el municipio de Pátzcuaro el cual queda a 45 minutos de la comunidad de Uricho lo que implica más gastos en traslado y comida.

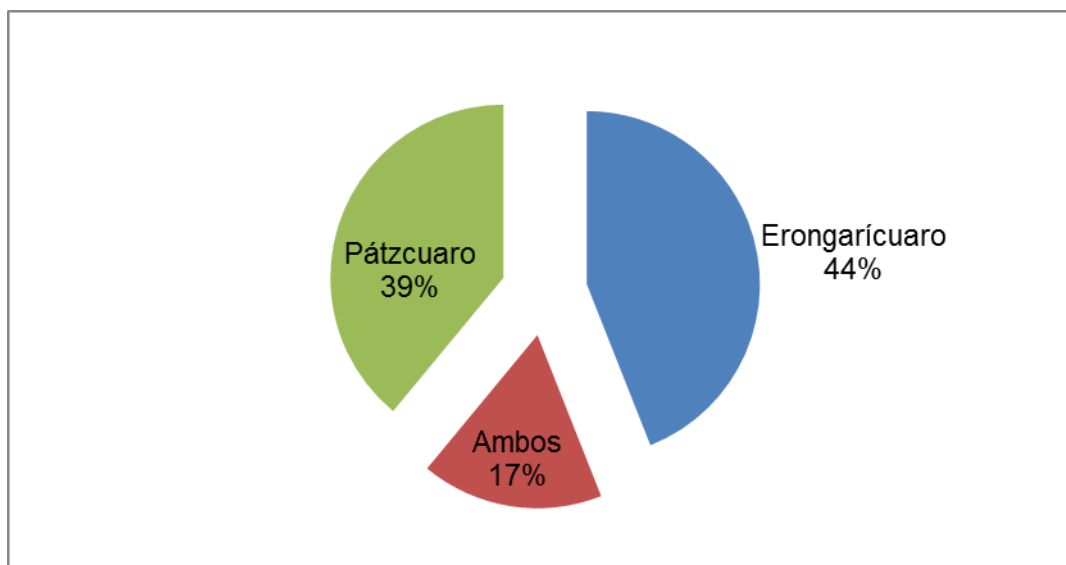


Figura 34. Municipios dónde se vende tortilla artesanal.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021

Problemas de venta

Los problemas que viven actualmente es que la pandemia modificó el lugar de venta, ahora solo es local, lo que significa que es menos y más barato. En el caso de las mujeres que salen a vender a los domicilios particulares o a ofrecer su producto por las calles, la desventaja es cuando no se encuentra al cliente en su domicilio, esto implica que tiene que caminar más para ofrecer el producto y hará que su llegada a la casa se retrase más. Lo que genera preocupación para ellas y posibles discusiones con la pareja y los hijos.

Cantidad promedio de venta de tortillas

El promedio de la cantidad de tortillas que las mujeres tortilleras elaboran en cada evento da la idea de cuánto venden en docenas y precio. Ellas producen 25 docenas de tortillas en promedio, el cual se vende a un precio promedio de \$13.5 por lo que la venta bruta es de \$337.5 (Cuadro 20).

Cuadro 20. Ganancia bruta de venta de tortilla artesanal.

Venta				
Cantidad docena	\$ mínimo	\$ máximo	Promedio	Venta Bruta
25	12	15	13.5	337.5

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Ganancias en la producción de tortilla artesanal

Saber la ganancia que se obtiene por vender tortillas, es uno de los detonantes para dar continuidad al oficio por lo que el cuadro 21 muestra la operación. Si la venta bruta fue de \$337.5 y el gasto total fue de \$169.5, la ganancia es de 168 pesos cada vez que se produce.

Cuadro 21. Ganancia de la tortilla artesanal.

Ganancia			
Gasto total	%	Ganancia	%
169.5	51	168	49

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Ahora comparando con el salario mínimo actual que es de 141.7³¹ se concluye que, las mujeres sólo obtienen un 18 % más del salario mínimo. Por lo que esta actividad en términos económicos no es redituable, por lo tanto, la continuidad del oficio no sólo se basa en eso sino en otros factores, culturales y sociales que para las mujeres tortilleras tiene más peso.

El contar con un ingreso propio les da la libertad de comprar lo que necesitan. Las mujeres al terminar la venta y tener la venta bruta en sus manos dividen lo que será para reinvertir, para comprar alimentos, útiles escolares y ahorro.

Como se confirma en el cuadro 22, el objetivo principal de las señoras tortilleras es realizar la actividad para complementar sus alimentos.

Cuadro 22. Destino ingresos de venta de tortilla artesanal.

	Mujeres (#)	%
Reinvertir y alimentos	9	50
Alimentos	7	39
Reinvertir y Útiles Escolares	1	6
Reinvertir, alimentos y ahorro	1	6

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

³¹ CONASAMI (2020).

Acceso a la alimentación

El que las familias de las mujeres tortilleras tengan acceso a la alimentación, permite vivir con menos preocupaciones. Por lo que la figura 35 muestra que el 22.2 % se preocupan por cómo conseguir la alimentación día a día. Por lo que la venta de la tortilla es poca. Por lo regular son las mujeres que no tienen otra entrada monetaria.

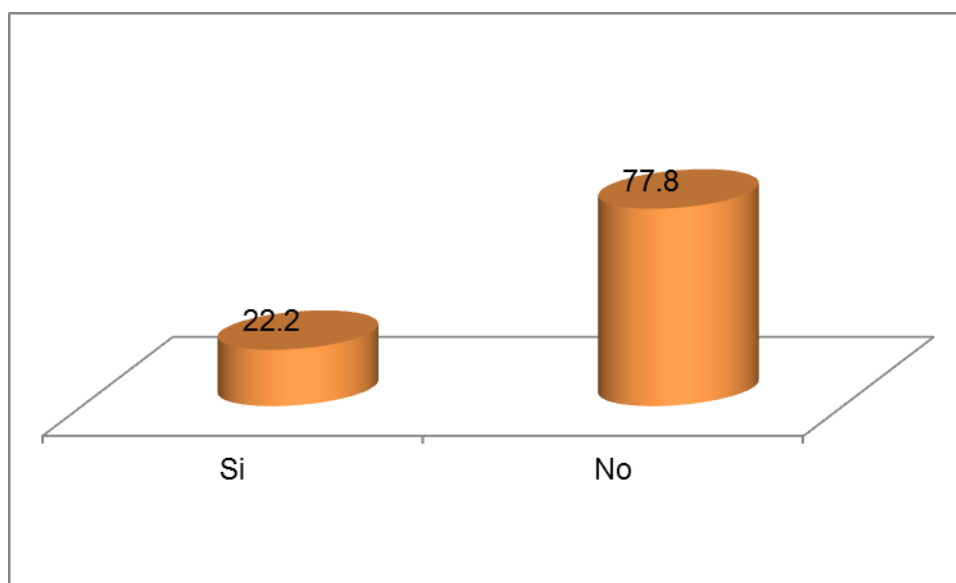


Figura 35. Preocupación por asegurar la alimentación.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

El contar con poca variedad de alimentos muestra, la escasez que las familias tienen para alimentarse con los nutrientes necesarios que el cuerpo necesita para conservar una buena salud. La figura 36 muestra que en el 39 % de los hogares de las señoras tortilleras existe poca variedad de alimentos por lo que no hay tanto dinero para variarle.

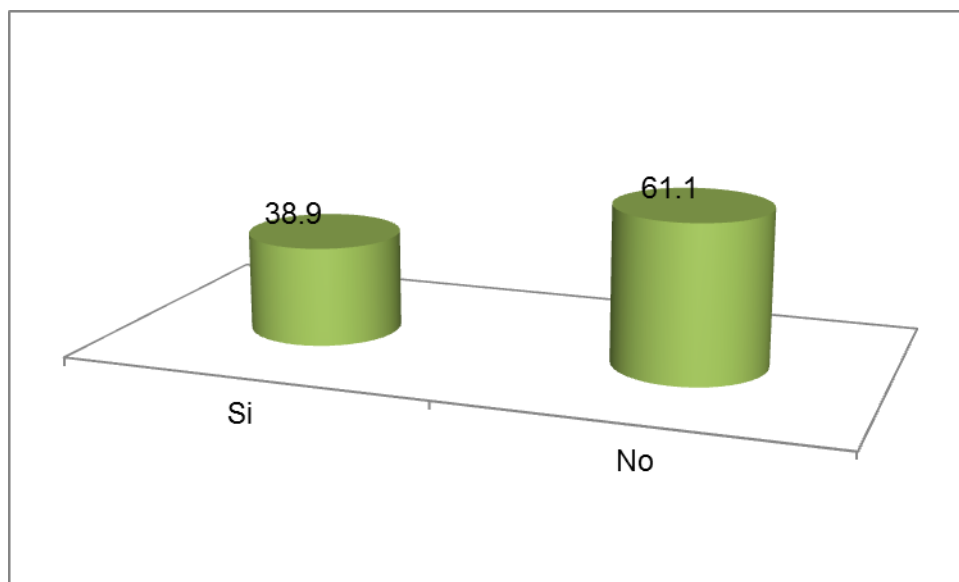


Figura 36. Hogares de tortilleras con poca variedad de alimentos.
Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Como se observa en la figura 36 son menos las mujeres que expresan preocupación por la escasez de comida, son las mujeres que no tienen el apoyo de alguien más.

5.2.6. Interés de expansión

El que las mujeres tortilleras quieran tener espacios para vender, así como vender más tortillas, permite ver el interés para participar en propuestas que les beneficien. Al 89 % de las mujeres si les gustaría tener más clientes, pero prefieren hacerlo de forma individual, porque les genera menos compromisos, Sin embargo, la figura 37 muestra que al 56 % de las mujeres tortilleras si les interesa trabajar en grupo para crear estrategias que les genere mayores beneficios.

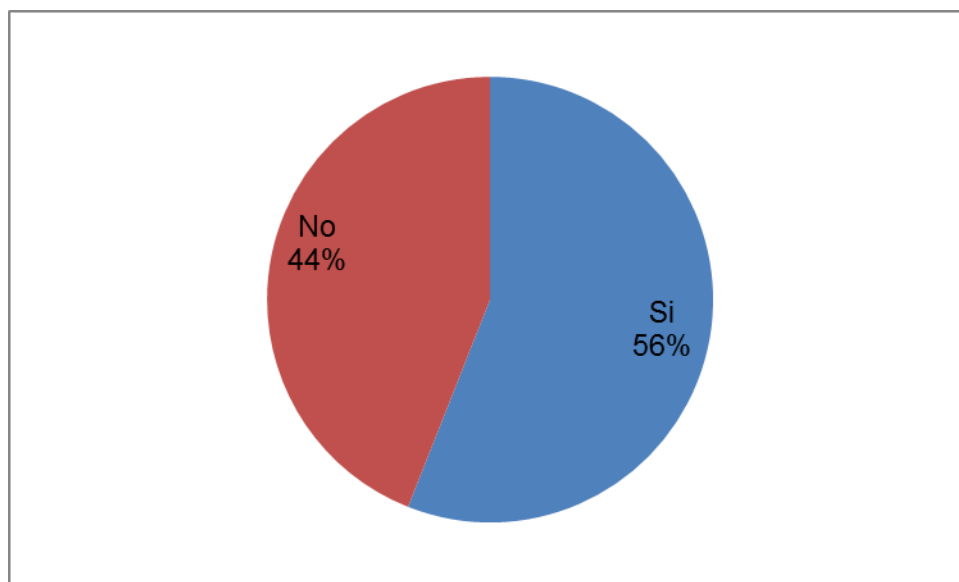


Figura 37. Interés para trabajar en grupo.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Continuidad generacional

El conocimiento que se transmite a través de las generaciones en las familias por medio de la convivencia entre los adultos, los jóvenes y niños, permite que se conserve a través del tiempo y les permita ejercerlo para crear una mejor calidad de vida. Como es el caso del saber hacer tortillas oficio que permite hacer su propio alimento y generar ingresos para compartir con la familia. De las 18 familias entrevistadas sólo el 17 % dijo que si continuaran con la actividad. El 33 % dijo que no sabe, esto significa que hay mujeres en el hogar, pero no es una actividad que quisieran seguir porque no hay mucha ganancia y no les atrae. El 50 % aseguró que no continuarán con el oficio, de este 50 %, más de la mitad de las mujeres en el hogar no les interesa continuar con el oficio (Figura 38). En cuanto a los hombres, no se les preguntó qué opinaban, ya que como es una actividad que sólo lo hacen las mujeres (no se vio prudente cuestionarlos), ellos se limitan a comer el tipo de tortilla que hay en la casa.

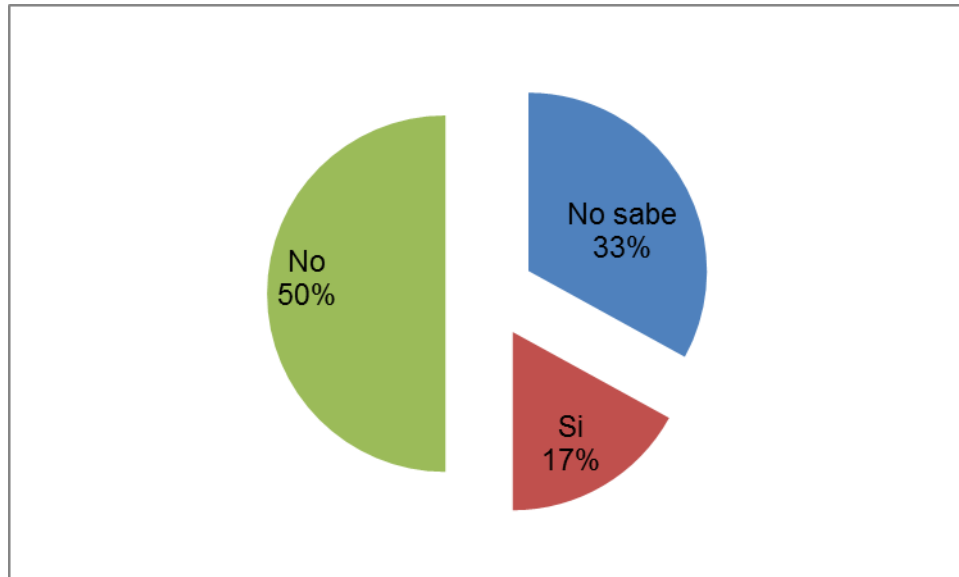


Figura 38. Continuidad generacional.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Se observa qué hacer tortillas y venderlas es una actividad de la que se obtiene poco ingreso y no es para la mayoría de las mujeres motivo de inspiración. Más bien es un oficio que puede sacar de apuros en circunstancias muy duras como en este caso de la pandemia.

Difusión

El que las mujeres busquen las formas para vender sus tortillas, muestran las habilidades que cada una desempeña para lograr tener una venta exitosa, por lo que cada tortillera tiene su táctica, en este caso, la figura 39 muestra las estrategias más comunes que las mujeres usan durante el comercio, como decir que venden tortillas (72 %), mostrando las tortillas (17 %) y en menor medida dando la prueba (11 %).

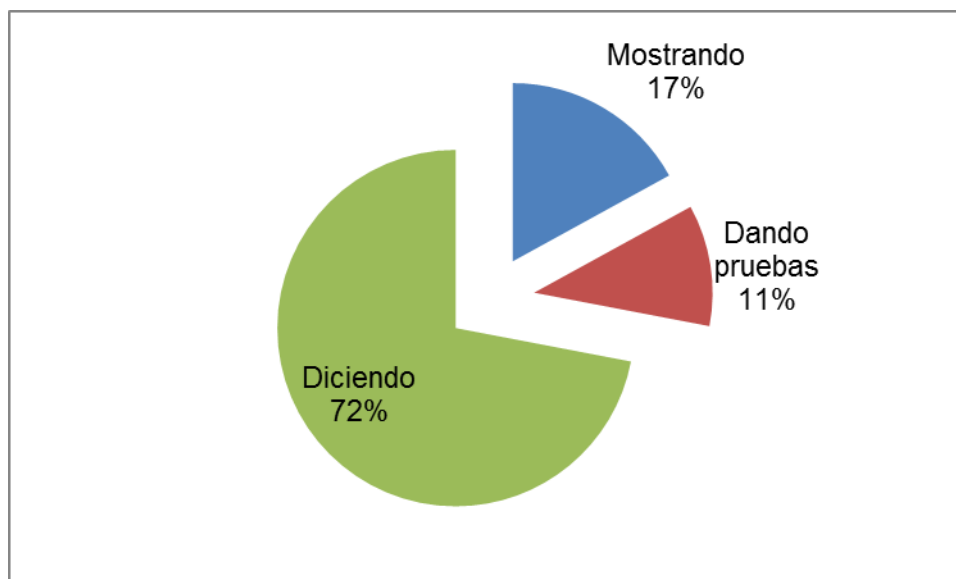


Figura 39. Técnicas de difusión para vender la tortilla artesanal.
Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Las estrategias de convencimiento más comunes que las mujeres emplean dicen que: están buenas, se ven bien, están delgadas, son blanditas, llenan más y después de recalentar siguen blanditas, son hechas de puro maíz criollo, no tienen harina, están hechas a pura mano.

Como se observa, las señoras no mencionan que es de maíz nixtamalizado, cualidad que distingue a sus tortillas por el importante aporte nutricional que este proceso les da y que es muy importante sea resaltado, sin embargo, no lo dan a conocer porque aún no alcanzan a distinguir que ese proceso es muy valioso nutricionalmente.

El consumidor o consumidora rechaza las tortillas que tengan un sabor seco, que al calentar se endurecen, que esta quemada, amarilla, gruesa, reseca, pegajosa, o que este hecha de masa fermentada, tortilla que no tenga un cocimiento uniforme o tortilla rota. Pocas veces se pregunta qué maíces se usan para su elaboración. Es importante que el consumidor se eduque en lo que ingiere y vea la importancia nutrimental que cada uno le aporta. Para así

valorar al producto que se consume pagando un precio justo y ayudando a conservar la producción de una alimentación saludable.

5.2.7. Visión de futuro

Sus deseos como tortillera feliz sería tener entregas desde casa sin la necesidad de levantarse muy temprano. Porque dentro de la comunidad existen otras mujeres que se levantan a las 4 o 5 de mañana a hacer las tortillas para posteriormente ser entregadas al distribuidor (caso Red Tsiri).

Ellas se imaginan que lo bueno sería, ir al molino a las 7:30 am, comenzar a hacer tortillas a las 8:00, para hacer la entrega de tortillas entre 12:00 pm del medio día y 1:00 pm de la tarde, “pero sabemos que eso no se puede porque el tiempo no alcanza para ir a venderlas”.

Sin embargo, “ese sería un buen horario para no madrugar y con unas 20 o 25 docenas cada tercer día, estaría bien, porque hacerlas todos los días es muy cansado, aparte de que es necesario hacer las labores del hogar, no se alcanza para producir todos los días”.

Una de las señoras dijo “yo con que tenga la venta de \$150 diarios soy feliz porque ya tengo para comprar lo que se vaya ocupando en el diario”. Para algunas personas que se basan en la ganancia económica, este tipo de pensamientos sería tacharla de conformista. Pero para ellas es una forma de vida que le permite disfrutar lo que puede obtener de acuerdo con sus posibilidades y esfuerzos que realiza día con día.

Préstamos

Los préstamos permiten a quien los obtiene aliviar las preocupaciones y comprar lo necesario para invertir pero también significa deuda. Por lo que la mayoría de las mujeres tortilleras prefieren no adquirir préstamos porque les parece que envés de ayudar, se llenan de deudas que se vuelven difíciles de pagar (Figura 40).

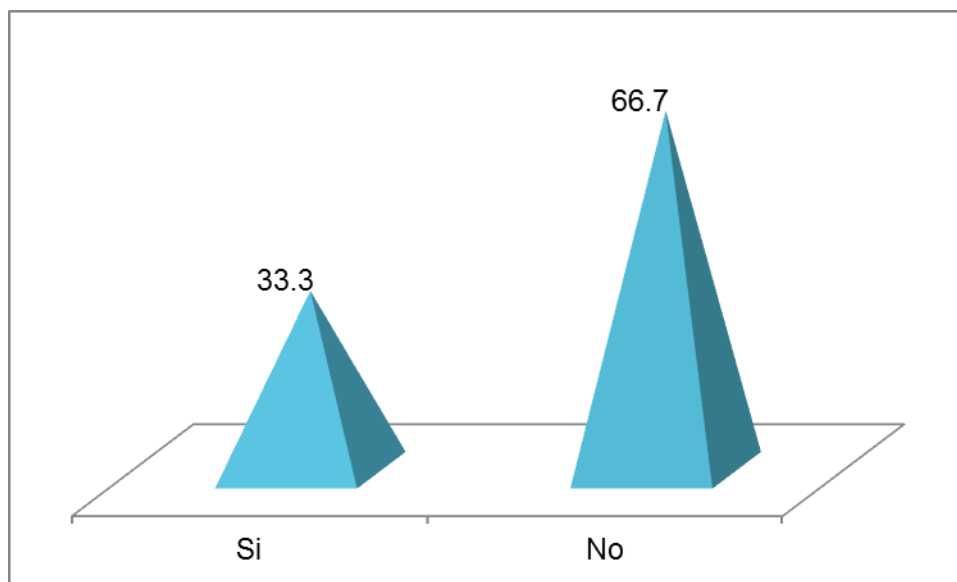


Figura 40. Mujeres tortilleras que han requerido préstamos (%).
Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Por otro lado, 6 de las 18 mujeres han requerido de un préstamo para continuar con su trabajo. Trece de ellas si conseguirían un préstamo para complementar gastos, escenario que muestra la disponibilidad de la artesana para continuar con su trabajo.

5.2.8. Beneficios por vender tortillas

Beneficios que obtienen las mujeres al hacer tortillas y venderlas. El 72 % dice que son personales y el 28 % dicen que son familiares.

El cuadro 23 muestra los beneficios que las mujeres obtienen con su trabajo. Ellas se sienten con más libertad para tomar decisiones en la familia, les permite tener amistades, relacionarse con la gente, conoce otros lugares, aunque no muy lejos pero eso les permite también tener un espacio para distraerse, tienen mejores condiciones de vida, alcanzan a ahorrar algo para sus necesidades personales y para los eventos que es invitada a parta para comprar regalos, también en ocasiones se permite hacer alguna fiesta pequeña como cumpleaños.

Cuadro 23. Beneficios por desempeñar el oficio de tortillera.

Beneficios	Mujeres (#)	Mujeres (#)
	Si	No
Puede tomar más decisiones en la familia	18	0
Toma más decisiones en la comunidad	5	13
Tiene más amistades	16	2
Conoce más lugares	11	7
Tiene mejores condiciones de vida	15	2
Ahorrar para gasto personal	14	4
Ahorra para alguna fiesta	10	8

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Con este oficio la mayoría dijo que no logran intervenir con más peso en las decisiones de la comunidad, las que contestaron que sí, fue porque hacen alguna cooperación y ellas tiene el derecho de opinar, aparte de que también tiene que ver el carácter de cada mujer.

Por otro lado, las mujeres en el hacer diario dividen sus tiempos para ellas mismas, trabajo, familia y hogar donde cada una decide los días y las horas para dedicarle a cada actividad.

Se observa en el cuadro 24 que aparte de hacer tortillas ya sea para autoabasto o para venta y de estar a cargo de la familia, durante el día hacen espacios para su cuidado personal que va de media hora a una hora, el hacer los alimentos son tres veces al día de aproximadamente una hora cada vez, el trabajo en el campo lo resumen en 30 días desde que siembran el maíz hasta la cosecha, ya que van por medios días y salteados de una manera que el cuerpo aguante

porque es un trabajo muy pesado y también cómo lo va requiriendo el cultivo. En cuanto al espacio de descanso están las que lo hacen mirando la televisión por lo menos una hora, o quien dice que descansa en el momento que borda que es de una a dos horas. En cuanto a la convivencia en la comunidad se da a través de las fiestas donde las mujeres dedican hasta más de 12 horas por evento al que son invitadas, ya sea para disfrutar de la fiesta o para preparar los alimentos. Fortaleciendo así sus relaciones sociales

Cuadro 24. Distribución del tiempo de la artesana.

Actividad diaria	Tiempo	Si	No
Cuidado personal	30 min a 1hr al día	18	0
Elaboración de alimentos	3 horas diarias	18	0
Trabajo en el campo	30 días al año	11	7
Recolección de leña	6 horas por mes	5	13
Bordados	2 horas al día	9	9
Descanso	1 hora al día	10	8
Socialización con la comunidad	12 horas al día	18	0

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Apoyos gubernamentales

El contar con otros ingresos, posibilita a las mujeres un alivio a las necesidades inmediatas por lo que los apoyos gubernamentales son muy importantes cuando se tiene la posibilidad de recibirlos.

Los adultos mayores son los que reciben los apoyos. Antes recibían también los adultos pero desde que entró el gobierno de la Cuarta Transformación ya no. Aunque la gente tiene esperanzas de que si van a volver a dar porque estaban pidiendo los papeles de los niños en la primaria. La figura 41 muestra que el 94% de las artesanas no está recibiendo algún tipo de apoyo gubernamental.

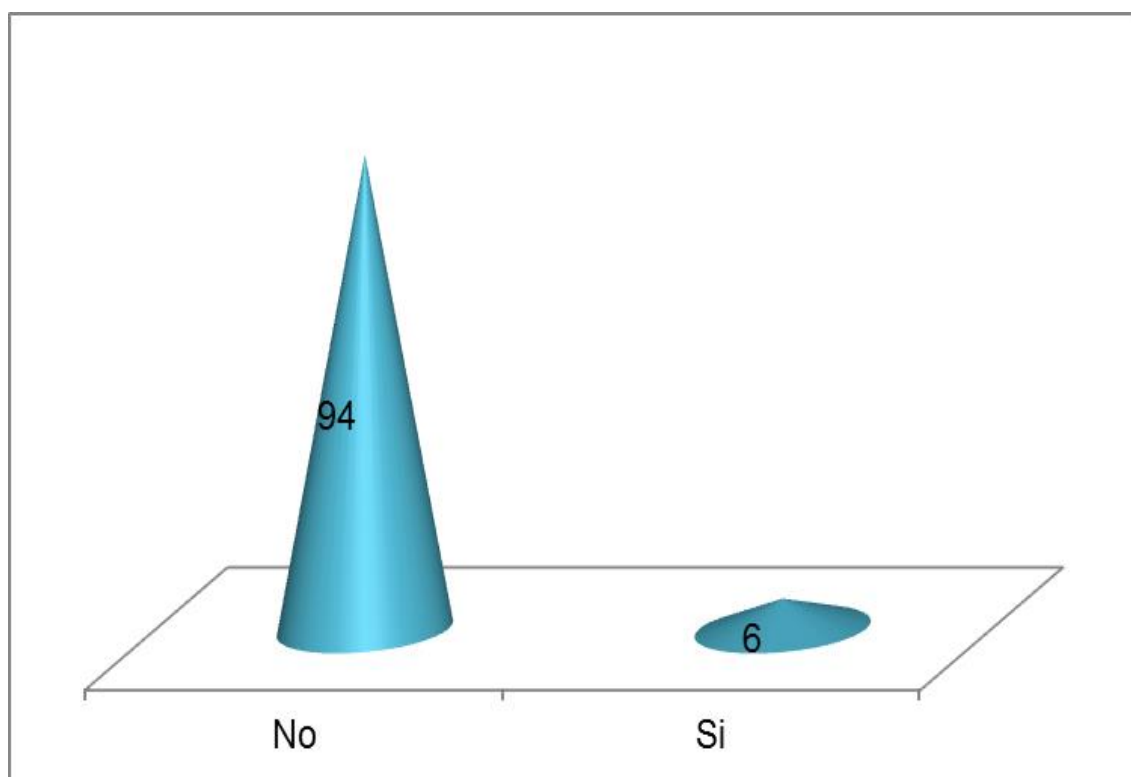


Figura 41. Apoyos gubernamentales (%).

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Bienestar familiar

Salud

Contar con un espacio dónde acudir cuando las familias se enferman, permite que las mujeres cuiden su salud y la de su familia a tiempo. Por lo que las mujeres tortilleras de Uricho tienen oportunidad de acudir al centro de salud que se encuentra en el municipio al que pertenecen, este queda a 2 km y en tiempo

a 10 minutos de la comunidad o con médicos privados que se encuentran en el mismo municipio y uno en la misma comunidad.

Cuando se enferma algunos de los familiares con los que convive la señora tortillera, el 40 % de las mujeres buscan atención médica con un doctor privado para ahorrar tiempo (Figura 42), A menos que sea más grave van buscando de acuerdo con sus posibilidades, ellas asisten a la clínica de Erongarícuaro. Aunque en estos tiempos prefieren asistir a particulares por las desconfianzas que se ha causado ante la pandemia del COVID 19.

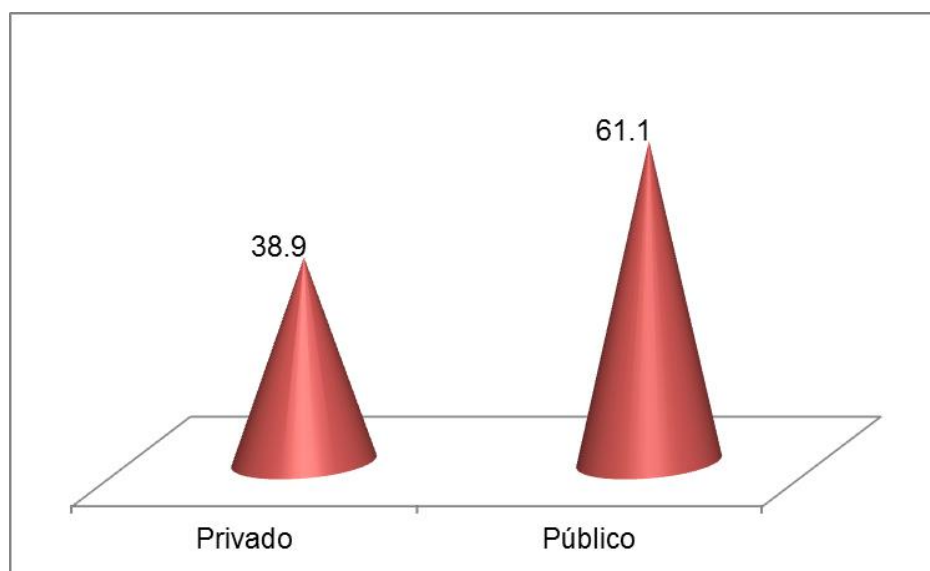


Figura 42. Tipo de consultorio donde la tortillera atiende su salud.

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

El que las mujeres se encuentren bien de salud, depende mucho de su estilo de vida en la alimentación, el ambiente de trabajo social y ambiental. Por lo que las mujeres tortilleras entrevistadas son 6 mujeres las que padecen alguna enfermedad. Presentan infecciones en los pulmones, diabetes, hipertensión y disfunción en la tiroides.

Continuando con el oficio de tortillera y la satisfacción que este hacer les genera en todos los ámbitos, personal, familiar y comunitario, es un motor importante para que perdure en el tiempo.

En general la vida de las mujeres entrevistadas es satisfactoria (Cuadro 25), sólo una mujer en su vida social no está satisfecha. Cuatro de ellas dijeron que en la situación económica no está muy satisfecha, “siempre falta dinero para comprar para comer” (Ricarda, 60 años). Esto refleja la calidad de vida que llevan las mujeres tomando en cuenta su oficio.

Cuadro 25. Satisfacción por desempeñar el oficio de tortilleras.

	Nada	Po co	Más o menos	satisfe cha	muy satisfecha
Con su vida en general			3	14	1
Con su vida familiar				18	
Con su vida afectiva (con el cariño que da y recibe)			1	17	
Con su vida social	1			17	
Con su situación económica			4	14	
Con su vivienda				18	
Con su trabajo de hacer tortillas para vender			1	15	2

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

Además el sentirse satisfecho lleva a cierto grado de felicidad, que las mujeres experimentan día con día.

Por lo que el cuadro 26, muestra que 6 mujeres dijeron estar muy felices y 11 de ellas son felices, lo que indica que es la mayoría y que el ser tortilleras no es algo que sea un martirio.

Cuadro 26. Percepción de la felicidad causada por el oficio de tortillera.

	Mujeres (#)
Más o menos feliz	1
Feliz	11
Muy feliz	6

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tortilleras 2020-2021.

En una segunda pregunta para reafirmar la disponibilidad de trabajar en grupo todas contestaron que si les interesaría entrar a un grupo donde se les capacite en cuestiones de alimentos sanos, planeación de pequeñas empresas y mercadeo, pero a la hora de invitarlas para que asistieran a las reuniones solo 5 personas aceptaron.

5.3. Tiendas de abarrotes

La entrevista se aplicó los días 15 y 16 de diciembre del año 2020 y 19 de enero del 2021. En la comunidad se encontraron 14 tiendas de abarrotes, se entrevistó a 10 tiendas que venden maíz, y una que vende tortilla industrial pero no vende maíz. Así que en total son 11 tiendas entrevistadas.

De las 10 tiendas que venden maíz 2 dijeron estar en temporada alta (fines de año), mientras que la mayoría refirió estar en temporada baja. Porque ya en la comunidad se está cosechando.

De las tiendas que dijeron estar en temporada baja, 2 tiendas venden 150 kg a la semana, en 5 tiendas venden 100 kg, 1 tienda vende 200 Kg, mientras que las que están en temporada alta, una vende 250 kg y otra vende 350 kg. El total de venta es de 1,600 kg semanales, con un precio de \$7 el kg de maíz, lo cual significa o demuestra que hay un egreso de la comunidad de \$11,200 semanales.

Dos tiendas tienen dos meses que comenzaron a vender maíz porque la gente lo pedía. La gente lo usa principalmente para tortillas, pero también van a comprar para hacer algún otro antojo como tamales, corundas o para darle a las aves de corral.

El cuadro 27 muestra el total de kilogramos de maíz foráneo que es vendido en la comunidad por las tiendas locales. Se observa que venden la misma cantidad en temporada alta 4 meses y en temporada baja 8 meses un total de 41600 kg. por temporada que anual son 83,200 kg.

Cuadro 27. Maíz. Suministro por las tiendas locales.

Venta de maíz en las tiendas de Uricho			
Temporada	Meses	Mensual Kg	Total anual kg
Alta	4	10,400	41,600
Baja	8	5,200	41,600
			83,200

Fuente: Elaboración propia de datos de campo obtenidos del cuestionario aplicado a tenderos 2020-2021.

De las 11 tiendas entrevistadas, 4 tiendas venden tortilla industrial, que son surtidas por una tortillería del municipio de Erongarícuaro. Dos tiendas venden 20 kg diarios cada una, otra vende 30 kg y otro 40 kg, de modo que la venta de tortilla industrial diaria es de 110 kg por día. Lo que equivale a 770 kg semanal, 3300 kg mensual y al año son 39, 600 kg (39.6 t) de tortilla, refirieron que todo el año venden los mismo.

Aparte está la tortilla distribuida en frío que tiene vida de anaquel más tiempo, sólo 4 tiendas las venden, dos venden 3 paquetes por semana cada una y otra vende 15 paquetes de aprox. 250 gr. en total serían 5.25 kg por semana, multiplicado por 48 semanas nos da un anualizado de 249.6 kilogramos.

En cuanto a la tortilla de harina 5 tiendas las venden; 3 venden 3 paquetes por semana y dos venden 5 paquetes, en total por semana se venden 19 paquetes

de harina. El peso aproximado es de 450 gr. 8.5 kg a la semana y el múltiplo anualizado es de 446 kg.

En relación con la venta de harina de trigo, en 7 tiendas la venden, por semana, 2 venden 5 kg, en una tienda venden 10 kg, otra vende 15 kg, dos venden 20 kg y una vende 25 kg en total se vende 100 kg. Por mes 400 y por año 4800 kg de harina.

Otra de las harinas consumidas en la comunidad es la harina de maíz industrializada, la cual es vendida en 7 tiendas, 1 vende 1kg semanal, 3 venden 3 kg, 1 vende 4kg, otra vende 6 y una más vende 10 kg. En total por semana se venden 30 kg, 120 mensuales, por año 1,440 kg.

Así también, se demuestra que la mayoría de familias de Uricho aún consumen más tortillas de maíz nixtamalizado, dejando a los otros tipos de tortilla como un complemento por la falta repentina que se da de la misma y en ocasiones por solo antojo.

En el cuadro 28 se puede apreciar un concentrado de los productos que entran a la comunidad y que de alguna forma la están abasteciendo, pero que van desplazando discretamente al consumo de maíz nativo, con ello a la tortilla artesanal y a los alimentos elaborados con estos maíces. La primera gran división es a) El maíz que los agricultores producen en la localidad que es el maíz nativo con sus diferentes variedades. Los siguientes productos entran a la comunidad por medio de las tiendas de abarrotes locales como son: b) el maíz en grano híbrido, c) la tortilla industrial fresca, d) la tortilla que se vende en frío y tiene una vida de anaquel más amplia en laborada en empresas como BIMBO, e) la tortilla de harina que también se vende en frío y su vida de anaquel es amplia, f) harina de trigo producto que se revuelve a la masa o que se hacen comidas (como tamales, pan, etc.) y, g) harina de maíz que se usa para hacer tortillas.

Aunque se muestra que a pesar de que los productos industriales están disponibles, el maíz nativo sigue siendo el producto que más se consume representando el 83.5 %. Seguido por el maíz que entra a la comunidad con un 12 % y la tortilla industrializada fresca con un 3.6 %. Lo que indica que aparte de que prefieren los alimentos elaborados por ellos mismos por los sabores a que están acostumbrados, no hay dinero para siempre estar comprando.

Cuadro 28. Productos foráneos que desplazan el consumo de maíz nativo en Uricho. Un ejercicio diario, semanal, mensual y anual (2020).

Periodo	Maíz auto abasto (kg) (a)	Maíz externo (kg) (b)	Tortilla industrial fresca (kg) (c)	Tortilla industrial fría (kg) (d)	Tortilla harina (kg) (e)	Harina trigo (kg) (f)	Harina maíz (kg) (g)
Diario	1,710	248	110	0.7	1.2	14	4
Semanal	11,980	1,733	770	5	9	100	30
Mensual	47,916	6,933	3,080	21	34	400	120
Anual	575,000	83,200	36,960	252	408	4,800	1,440
%	84	12	3.6	0	0	0.5	0.2

Fuente: Elaboración propia a partir de las Encuestas a familias (10 %) y las Encuestas a tiendas de abarrotes (78 %) de la comunidad de San Francisco Uricho.

El cuadro 29 refleja que del total del consumo anual de tortillas en la comunidad (393 t), el 91 % (356 t) es de tortilla artesanal elaboradas al interior del núcleo familiar o compradas a las mujeres de la misma comunidad que se dedican a vender dentro y fuera del poblado. Y el restante 9 % (36 t) es tortilla industrial fresca.

Cuadro 29. Consumo de tortilla artesanal e industrial en Uricho (t) (2020).

Periodo	Consumo general tortilla (t)	Consumo tortilla industrial (t)	Consumo tortilla artesanal (t)
Diario	1.1	.1	1.
Semanal	8.1	.8	7.4
Mensual	32.7	3.1	29.7
Anual	393	36.9	356
%		10	90

Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas a familias (10 %) mujeres tortilleras (30 %) y las encuestas a tiendas de abarrotes (78 %) de la comunidad de San Francisco Uricho.

Por lo tanto, el cuadro 30 muestra que del total del maíz que se consume en la comunidad 658 toneladas, el 87 % (575 t) es nativo y el 13 % (83 t) es maíz externo que entra principalmente por las tiendas de abarrotes locales.

Cuadro 30. Consumo de maíz grano en Uricho en toneladas (2020).

Periodo	Maíz Auto abasto (t)	Maíz Externo (t)	Total maíz (t)
Diario	1.7	.2	1.9
Semanal	11.9	1.7	13.7
Mensual	47.9	6.9	54.8
Anual	575	83.2	658
%	87.4	12.6	100

Fuente: Elaboración propia a partir de las Encuestas a familias (10 %)/mujeres tortilleras (30 %) y las Encuestas a tiendas de abarrotes (78 %) de la comunidad de San Francisco Uricho.

Del total del maíz en grano (658 toneladas) que se consume en Uricho, el 36 % (237 toneladas) es convertido en tortilla artesanal y el resto 64 % (420 toneladas) es usado para otros alimentos, como tamales, pozole, pinole, atole, etc., y para alimentar a los animales de corral (Cuadro 31).

Cuadro 31. Consumo de maíz en tortilla artesanal en Uricho (t) (2020).

Periodo	Total maíz (t)	Maíz consumo tortillas artesanal (t)	Maíz NO para tortillas (t)
Diario	1.9	.7	1.2
Semanal	13.7	4.9	8.7
Mensual	54.8	19.7	35.1
Anual	658.2	237.4	420.7
%	100	36.1	63.9

Fuente: Elaboración propia a partir de las Encuestas a familias (10%)/mujeres tortilleras (30%) y las Encuestas a tiendas de abarrotes (78%) de la comunidad de San Francisco Uricho.

5.4. Estudios de casos de mujeres tortilleras de San Francisco Uricho

A continuación se presentan tres estudios de casos donde se pueden observar las diferentes estrategias que cada tortillera implementa para lograr su objetivo, desde qué las llevó a comenzar con la actividad, las vías de obtención de insumos, las formas de poner el nixtamal, las técnicas que usan para elaborar las tortillas, así como herramientas que utilizan, el lugar de venta y como es su forma de venta. Se pone especial atención al entorno familiar, a la forma de ser de la persona en cuánto retos propios y actitud personal.

5.4.1. Caso 1

Esmeralda, una mujer de 36 años perteneciente a la Comunidad de San Francisco Uricho, y dedicada al oficio, vive con su esposo y sus tres hijos, dos

niños de la edad de 10 y 3 años y una niña de 5 años. Tiene casa propia, la vivienda es de una planta la cual se encuentra en obra negra, cuenta con dos cuartos, dos cocinas; en una tiene la estufa de gas y en otra la chimenea para hacer tortillas. En el corredor que es un lugar más ventilado tiene el fogón dónde calienta agua para bañar y pone el nixtamal. Tiene un baño con pozo propio para aguas negras.

Ella actualmente, no ha incursionado en el mercado laboral asalariado, comenzó hacer tortillas para ayudar a complementar el gasto familiar. Su esposo se dedica a la albañilería, este oficio es distinguido como trabajo temporal, lo cual puede tardar días o meses para volverse a emplear de nuevo. Provocando en el hogar problemas de escasez en esos tiempos. Motivo por el cual la señora Esmeralda para evitar vivir esos tiempos de crisis se animó a hacer tortillas para vender. El lugar dónde comenzó a vender tortilla por primera vez fue una comunidad del lado norte de la cuenca del lago de Pátzcuaro. Sus clientes actuales están en el municipio de Pátzcuaro, quienes fueron heredados por la suegra. La suegra por cuestiones de viaje no pudo continuar con el oficio y menos ahora con la pandemia.

La señora Esmeralda tiene 3 años dedicada a este trabajo, aprendió hacer tortillas con su mamá antes de casarse, con el paso del tiempo y la necesidad se animó hacer tortillas para vender, con el desempeño de esa actividad descubrió la ventaja que tiene el ganar su propio dinero, como es el gastarlo, apoyar a sus parientes dándole un regalito. Ella compra el maíz con sus parientes quienes se lo venden más barato, Esmeralda corresponde a ese gesto con jugos, galletas, etc., acción que la hace sentirse satisfecha.

Siempre que la señora sale a vender, sus hijos la esperan en la casa con algún detallito, y el tener dinero y gastarlo en lo que le gusta, la hace sentirse feliz, aparte de que reinvierte para la siguiente venta, también compra para la comida y hacer algún ahorro pequeño, ya sea para hacer pequeños arreglos a la casa o algún gasto imprevisto.

Esmeralda sale a vender 3 días a la semana, los lunes, miércoles y viernes, sale de casa a las 11.30 am y a las 3.15 pm ya está de regreso en su casa. En total ella está 4 horas con 15 minutos fuera de casa. La señora aparte de vender tortillas complementa la venta con varios productos cómo rellenas (gorditas de maíz rellenas de papa, frijol y chicharrón) lleva cuatro piezas de cada una, gorditas de dulce (son hechas de harina de trigo integral) de las que lleva 15 piezas, también lleva 3 kg de frijol y cuando es temporada de chayotes también los lleva ya cocidos.

En los días de venta, la señora Esmeralda comienza con los preparativos desde un día antes, va por el maíz, lo nixtamaliza poniendo al fuego todos los ingredientes al mismo tiempo maíz, agua y cal. La olla del nixtamal está en el calor del fuego por 45 minutos aproximadamente, para ese tiempo uno que otro grano de maíz comienza a pelarse, señal de que debe de sacarse del fuego se deja toda la noche reposando. Y al día siguiente a las 6:00 am de la mañana se levanta, para a las 6:30 am enjuagar el nixtamal y llevarlo al molino.

Durante el periodo comprendido de enero a agosto (8 meses), ella usa maíz del que siembra con su esposo y de septiembre a diciembre, le compra el maíz criollo a sus parientes (4 meses). Actualmente ella lo compra a \$20 la medida, son cinco litros igual a cuatro kilogramos (con un costo de \$5 el kg). Ella se ahorra cinco pesos ya que la medida en el pueblo está a veinticinco pesos. A la semana usa 30 kg por lo que en los cuatro meses que no tiene maíz propio compra 430 kg.

Usa el maíz criollo porque el cliente lo pide, en algunas ocasiones se le complicó encontrar el maíz criollo y compró del de la tienda y los clientes le reclamaron porque con los maíces híbridos las tortillas se entiesan al recalentar. Por eso ella tiene que vender tortillas de maíz criollo porque el cliente así lo pide. Acción que permite ver que es el consumidor el que tiene el poder de cambiar. Por eso es importante que se esté consciente de la importancia de consumir productos sanos para que se exija un buen producto y así lograr vidas saludables y apoyo a las artesanas de la tortilla.

Continuando con los insumos que usan. La leña es recolectada, ella va con su esposo a traerla. Por lo que invierten tiempo, energía física, gasolina y uso de la camioneta que es de la familia. Recolectan cada tres meses aproximadamente y trae como 13 cargas de leña.

En cuanto a la cal. Se acostumbra a comprar en la tienda por kilogramos, pero esta vez Esmerada la compro en bulto, le costó 100 pesos tiene tres meses que lo destapo y aún tiene fuerza, espera que le dure otros tres meses ya que estando ventilada pierde la efectividad, de lo contrario en vez de ser un ahorro será una pérdida.

Ella nixtamaliza 10 kg de maíz por día de venta. El molinero le cobra 20 pesos, ella elabora las tortillas con la prensa metálica, dejando la tortilla un poco gruesa para terminarla de palmear y tenga una apariencia de que se palmeó al 100%. elabora 15 kg de masa. Una vez las hizo solo con la prensa y los clientes le dijeron que ellos querían de mano, por eso la señora usa esa estrategia, ella dice que es más rápido apoyándose con la prensa. Las tortillas las cuece en una estufa ahorradora de leña y el humo lo saca de la cocina, el comal es de barro. La estufa de gas la usa para hacer los alimentos pequeños.

Ella sola hace las tortillas, los hijos ayudan en los mandados pequeños, comienza a hacer las tortillas a las 7 am y termina a las 11 am. (4 horas de jornada) El trabajo lo realiza de pie, a un lado del comal dándole una repasada a la masa en su metate, la prensa la tiene en una mesa también cerca, el trabajo es básicamente manual. Cabe recordar que la señora recorre 300 metros de ida y vuelta para ir al molino con la cubeta en la espalda ahorita que esta joven no le sufre como las mujeres ya mayores, por el exceso de peso (Señora 36 años con 15 kilos ida y vuelta)

Al llegar a casa prende la estufa dónde cuece las tortillas para que se vaya calentando en lo que amasa la masa. Antes de hacer tortillas la señora amasa muy bien la masa sobre el metate poniéndole el agua necesaria para que se pueda extender sin que esta se rompa. Ya que está bien amasada se pasa con

la mano del metate con la fuerza necesaria para que esta tenga más suavidad y la tortilla tenga una textura perfecta. Las repasadas con la mano del metate se realizan aproximadamente cada dos testales, cada testal es la cantidad exacta de masa para cada tortilla. Así está durante tres horas, remoliendo la masa, sacando el testal poniendo en la prensa, aplastándola, volteando las tortillas que está en el comal y sacando las que ya están cocidas y acomodando cada tortilla en el tazcal, mojándose la mano, sacando la tortillas de la prensa palmeando para darle el terminado, y poniéndola al comal, así se repite aproximadamente 250 veces. Eso lo hace durante 4 horas.

El tazcal dónde van las tortillas está hecho de carrizo, se adquieren en el mercado, a este tazcal la señora lo prepara colocando una bolsa de plástico y una servilleta que funciona como termo para que las tortillas se mantengan calientes hasta llegar al consumidor. Después de terminar de hacer las tortillas, comienza hacer las rellenas, para finalizar con las gorditas de dulce, todas las lleva separadas.

Como la venta es tocando puertas, la señora no gasta en bolsas porque todos los clientes salen con la servilleta, y las que se encuentran en el camino, pues ellos buscan la manera para llevárselas. Andado en su venta un policía que está a la entrada del fraccionamiento cerca de su área de venta, le dijo que no llevara bolsa. Que ya estaba prohibido. Por eso ella ya no gasta en bolsas.

La señora para cubrirse del sol se lleva su reboso en la cabeza y su tazcal lo lleva en el hombro con un *ayate* (costal de plástico blanco que las mismas señoras elaboran, lo abren todo a que quede como un rectángulo, le cosen los bordes de manera que no se siga desbaratando, se le amarra un lazo de 30 centímetros aproximadamente a cada esquina se amarran las esquinas y en el centro se coloca el tazcal de modo que quede como una bolsa y así transportan las tortillas) La señora Esmeralda se lo lleva en el hombro, pero otras mujeres se lo llevan en la espalda y así andan bajo el sol, o la lluvia caminando hasta terminar sus tortillas.

Comenta la señora que los primeros días terminaba toda adolorida de la espalda y con moretones en la piel, porque no estaba acostumbrada, ahora sólo se cansa, pero ya no queda adolorida, ni tampoco con moretones.

Cuando tiene un peor día, es cuando no encuentra a los clientes y le quedan muchas tortillas. Por lo regular la venta de un día es de 300 a 350 pesos, de eso, \$200 deja para los gastos que ella quiere y los demás es para invertir en los insumos para la siguiente venta, por lo que la venta bruta mensual es de 1200 aprox. y anual es de \$14,400. Lo cual es poco, pero para ellas es muy significativo.

Para las rellenas los guisos los hacen desde un día antes. Cocer papas y frijoles para guisarlos. También para las gorditas de trigo que son las dulces, un día antes amasa la masa y la deja reposando toda la noche y la misma cantidad que hace para vender, la hace para dejar en casa para que los hijos coman. El costo tanto de las rellenas como de las gorditas de dulce las vende a 5 pesos la pieza. También de la ganancia algunas veces compra ropa, o lo que se vaya ocupando. Los fines de semana visita a su padre y hermanas allá se va todo el día. Los días que no va a la venta lava ropa y limpia la casa. Ella también borda en sus ratos libres. Mujer muy trabajadora y también le gusta divertirse asistiendo a las fiestas dónde le toca. Baila y toma cerveza como la mayoría de las mujeres de esta comunidad y lo expresa con una sonrisa.

5.4.2. Caso 2

La Señora Jerónima de 72 años se dedica a la venta de la tortilla que ella misma elabora, la vende en el mercado local junto a otras 4 mujeres que también venden tortillas de otras comunidades. Tiene 35 años en esa labor, decidió hacer tortillas después de que su esposo salió a trabajar fuera de la comunidad y no le mandaba el gasto, Ella al no tener que darle de comer a sus hijos, decidió hacer tortillas y venderlas, ya que tenía el maíz y sabía hacerlas. Cuando apareció el marido este se enojó y la golpeó, pero ella no dejó la

actividad porque ya tenía sus clientes y comida segura para sus hijos, con eso les dio estudio a sus hijos, de esta manera ella se autoempleo.

La señora Jerónima actualmente vive en la casa que eran de sus padres, ahora los dueños son los hermanos que están en Estados Unidos, mientras regresan, ella está a cargo de la casa con un hijo y la nuera, ya que dejó al marido hace 4 años, porque ya no aguantó los golpes, él era muy celoso. Solo esperó que sus hijos crecieran y no lo aguantó más. Su exesposo es ejidatario por eso ella trabajaba la tierra, ahora ya no tiene tierras, pero sigue con su oficio de tortillera y compra el maíz a diario, en tiempos de cosecha, le compra a los agricultores de la comunidad, ya cuando se termina lo compra en la tienda.

Dice que las tortillas salen mejor con maíz criollo y además es más barato (6.25 kg). Ella para vender tortillas se prepara desde un día antes de la venta (Cuadro 32), para hacer el nixtamal primero hierve el agua con la cal y luego le vierte el maíz lo deja unos 10 minutos en el fuego lo saca y lo mantiene tapado hasta otro día. Lo enjuaga y lo lleva al molino. Ella va al molino a las 6 de la mañana, a ella le queda cerca el molino 100 metros caminando aproximadamente. Su cubeta pesa aproximadamente 12 kg, se tarda 20 minutos para ir al molino, y paga 20 pesos, ella vende de lunes a sábado. Su horario de venta es de 1:00 pm a 4 de la tarde (3 horas). El fogón para cocción del nixtamal está en un lugar ventilado, y dónde hace tortillas también es un lugar exclusivo para esta actividad. Ella compra la leña a los intermediarios, poco a poco, cuidando tener siempre leña seca para no sufrir con la fresca a la hora de la elaboración.

Cuadro 32. Jornada de trabajo de la mujer tortillera en Uricho.

Proceso	AM											PM												
Horas	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Comprar la leña																								
Comprar maíz																								
Nixtamalizar el maíz																								
Reposo del nixtamal																								
Ir al molino																								
hacer tortillas																								
Transporte																								
Venta																								
Transporte																								
Comer																								
Descanso																								

Fuente: Elaboración propia con datos de campo 2019-2021.

En la venta a pesar de estar junto a otras mujeres que venden tortillas, ella tiene sus propios clientes porque sus tortillas son hechas a mano, cualidad que el consumidor busca por el sabor y textura que presentan sus tortillas al usar este método. Ella se siente contenta porque tiene su propio dinero, aunque vive con su nuera y su hijo ella también aporta para el gasto “aunque sea poco” eso la hace sentir bien. La señora para esperar el transporte público camina de su casa a la parada aproximadamente 150 metros y de la combi hasta su puesto de venta camina aprox. 400 metros. Ella lleva su banquito para sentarse. Regresa a casa con \$300 o \$350. Las ganancias las gasta en lo que se necesita como comida, ropa, o regalos para cumplir con invitaciones de la comunidad, etc.

Ella crio a los hijos con mucha limpieza (un valor que da orgullo), siempre bien bañados y con ropa limpia para que estuvieran presentables a la escuela. La señora tiene 65 años actualmente, dice que antes no se fue a trabajar a otro lado porque no quiso dejar a sus hijos solos. Comenta que actualmente hay mujeres que se van a trabajar fuera y dejan a sus hijos con los familiares, ya sea con la abuela o tíos. Por lo tanto dice que la actividad de hacer tortillas le permitía estar al pendiente de sus hijos. Por lo que la tortilla nuclea a una

familia, otras opciones pudieran ser más productivas, pero a costa de división familiar.

5.4.3. Caso 3

Señora Mercedes, casada de 68 años, vive con su esposo y una nieta, su hija mamá soltera con dos hijos. Su hija sale a trabajar a la capital y le deja los niños, por lo que ella está a cargo durante el día. Sus nietos tienen 10, 6 y 3 años de edad. Su hija va y viene todos los días, por lo que sale de madrugada y llega ya al final del día. El sustento económico se basa en lo que la hija aporta. Lo que ella obtiene de la venta de las tortillas lo usa para complementar cada comida, una bolsa de sal, aceite, etc. Desde hace 30 años ella hace tortillas para vender. Antes iba comerciaba también de puerta en puerta en las colonias de Pátzcuaro, pero actualmente solo vende en la comunidad porque se enfermó de los pulmones y ya no puede salir. El doctor le prohibió seguir haciendo tortillas. Pero ella dice que si deja el oficio ¿Que come? Mercedes hace tortillas en la mañana y al medio día porque a los consumidores les gustan calientes recién salidas del comal, compran para almorzar y para la hora de la comida.

Su esposo ya no trabaja por la edad. “¿Por eso qué más se hace?”. “Él se va al campo y siembra poquito sólo para algunos elotes”. Ella para hacer las tortillas, siempre compra maíz en la tienda porque es más rápido, uno no navega tanto en andar buscando. Dice que ya se acostumbró a usar este maíz porque siente que le rinde más, su estufa (ahorradora) de hacer tortillas, saca el humo de la cocina porque tiene tubo, pero el fogón dónde pone el nixtamal lo tiene en el mismo lugar, así que la señora sigue respirando el humo, aunque la señora no lo acepta porque dice que ella no está junto cuando lo prende.

Actualmente la señora Mercedes se muestra cansada de su trabajo y de la carga que tiene por tener a sus nietos a cargo. Vende entre \$120 y \$150 diarios y eso le alcanza para irla llevando. “Aunque últimamente bajo la venta a sólo \$50 por día”. Por lo de la pandemia “Yo soy feliz si se mantuviera mi venta diaria de \$150”. Tengo el apoyo de adultos mayores y esos lo ocupo para el

medicamento". Ella compra la leña por carga a 100 pesos (80 leños) le conviene mejor que por menudeo. Por eso hace el esfuerzo de lo que saca por la venta de las tortillas apartar unos pesos cada día para ir comprando y siempre tener leña seca, de lo contrario se le navega más. Además de que hay que pagarla más cara, no está seca.

A pesar de que la señora dice que ya está cansada de su actividad y más por la enfermedad que tiene, es una señora que trata de estar contenta y es muy platicadora. Actitud ante la vida. Ella hace las tortillas con la prensa y poquito las palmea, su prensa es de madera. Aun remuele la masa en el metate para sacar testales. Mientras ella hace las tortillas su nieta de diez años sale a recibir al cliente, así ella evita recibir los cambios de temperatura que a la larga provoca enfermedades.

VI. ESTRATEGIAS DE REPRODUCCIÓN SOCIAL DE LAS TORTILLERAS EN URICHO

Los dos pilares de las Estrategias de reproducción social de las tortilleras: a) Administración de Recursos y tiempos, y b) Afirmación de un oficio y con ello construcción de identidad y empoderamiento personal.

Bourdieu (2011) afirma que las estrategias que se emplean son conscientes e inconscientes, por lo que se podría decir que en sus decisiones inmediatas son conscientes pero no las acciones a largo plazo, esas se van forjando en el actuar diario.

El punto de vista desarrollada en la presente investigación, con el acercamiento continuo con las mujeres tortilleras artesanales, es que se advierte un conjunto de toma de decisiones de ellas en torno a sus recursos (infraestructura, utensilios, dinero, procesos de trabajo, mano de obra, relaciones comerciales y sociales, e incluso conocimiento), en cuanto tipos, calidades, cantidades, momentos de aplicación y en general tiempos dedicados, y que, en efecto, hay una finalidad, en este caso, de transacción comercial de su producto (a la que se le llama artesanía) que está ligada a un bienestar familiar.

En el trabajo de campo se notó que no hay una visión plenamente acabada de cómo administrar el todo y las partes en relación con ese global (de cadena). Estrictamente, no hay una estrategia consciente que se haga de plena información, que valore previamente lo que se venderá, que afine los resultados a obtener. Más bien hay construcción en movimiento que más se parece a una serie de decisiones tácticas (utilizando la jerarquía militar de estrategia y tácticas), En términos de algunas personas eso se conceptualiza como “sobrevivimos con este trabajo” (Mercedes 68 años). No se concuerda con la idea sencilla de estar sobreviviendo porque en el trabajo de campo se percibieron vivencias plenas de trabajo, comercio, vida familiar y social que en su conjunto se traduce en intentar vivir bien.

Se hace toda esta reflexión porque creo que las tortilleras tienen derecho, necesidad, y la posibilidad de avanzar hacia estrategias plenamente conscientes, que se generen en talleres participativos en dónde términos como “planeación estratégica, plan de negocios, administración de un taller artesanal” sean temas adecuados al tipo de actividad artesanal que es generar tortilla, de modo que el propósito de tener estrategias mejores, sean un esfuerzo sistemático de asesores y tortilleras. No sólo que trabajen a partir de cómo se van presentando los problemas cotidianos con su respuesta inmediata sino por medio de una planeación y si es participativa, mejor.

A continuación, expondré de forma ordenada, cuáles son las tomas de decisiones en cuanto a sus recursos y tiempo que hasta ahora constituyen las estrategias de reproducción social (término que decidió utilizar apegándose a los requerimientos de la maestría), de forma que serían los elementos para ser discutido por las artesanas en talleres participativos, para reflexionar la administración general de su oficio y dirigirlo mejor a valorar su actividad y con ello lograr los mejores beneficios para sus familias.

6.1. Administración de recursos y tiempos

El primer pilar tiene que ver con la administración de recursos y tiempos. La exposición retomará el esquema del enfoque de cadenas agroalimentarias que divide en eslabones el proceso que liga, desde la materia prima, hasta la degustación de las tortillas. Son tres eslabones a utilizar.

6.1.1. Los insumos

Identifica insumos. Grano de maíz, leña, cal, necesarios para elaborar las tortillas artesanales. La consideración base es comprar barato y bueno. No siempre se logra este equilibrio.

Comparación de precios y reducción de costos.

Obtención del maíz. La mayoría de las tortilleras cuenta con pequeños espacios de tierra (menos 1/4 ha.) para proveerse de maíz y derivados del sistema milpa. Sin embargo, las cantidades que generan son insuficientes, de modo que tienen que relacionarse con proveedores del grano (tienda y agricultor local).

Obtención de leña. Ella decide si va con la familia a recolectar al cerro, si lo compra a un leñero local o a un intermediario. La mayoría va al cerro.

Obtención de la cal. Esta se compra en las tiendas de la localidad, la cual está a la venta a partir de medio kg. La mayoría la compra por kg y solo una lo ha conseguido por bulto. Sólo que se corre el riesgo de que pierda eficacia química el producto (*“la fuerza”*) y a la larga, lejos de ser un ahorro, sea una pérdida comprar en volumen.

Decisiones sobre el grano. Se conserva el interés por consumir el maíz nativo con sus diferentes variedades locales, como el maíz blanco, y el azul que son usados principalmente para tortillas. El grano rojo se usa fundamentalmente para pozole.

Por cuestiones de precios diferenciados y necesidad de presentar el color que los consumidores demandan, las tortilleras a veces hacen mezcla de tipo de maíces para que salga en precio el producto final y con el color que se pide.

6.1.2. Decisiones en el proceso de manufactura de la tortilla

Valorar los recursos.

La fuerza de trabajo (*individual y familiar*). La tortillera balancea lo que está dispuesto hacer en lo personal, con quiénes de la familia cuentan realmente y en específico para qué actividad (Figura 43). En un ejemplo el esposo adquiere y almacena la leña.

El efectivo (*dinero constante*). Valora la cantidad que tiene, administra la inversión. Lo hacen de una forma en la que aprovechan todos los recursos, reconociendo que hacen prácticas de una economía rural. En la comunidad hay

varios grupos dónde se consiguen préstamos, pero por lo que se escucha han disminuido porque las personas sacan un préstamo pero no cumplen con los pagos y pagan unas por otras. Lo cual ha generado problemas. Por lo que, muchas prefieren no entrar a esos grupos para evitar problemas.

Su espacio físico. Valora que la cocina esté en condiciones apropiadas para elaborar las tortillas y los fogones para cocerlas.

Utensilios. Olla para cocer el nixtamal, Cuchara para moverlo, comal, metate, presa, el tazcal, el *ayate*³², bolsa de plástico para mantener el calor.

Elige los días de producción. De acuerdo a lo que observa, a las pláticas con las demás mujeres, prueba y prevalece. La mayoría van los martes y los viernes.

6.1.3. Decisiones en el proceso de venta

Amplía las relaciones sociales. Con los que suministran los insumos y con los consumidores. Lo cual se traduce en un mayor ingreso.

Analiza espacios de venta. De acuerdo a las pláticas con los demás, prueba espacio de venta, pondera y decide dónde continuar, si desde la casa, tocando puertas o sentada en los mercados. La mayoría lo hace en el mismo municipio que es Erongarícuaro. En cuanto a la venta esta es en su mayoría directa y siempre están buscando precios justos para sus productos, aunque la mayoría de las veces no se logra. Así que regresan a casa con una venta modesta y en ocasiones también practica el trueque.

Modos de venta. Una de las estrategias de convencimiento que las mujeres usan cuando ofrecen las tortillas dicen “están buenas, se ven bien, están delgadas, están blanditas y después de recalentar siguen blanditas, son de puro maíz criollo, no tiene harina y están hechas a pura mano”. Pocas dan la prueba,

³² Bolsa donde se cargan el tazcal elaborado por ellas mismas, con un costal o arpilla.

algunas sólo se limitan a mostrarlas. Estrategias que en ocasiones les funcionan y en otras no tanto.

Hacen cuentas y dividen gastos familiares y sociales.

De acuerdo a cómo les va en las ventas, analizan los esfuerzos físicos en la familia, lo que gasto en los insumos, en el traslado para ir a vender, y lo que pueden comprar con lo que obtienen. La mayoría de las mujeres en Uricho dicen que “con que salga lo que se invirtió y para traer de comer ya es ganancia”. Como una forma de decir que este trabajo les permite algo que es bueno por mínimo que sea.



Figura 43. Estrategias de reproducción social de las artesanas de la tortilla.
Fuente: Elaboración propia de trabajo de campo 2019-2021.

6.2. La identidad desde el oficio de tortillera

Afirmación de un oficio y con ello construcción de identidad y empoderamiento personal. Pilar dos.

6.2.1. Construcción de identidad

Con la reseña de los anteriores elementos se describe uno de los pilares de lo que se distingue en esta investigación como reproducción social de las artesanas de la tortilla (es una herramienta conceptual adecuada), y se destaca que los talleres participativos y más aún las giras de intercambio de gente del gremio e incluso las capacitaciones, pudieran ayudar a llevar a ese conjunto de gente a una valoración mejor de lo que es estrategias, y aminorar las decisiones circunstanciales (tácticas)

El otro pilar a desarrollar tiene que ver no con cosas materiales, o incluso procesos productivos o conocimientos específicos, sino con la constitución de las personas en sí (empoderamiento), y de su gremio (identidad grupal).

A fin de cuentas las cosas se usan, se acaban, se hacen más o menos (como el dinero), se modifican en su forma de hacer (como los procesos) pero lo que tiene una continuidad humana se circunscribe a dos preguntas: ¿Quiénes somos? y ¿Qué queremos? Cuestiones que se propone que se planteen así mismo las tortilleras.

Se usa el término de artesanas, no sólo para engrandecer su actividad (valoración) sino porque el taller productivo que ellas desarrollan al seno de sus familias tiene un conjunto de sentidos propios (lo que buscan) que ligan tradición con modernidad y que las hace ser. Es decir no son una pequeña empresa capitalista sino un taller familiar artesanal.

El punto de definición básico de ese taller productivo en la cantidad que se genera semanalmente y en el tipo calidad (a partir de maíz nativo), e incluso en los herramientas que se eligen (estufa eficiente), lo define la ama del taller, la

artesana. En ese hacer, se construyen a sí mismas en un entorno familiar que es punto de partida y llegada de la búsqueda de un bienestar.

Retomando la pregunta expuesta en las interacciones con ellas ¿qué tan conscientes estamos del conjunto de decisiones, motivaciones y acciones que nos definen a nosotras y a nuestras compañeras de gremio como tortilleras?

Para ordenar la visión de las decisiones estratégicas de cómo manejar los recursos y los tiempos que poseen las artesanas, se usó el orden de cadena agroalimentaria. A continuación, se abordará el ámbito de cómo se va formando la gente así mismo (ideario), y se adscribe o no a un grupo colectivo. Identidad. La exposición será más desordenada pero muy necesaria, porque trata de responder a las preguntas expuestas.

6.2.2. Decisiones y acciones en la vida diaria de las artesanas de la tortilla

Impulsar la participación familiar. A la hora de la transformación, la mujer, aunque es la que lleva la batuta induce a que los implicados participen en mayor o menor grado, haciendo mandados, desde arrimar la leña junto a la chimenea, prender el fogón, ir suministrando leños al fogón conforme lo vaya requiriendo. Ayudar a tortear, voltear la tortilla, entregarlas al cliente, hasta arrimar un vaso de agua. Acción que permite la educación de los hijos inculcando valores de apoyo, convivencia, responsabilidad, etc.

Amplía las relaciones sociales. Con los que suministran los insumos y con los consumidores. Lo cual con algunos les permite crear amistad y convivencia. Por ejemplo, cuando la señora tortillera que obtiene el maíz a cambio de tortillas, que haciendo cuentas se las pagan muy baratas pero dice “Él me trae leña que obtiene en la limpia de la parcela y así yo navego menos” (Obdulia, 52 años). Por lo que, ella siente un apoyo difícil de entender para los investigadores.

Espacios de distracción. Estos le permiten salir de casa, caminar y distraerse, lo cual se traduce en menos estrés que aminoran las preocupaciones personales.

Transporte. Durante el traslado se encuentran con familiares, conocidos y amigos con quien entablan conversaciones.

Lugar de venta. Con los consumidores frecuentes generan confianza y hay cierta confidencialidad para conversar.

Ponderan beneficios. Alcanza a ahorrar algo para sus necesidades personales y comprar regalos para algunas fiestas. Se distinguen aquellas mujeres que con esta actividad sólo les alcanza para ir comiendo, de las otras que con esta misma actividad mejoraron su casa y tienen hijos profesionistas.

Desarrollan habilidades de difusión y comercialización. Vender tortillas posibilita la promoción de otros productos que también se generan al interior de la familia, como son los productos de la milpa y de traspatio, además están los textiles bordados. El comercio tiene sus bondades pero también requiere de personas con ciertas habilidades que no a todos se nos dan.

Se identifica en los espacios de convivencia. Espacios que permiten que las mujeres tortilleras experimenten ciertas emociones como la felicidad y se enorgullecen de lo que son.

Reuniones. Convocadas por los grupos en los que participa por medio del cual platica de su vida y de su familia dónde se reconoce.

Faenas. Por lo regular son convocados por la autoridad local, donde como miembro de la comunidad en vez de aportar dinero aporta con trabajo, de acuerdo a sus conocimientos, habilidades y fuerza física. En estos espacios de trabajo y convivencia se recrean y se identifica ejemplo, faena para el centro de salud, etc.

Las fiestas son un articulador importante entre el gremio y la comunidad.

Las mujeres fortalecen sus relaciones sociales y familiares por medio de las fiestas de la comunidad y le dedican todo un día porque van ayudar a preparar la comida, convivir y divertirse.

En la comunidad de San Francisco Uricho, los hombres y mujeres toman bebidas alcohólicas al parejo, con la característica de que lo hacen en grupos separados. Lo contrario, mezcla de género, no es usual por motivos de la moralidad prevaleciente. En eventos grandes como las fiestas patronales y bodas, las parejas de casados preparan dos morrales. Cada uno contiene una botella de tequila, un refresco de dos litros y vasos para ofrecer a los invitados. También se distingue que, en la fiesta patronal, la mayoría de las familias hacen “el charape” (bebida que se prepara con diferentes frutas y un poco de alcohol). Así que todos tienen alcohol para ofrecer a todos, esto es lo que menos falta en los eventos. Así que la mayoría se ostenta como buenos bebedores a lo que llaman “tener resistencia”. Cuando andan mareados es porque ya tomaron demasiado. Las mujeres dicen que cuando se emborrachan después de días sienten un descanso, un relajamiento. Pero “ellas se controlan para no andar dando mala figura” (Bertha 65 años). Es importante recalcar que cuando ellas hablan de esto lo platican con aquel gusto que les recuerda el disfrute de la fiesta, risas y carcajadas que transmiten a quien le platican (en cierta forma que le platican en complicidad). Ambientes en el que toda la comunidad está inmersa de alguna forma: niños, jóvenes, adultos y de la tercera edad. En el caso de las tortilleras artesanas este también es su mundo en el cual viven (momentáneamente) felices.

En este sentido, la tortilla artesanal, es un componente estructural de las fiestas de Uricho de modo que las tortilleras, al igual que los músicos, son parte del ritual del evento. Las fiestas que se hacen en esta comunidad son dos grandes (La patronal 4 de octubre día de San Francisco y la del *Corpus Christi*), en promedio una boda cada dos meses, cumpleaños cada 15 días y defunciones, 7 por año aproximadamente. También están las celebraciones 2 de la candelaria, semana santa y el 1 y 2 de noviembre (Castilleja, 2011).

Como se observa las mujeres tortilleras día con día de acuerdo a sus posibilidades van buscando tácticas para salir adelante con su familia y lograr cumplir con sus expectativas que es, principalmente, tener una buena

alimentación y para eso explotan todos sus recursos físicos, económicos, naturales y sociales tomando en cuenta las costumbres y tradiciones de su entorno. En este proceso las mujeres tortilleras logran reafirmarse día con día, logrando además la validación de un gremio valioso de la comunidad que sale a relucir cada fiesta de *Corpus Christi*.

6.3. Lo negativo del oficio de tortillera

El hacer tortillas para vender, las mujeres que no se dedican a esta actividad son las que le ven más efectos negativos, que las que lo llevan a cabo. Calificándola como una actividad precaria. Resaltando que es un trabajo muy pesado y hay poca ganancia. Y en efecto esta actividad requiere de estar más de cuatro horas de pie. Exposiciones a cambios de temperatura constantes (Calor, aire frío y lluvia). Cargar el canasto muy pesado por largas distancias. Respirar el humo directo a la hora de trabajar entre otras.

VII. CONCLUSIONES

Concluyendo, se expone que se comenzó por identificar las estrategias que las mujeres tortilleras llevaban a cabo desde su espacio, porque se conocía que son mujeres que deciden llevar a cabo esta actividad para complementar sus gastos económicos y lograr una alimentación más completa usando los maíces locales y el aprovechamiento de otros recursos del entorno como la leña, partiendo de un conocimiento heredado del saber hacer, donde se encontró que estas estrategias se identifican de manera teórica como las estrategias de reproducción social. Ya que hay mujeres que solo se mantienen de esto y para otras esta actividad les permite dar hasta pequeños detalles, donde se relacionan en el medio social y se construyen a sí mismas.

Por un lado es una actividad poco valorada y por otro es un orgullo contar con la práctica del saber hacer. Ya que tiene sus beneficios pero también tiene sus efectos negativos porque es un trabajo que requiere de mucho tiempo como cualquier actividad artesanal. Resaltando que el oficio de tortillera requiere estar muchas horas de pie, exponiéndose a cambios de temperatura bruscos frecuentemente. Por lo que es un oficio que sólo se explota cuando hay pocas opciones de empleo.

Sin embargo, esta actividad tiene muchas ventajas valoradas por quien la implementa como estar al cuidado de los hijos. Además, esta actividad permite la interacción dentro de la familia y en la comunidad, permite administrar tiempos, así como desarrollar habilidades comerciales, también funciona como gancho para vender otros productos que se producen al interior del núcleo familiar. Se conserva un conocimiento ancestral que permite una alimentación saludable. Además de ser una opción para sostenerse en tiempo de crisis económica y en etapas difíciles de la vida (senectud, divorcios y viudez).

Es una tarea que se trabaja desde el entorno familiar en casa, con pocas miras de trabajar en grupo entre mujeres tortilleras, por los efectos negativos que perciben, como el estar comprometidas para cumplir en tiempos que no son

aceptables para ellas, sin embargo, aceptan reunirse si ven resultados inmediatos (despensas, apoyos económicos, etc.). Su responsabilidad ante los compromisos es un factor clave que las distingue, de allí la dificultad para trabajar en grupo.

Por lo tanto, cada artesana se organiza e implementa estrategias en su cadena de producción de tortillas, para adquirir los insumos, elaborar la tortilla y comercializar de acuerdo a su habilidad y recursos propios donde la magnitud del trabajo está en relación con el tiempo, la familia y el medio social. Llevando a cabo una lógica campesina de acuerdo a los recursos con los que cuenta y lo que puede conseguir a nivel familiar. Salvo quien decida buscar la manera de distribuir nuevas dinámicas de tiempo aunque les genere ciertos desajustes, podrán incrementar sus ventas y nuevas formas de valorar su hacer y ser. Como lo han hecho las mujeres que forman parte del proyecto de Red Tsiri, ellas han recibido apoyo para mejorar sus espacios de trabajo (techos, pisos, paredes repelladas, estufas ahorradoras y acompañamiento técnico).

La mayoría de familias de las mujeres tortilleras viven en armonía y con deseos de superación, no obstante las mujeres que se encuentran en situaciones marginales el hacer tortilla es un espacio de lucha para ellas. Por lo que se comprueba que la mujer tortillera con su hacer provoca impactos en su entorno social, cultural y económico. Aunque estos no sean significativos para el mercado, lo son para ellas, sus familias y la comunidad. Lo que le permite una valoración propia. Que a la vez fortalecen su identidad y autonomía, así como el de sus seres queridos y que son estas razones económicas y/o culturales que las motivan para continuar con la ancestral práctica de elaboración de la tortilla, a pesar de todas las adversidades actuales es principalmente el darle lo mejor posible de comer a la familia. Su familia, sus hijos es el motor de su existencia, para continuar buscando y empleando las estrategias para así reconfigurar sus espacios de trabajo y amortiguar el impacto económico en el núcleo familiar, tomando en cuenta su medio de interacción.

7.1. Recomendaciones

Recomiendo trabajar con grupos de conversación con las mujeres dedicadas a este oficio, acerca de temas de su interés, ya que sirve para crear lazos entre ellas, es necesario trabajar en unidad, buscar apoyos (económicos y técnicos), que permitan reforzar lazos de unión que es lo que detiene posible beneficios de tiempo, económico y de salud. Debido a que existe poca disponibilidad para trabajar en grupo si no hay beneficios directos inmediatos.

Como consumidores es importante exigir alimentos sanos y pagar por su valor, ya que en con esas exigencias y valoración de alimentos, se conserva la base de la alimentación saludable como son las variedades de los maíces nativos, así como los conocimientos ancestrales de producción y procesamiento de tortilla. Además de que acciones como estas los distinguen como impulsores para que las mujeres y sus familias fortalezcan las estrategias de reproducción que les permitan autoabastecerse y continuar trabajando lo que tienen y combinando conocimientos ancestrales con técnicas innovadoras.

Por lo que, para que exista un buen desarrollo se necesita acompañamiento directo, juntos academia y conocimiento local y unidos buscar soluciones a sus necesidades. Desde la adquisición de insumos, en la venta, mejora en las políticas y así ir construyendo desde el lugar de la investigación para lograr avances al parejo tanto desde lo local como desde la academia.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

Alarcón-Chaires, P. (2013). *Etnografía de los indígenas purhépecha*. Ed.3. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Red de Etnoecología y Patrimonio Biocultural. Pp. 95.

Alcázar A. y Espinosa-Spínola, M. (2014). Humanismo y Trabajo Social ¿Por qué es importante la etnografía para el trabajo social? Algunas reflexiones para el debate. Universidad de Granada. Vol. 13-14. 2014. [335-347] ISSN: 1696-7623.

Álvarez-Buylla, E., Carreón, A., & San Vicente, A. (2011). Haciendo milpa. La protección de las semillas y la agricultura campesina.

Álvarez, K. E., y González, J. C. (2018). *Plan de Negocios: Tortillería Industrializada TORTI-NICA* (Doctoral dissertation, Universidad Politécnica de Nicaragua.).

Álvarez, M. D. L. Á. P., y Dietz, G. (2009). Manejo sustentable de recursos para el desarrollo regional. El campesinado minifundista en una región indígena de México como actor social y económico. *Anuario americanista europeo*, (6), Pp. 393-425.

Arellanes, Y. (2021). Reflexiones sobre estrategia tradicional de Pátzcuaro, Michoacán, con el énfasis en su riqueza sociocultural y metabolismo social en: Mercados y tianguis en el siglo XXI. Repensando sus problemáticas. Pp. 210-222.

Arévalo, J. M. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. *Revista de estudios extremeños*, 60(3), Pp. 925-956.

Astier, M., Odenthal, G., Patricio, C., y Orozco-Ramírez, Q. (2019). Handmade tortilla production in the basins of lakes Pátzcuaro and Zirahuén, Mexico. *Journal of Maps*, 15(1), Pp. 52-57.

- Arnés, E., y Astier, M. (2019). Handmade Comal Tortillas in Michoacán: Traditional Practices along the Rural-Urban Gradient. *International journal of environmental research and public health*, 16(17), 3211. <https://www.mdpi.com/1660-4601/16/17/3211>
- Azofra, M. J. (199). Cuadernos metodológicos:26 Cuestionarios. Madrid, España. Pp.143
- Barquera, H. (1991). Una revisión sintética de la investigación participativa en: Investigación Participativa: Algunos aspectos críticos y problemáticos. CREFAL. Pátzcuaro, Michoacán, México. Pp. 37-41.
- Bartra, A. (2014) *Haciendo milpa: diversificar y especializar: estrategias de organizaciones campesinas*. Instituto de Estudios para el Desarrollo Rural Maya. Pp. 96
- Bourdieu, P. (2011) Las estrategias de la reproducción social. Siglo Veintiuno Editores Buenos Aires. Pp. 216
- Burgos, A., Anaya, C., y Solorio, I. (2011). Impacto ecológico del Cultivo de Aguacate a nivel regional y de parcela en el Estado de Michoacán: Definición de una Tipología de Productores. Informe final a la Fundación Produce Michoacán (FPM) y la AALPAUM. Centro de Investigaciones en Geografía Ambiental (CIGA/UNAM Campus Morelia). Morelia, Michoacán, 0 Pp. 3.
- Camacho Vera, J. H., Cervantes Escoto, F., Cesín Vargas, A., & Palacios Rangel, M. I. (2019). Los alimentos artesanales y la modernidad alimentaria. Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional, 29(53).
- Castilleja, A. (2011). Ofrenda para las ánimas. Un estudio de caso en un pueblo purépecha. Catherine Good y Laura Elena Corona, coords., Comida, cultura y modernidad en México. Perspectivas antropológicas e históricas, México, Escuela Nacional de Antropología e Historia, Pp. 151-166.
- CEDRSSA. (2014). CEDRSSA (Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria). (2014). Consumo, distribución y

producción de alimentos: el caso del complejo maíz-tortilla. Reporte 13. D.R. Honorable Cámara de Diputados LXII Legislatura / Congreso de la Unión. México. Pp. 73. http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/13/40Reporte_ma%C3%ADz-tortilla_septiembre_2014.pdf

Colín-Chávez, C., Virgen-Ortiz, J. J., Serrano-Rubio, L. E., Martínez-Téllez, M. A., & Astier, M. (2020). Comparison of nutritional properties and bioactive compounds between industrial and artisan fresh tortillas from maize landraces. *Current Research in Food Science*, 3, Pp.189-194.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2665927120300253>

CONASAMI (Comisión Nacional de Salarios Mínimos). <https://www.gob.mx/conasami/articulos/se-publica-en-el-diario-oficial-de-la-federacion-los-salarios-minimos-que-rigen-a-partir-del-1-de-enero-de-2021?idiom=es> consultado 12 julio 2021

Coraggio, J.L. (1980). Las bases teóricas de la planificación regional en América Latina (un enfoque crítico). Rn Demografía y Economía. XIV: 2 Colegio de México. Pp.141-177

De la Portilla, C. S., Ramírez, Q. O., y Calderón, M. A. (2016). Análisis ambiental, social y económico del abasto de maíz y transformación en tortillas artesanales en la cuenca del lago Pátzcuaro, estado de Michoacán, México. *Agroecología*, 11(2), Pp.77-93.

Del Carpio Ovando, P. S., Banda, M. D. J. M., y Cobos, A. V. (2016). Artesanías agroalimentarias, oficio de. Debates contemporáneos sobre la familia.

Dietz, G. (1999). *La comunidad Purhépecha es nuestra fuerza: etnicidad, cultura y región en un movimiento indígena en México*. Editorial Abya Yala.

Durand, J. (1993). Las remesas en dólares: usos y alternativas de financiamiento. *Chamoux, Marie-Noëlle (Coord.)*, Pp. 169-180.

Durand, L. y Neyra L. (2010). La diversidad biológica de México: ecosistemas, especies y genes. En la biodiversidad de México. Inventarios, manejos, usos,

informática, conservación e importancia cultural. Fondo de Cultura Económica. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Espinosa, C. R. (2007). Paisaje cultural y redes comerciales. El caso de la cuenca lacustre de Pátzcuaro, Michoacán, en el siglo XVI. *Palapa*, 2, Pp. 39-50.

Espinosa, C. (2019). Organización social en procesos socioeconómicos alternativos sustentables: El caso de la Red Tsiri. Tesis: licenciatura en estudios sociales y gestión local. ENES, UNAM.

Florescano, E., y García, V. (2004) (Mestizajes tecnológicos y cambios culturales en México. CIESAS. México 2004.

Freire, P. (1976). Extensionismo o comunicación. Ed. Siglo XXI Ciudad, país: México, DF.

García-Winder, M., Riveros, H., Pávez, I., Rodríguez, D., Lam, F., Arias, J. Herrera, D. (2009). Cadenas agroalimentarias: un instrumento para fortalecer la institucionalidad del sector agrícola y rural. Agroecología. Perspectivas. COMUNIICA (5) Pp. 26-3.

González-Pichardo, B. (2006). La revolución verde en México. Universidad Autónoma de México. AGRARIA, Sao Paulo (4) Pp. 40-68.

González-Sosa, E., Mastachi-Loza, C. A., Rivera-Vázquez, J. B., Gutiérrez-López, A., Lafragua, J., y Guevara-Escobar, A. (2010). La evaporación en la cuenca del lago de Pátzcuaro, México. *Tecnología y ciencias del agua*, 1(3), Pp. 51-69.

Guadarrama, A., Aragón, F., y Willcox, M. (2014). Mejoramiento de maíces nativos. *Enlace*, 5(22), Pp. 11-15.

Gutiérrez (2011). Estrategias de reproducción social. Las microprácticas y la política social. Capital y redes sociales en América Latina y el Caribe: La política social en el nuevo contexto – Enfoques y experiencias UNESCO. Montevideo, Uruguay.

INAFED (Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal) (2020) Consultado en abril de 2021

INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía). (2010) Mapa digital para escritorio México consultado en 2020. Consultado en mayo 2021

INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (2020). Censo de Población y Vivienda 2020. Consultado en mayo de 2021.

Hernández-Xolocotzi, E. (2007). La investigación de huarache. Revista de geografía agrícola (39) julio-diciembre. Universidad Autónoma Chapingo. Texcoco, México.

Hernández y Martínez (2016). Reproducción campesina y conocimiento local en contextos de fragilidad social y ambiental. Estrategias familiares y comunitarias en la cordillera del Tentzo, México. Mundo Agrario, 17(35), e020. Recuperado de <http://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAe020>

Herrera, D. (2001). Competitividad con equidad en cadenas agroalimentarias. Instituto Interamericano de cooperación para la agricultura. COMUNICA. 6 (15) Ley Federal para el Fomento y Protección del Maíz Nativo. En: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFFPMN_130420.pdf (Consultado: abril 2021).

López, N., y Sandoval, I. (2016). Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa.

Maluenda, G. (2019). Maíz 2019/20. Producción récord y descenso de stocks en campañas consecutivas.

Marcelo, A. L. C., Bordi, I. V., Espinoza-Ortega, A., & Calderón, A. E. (2019). Tortillas artesanales mazahuas y biodiversidad del maíz nativo. Reflexiones desde el ecofeminismo de la subsistencia. *Sociedad y Ambiente*, (19), Pp. 265-291.

Marcús, J. (2011). Apuntes sobre el concepto de identidad. Intersticios. Revista sociológica de pensamiento crítico, 5 (1).

Mariaca-Méndez, R. (1997) ¿Qué es la agricultura? Bajo una perspectiva Xoloxotziana. Universidad Autónoma Chapingo. Universidad Autónoma del Estado de México. 1997.

Masera-Astier, O. X., y Astier, M. (2014). La Red Tsiri: una experiencia de sistemas alimentarios sustentables. *LEISA Rev. Agroecología*, 30(1), 22-23.

<https://www.leisa-al.org/web/index.php/volumen-30-número-1/1020-la-red-tsiri-una-experiencia-de-sistemas-alimentarios-locales-sustentables>

Millán, T. R. y Sociólogo, A. S. (2000). Para comprender el concepto de cultura. UNAP Educación y desarrollo, 1 (1), Pp. 1-11.

Novo, S. (2013). Cocina mexicana. Historia gastronómica de la ciudad de México. Ed Porrúa México.

Núñez, M. (2000). Charo: La feminización de la pobreza. Universidad Autónoma de Chapingo. México.

Núñez V. M., Tejera de la, H. B., Santos O. Á. (2004). Mujer y pobreza: Miradas y existencias. Universidad Autónoma de Chapingo y Secretaria de Desarrollo Social. ISBN968-0200-64-7.

Orozco, Q. (2007) El sistema alimentario del maíz en Pátzcuaro, Michoacán. Tesis de maestría. Biología Ambiental. UNAM. Morelia, Michoacán.

Pelayo, G., y Gross R. (1995). Pequeño Larousse ilustrado: 1995.

Pérez, E. (2008). Análisis de diversidad del complejo “gallina ciega” (coleoptera: melolonthidae) en dos sistemas de producción tradicional de maíz en la región purépecha, Michoacán. Facultad de Biología, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Edificio R, Planta Baja, Ciudad Universitaria, Av. J. Mújica s/n Col. Felicitas del Río. C. P. 58030, Morelia, Michoacán, MÉXICO

Pérez Winter, C. V. (2014). La economía familiar: una discusión sobre modelos.

Pilcher J. M. (2001) ¡Que vivan los tamales! La comida y la construcción de la identidad mexicana. CIESA, Ed. Reina roja, CONACULTA. México. Pp. 277.

Raya. D. (2017). Maíces nativos. Estrategias de promoción *in situ* en Michoacán. Desarrollo Rural Regional. UACH.

Rizzo, N. (2012). Un análisis sobre la reproducción social como proceso significativo y como proceso desigual. *Sociológica*, año 27, número 77. Pp. 281-297

Rodríguez, F. (2015). Diagnóstico y perspectivas de la agricultura campesina en la comunidad de San Francisco Uricho, Municipio de Erongarícuaro, Michoacán, México. Desarrollo Sustentable. UIIM.

Rubio, B. (2014). El dominio del hambre Crisis de hegemonía y alimentos. Universidad Autónoma Chapingo. Colegio de Postgraduados. Universidad Autónoma de Zacatecas. Juan Pablos Editor, S.A. México. Pp. 267.

Ruíz-Sevilla, G., y Chacón, A. (2004). Ficha Informativa de los Humedales de Ramsar. RAMSAR PÁTZCUARO

Sabán, C. (2015). Evaluación medioambiental, social y económica de la elaboración de tortillas artesanales Red Tsiri en la cuenca del lago de Pátzcuaro, estado de Michoacán, México. Tesis ingeniero agrónomo, Universidad Politécnica de Valencia.

Schutte, A, y Yopo, B. (1989). Desarrollo y Perspectiva de la Investigación Participativa en: La investigación participativa en América Latina CREFAL Pátzcuaro, Michoacán, México Pp. 65-68.

SEDESOL (2010). Secretaria de Desarrollo Social. Catálogo de localidades. <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/contenido.aspx?refnac=160320011>

SE-DGIB (2012). Secretaría de Economía-Dirección General de Industrias Básicas. Análisis de la Cadena de valor Maíz-Tortilla: Situación Actual y Factores de Competencia Local.

http://www.2006_2012.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/industria_comercio/informacionSectorial/20120411_analisis_cadena_valor_maiz-tortilla.pdf

- Trigo, Y. M., y Montenegro, J. L. (2002). El maíz en México: biodiversidad y cambios en el consumo. *Análisis económico*, 17(36), Pp. 281-303.
- Toledo, V. M., y Barrera-Bassols, N. (2011). Saberes tradicionales y adaptaciones ecológicas en siete regiones indígenas de México. *Saberes ambientales campesinos*, Pp. 15.
- Torrado, S. (1981). Sobre los conceptos de “estrategias familiares de vida” y “procesos de producción de las fuerzas de trabajo”: Notas teórico-metodológicas. *Demografía y economía*, 15 (2), Pp. 204-233.
- USDA (United States Department of Agriculture). (2020). <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/production.pdf>
<https://www.fas.usda.gov/corn-2020-export-highlights>
- Vega-Malagón, G., Ávila-Morales, J., Vega-Malagón, A. J., Camacho-Calderón, N., Becerril-Santos, A., y Leo-Amador, G. E. (2014). Paradigmas en la investigación. Enfoque cuantitativo y cualitativo. *European Scientific Journal*, 10(15).
- Vela, E. (2011). El maíz. *Arqueología mexicana*, (86). <https://arqueologiamexicana.mx/arqueomex38>.
- Vera, R. (2021). Tianguis de trueque en la cuenca del lago de Pátzcuaro: significaciones sociales de una práctica económica ambigua en: Mercados y tianguis en el siglo XXI. Repensando sus problemáticas. Pp. 191-209.
- Villamar, A. A., Salazar, M. G., & Antezana, J. N. (Eds.). (2012). Sistemas agrícolas, conocimiento tradicional y agrobiodiversidad: Maíz en la cuenca del lago de Pátzcuaro. *Conocimiento tradicional, innovación y reapropiación social*. Siglo XXI Editores.
- Villarreal, D. Z., y Marín, P. C. G. (2008). Origen de la agricultura, la domesticación de plantas y el establecimiento de corredores biológicos-culturales en Mesoamérica. *Revista de Geografía Agrícola*, Universidad Autónoma Chapingo, México. (41) Pp. 85-113.

Watts, W. A., y Bradbury, J. P. (1982). Paleoecological Studies at Lake Patzcuaro on the West-Central Mexican Plateau and at Chalco in the Basin of Mexico¹. *Quaternary Research*, 17(1), Pp. 56-70.

Witt, T. y Gianotten, V. (1989). Investigación Participativa en un contexto de Economía Campesina en: La investigación participativa en América Latina CREFAL Pátzcuaro, Michoacán, México. Pp. 225.278.

IX. ANEXOS

9.1. Anexo Fotográfico



Foto 1: Variedades de maíces nativos en San Francisco Uricho.



Foto 2: Tortilla artesanal de maíz azul 100% hecha a mano por mujeres de San Francisco Uricho con maíz nativo nixtamalizado.



Foto 3: Venta de tortillas con la dinámica de puerta en puerta.



Foto 4: Lugar común que ocupa la figura masculina cuando la mujer está haciendo tortillas, mientras platican, él cuida que el fogón tenga leña suficiente para que se cosan las tortillas. Momento en el que la mujer se siente apoyada y en armonía con su pareja.



Foto 5: Fiesta *Corpus Christi* en San Francisco Uricho.

Fuente: Elaboración propia, 2021.

9.2. Memoria de talleres

Memoria de talleres realizados por María del Carmen Patricio Chávez.

Primer taller. 7 noviembre de 2020 (5 participantes).

Tema: Problemas comunes en el oficio de tortillera.

La presencia de un estudio de maestría y de cómo mejorar en grupo.

7 de noviembre de 2020 a las 5 de la tarde se realizó la **primera reunión**, se hizo invitación directa a 8 mujeres de las cuales asistieron 5 mujeres tortilleras. Se cumplió con el protocolo de limpieza cubre bocas y sana distancia. La reunión se llevó a cabo en la casa Ejidal.

Se platicó el objetivo de la reunión. Dónde se dijo que es para cumplir con un requisito de posgrado de maestría, con el cual se pretendía trabajar en grupo el

tema de la elaboración de tortillas y platicar todo lo que implica el trabajo que ellas llevan a cabo, para juntas, encontrar alternativas que alivien los problemas y mejoren estrategias para obtener más ganancias, optimizando el tiempo, conocer otras experiencias de otros lugares a través de los medios digitales y las redes sociales con otras mujeres con el mismo oficio. Para ganar confianza les platiqué mi experiencia del proyecto de Red Tsiri y nombre a las personas que son de la comunidad y que me conocen.

Se les dijo que por su asistencia a los talleres, al terminar el trabajo de campo establecido, se les rifará una estufa ahorradora de leña como agradecimiento.

La pregunta generadora para el primer taller fue:

¿Qué problemas son frecuentes en la producción de hacer tortillas?

El método fue proporcionar hojas de colores para que escribieran los problemas, pero dijeron que no sabían escribir, así que fui escribiendo y pegando los papeles en una cartulina (discusión colectiva)

Los aspectos que se tocaron fueron los siguientes:

Área de trabajo (cocina) Todas las mujeres tienen cocina y dentro hay una *parangua*³³ dónde cuecen sus tortillas con leña, algunas paranguas tienen tubo para sacar el humo fuera de la cocina otras no. Las cocinas están un poco separadas de dónde están los trastes y el comedor. Una de las señoras no la tiene por remodelación. No manifestaron algún problema con la chimenea. Les pregunté si les interesaba una estufa ahorradora de leña y dijeron que estaría bien pero no con mucho interés.

Insumos.

Leña. La mayoría la compra y se les hace costosa, dicen que porque hay pocos vendedores, se distinguen tres casas que venden leña, son

³³ Fogón en forma de U

intermediarios les compran a la gente de fuera por camionadas y ellas las vende por menudeo. Se distinguen tres leñeros. Se comentó que hay familias que van al cerro a traer leña pero sólo son los que tienen ejido. Algunas señoras van a las barañas (son ramas de matorrales que se dan en las cercas, son de vara blanca y *jarachina*³⁴). En síntesis, leña de compra (mayorista, medios e intermediario pequeño); ir al cerro ejidal; juntar barañas.

Cal. La cal la consigue en la tienda y no es cara, compran 10 pesos para una semana. Una señora compró el bulto, lleva cuatro meses usando y espera que guarde la fuerza. Espera que le dure otros 3 meses. Se les comentó que una manera de ahorrar que se podría hacer es, que se cooperen para comprar el bulto de cal entre varias mujeres y dividirlo entre las participantes para así hacer un ahorro. Solo dijeron que estaría bien.

Maíz. Este se obtiene de lo que siembran. Ya que se les termina lo compran en las tiendas de la comunidad. La mayoría de las tiendas venden maíz. Las mujeres compran dónde les quede más cerca, que les salga con menos basura y que el tendero lo venda completo, porque el costo en todas las tiendas es el mismo. Hay mujeres que cuando se les termina el maíz nativo lo siguen comprando a sus familiares porque sus clientes no aceptan el maíz de la tienda.

Para la conservación del grano en poscosecha le ponen polvo que es un químico. Se les comentó que se podría hacer un proyecto dónde consigan fondos para comprar maíz necesario en tiempos de cosecha para todo el año y guardarlo en silos sin ningún químico. También dijeron que estaría bien. Pero sin ánimos.

Producción. Durante el proceso, en tiempos de agua se sufre con la leña porque está húmeda o mojada y no prende, además de que entretienen y se enfadan. En las cocinas que no tiene estufa mejorada con chachuaco, las mujeres respiran el humo, reciben exceso de calor por más de 3 horas

³⁴ Nombre local de un matorral.

aproximadamente. Así que se les comentó que las estufas ahorradoras de leña pueden disminuir algunas desventajas que viven a la hora de trabajar.

Venta. El problema mayor es cuando les sobran tortillas porque no encontraron a los clientes. Aunque son como entregas, los consumidores no están obligados a avisar que no estarán y tampoco lo quieren hacer. Lo que le sobra lo cambia en el mercado de Pátzcuaro, lo cual significa malbaratar el producto o regresarlo a casa para que la familia lo consuma pero no conviene esta última opción porque es otra vez regresar con el mismo peso. En tiempo de mucho calor se camina con tanto sol y también en tiempos de lluvia se dan sus buenas mojadas, pero no se puede hacer nada. Ya se conforma con que se lo compren.

Otro problema es lo que estamos viviendo, la pandemia también hizo que bajaran las ventas.

Otro problema de la venta es la discriminación que se vive con las vecinas de la comunidad ya que se dice que las mujeres que trabajan son porque no tiene esposo o porque el marido no les da el gasto. Sin embargo dicen que el traer su propio dinero y poder tomar la decisión de usarlo para dar un regalo a alguien o para decidir qué alimentos preparar, es lo importante. No tanto que nuestros maridos no nos den el ancho – dicen- dinero siempre va a faltar quien no quiere trabajar es porque deberás le sobra o prefieren estar con carencias. Este tipo de comentarios son entre mujeres.

Difusión y promoción. Ellas llegaron a sus clientes, unas por intermediación de su mamá, otras por la suegra; y otras, las encontraron solas. No manifiestan problemas, sólo avisan las tortillas diciendo “¿Van a comprar tortillas?”. Para promocionar la vendedora destapa la canasta y muestra. No llevan pruebas.

Ganancias. Estas son usadas para comprar la comida y para invertir, sin embargo se observa que para conservar los lazos familiares, de compadrazgo, de amistad y para ser aceptado en la comunidad las personas deben de

participar en eventos, sociales, religiosos, culturales que les generan gastos el cual también sale de la venta de la tortilla.

Nota: Sentí algo pesado esta sesión porque las señoras no se animaban a hablar, me costó trabajo, al final se fueron soltando un poco.

En resumen. Se indujo a reflexionar sobre los problemas de las siguientes áreas:

LA COCINA	- No ven mayor problema - Conformes con el lugar que poseen	-Alternativa Estufas mejoradas Poca respuesta
LOS INSUMOS	- Leña cara - Diversos intermediarios - Se busca el más cómodo y barato - Maíz Precio parejo en tiendas - Alternativa comprar agricultor - Buscan cercanía, limpio y bien pesado - Unos clientes piden criollo por lo que compran a parientes - Algunos agricultores usan polvo para conservar maíz	- Alternativa propuesta - Compras colectivas en almacén sin químicos Poca respuesta
LA PRODUCCIÓN	- De 3 a 4 horas de trabajo - Exposición a calor - Inhalación de humo - La leña húmeda es un problema (para prender y proceso)	- Aunque reconocen las molestias, no pasan a nivel de problemas a solucionar
LAS VENTAS	- La mama o suegra apoyó para conseguir clientes - Hay que caminarle y cargar - Problemas en manejo de lo no vendido - El cliente a veces no está. O no quiere - No está bien visto que anden trabajando (mercadeando) lo que se liga a la idea de un marido defectuoso (inhábil) - Hay respuesta clara ante lo anterior: logramos algo más	
LA PROMOCIÓN	- Se enseñan las tortillas	Propuesta Dar pruebas

		Respuesta: Escucharon
LAS GANANCIAS	- Se destinan a comida e invertir en gustos - Aparece claro el estatus que se gana a partir de las relaciones sociales	



Foto 5: Primera reunión

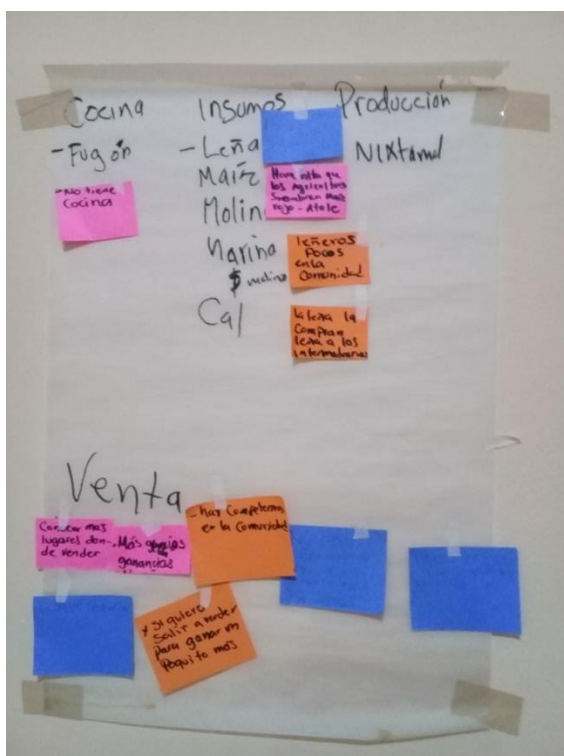


Foto 6: Rota folio elaborado en la 1ra. reunión.

Segundo taller. 11 noviembre de 2020 (2 participantes).

Tema: Los principales problemas. Discriminación.

Segundo Taller realizado el día miércoles 11 de noviembre de 2020 a las 5 de la tarde en la casa ejidal.

Las señoras llegaron una hora tarde. De 5 invitadas solo asistieron 2. Si habían hecho la tarea pero se les olvidaron los tarjetitas así que platicaron lo que escribieron, una de ellas mencionó otra vez la discriminación que vivía en los últimos días por su trabajo. En la combi una mujer de la comunidad vecina le empujo el tazcal con el pie al tiempo que decía “qué bueno que tengo marido que me da para comprar lo que necesito y no andar dando lastima”. La señora con su tazcal no contesto, después que se bajó la señora molesta, la mujer que llevaba sus tortillas se fue platicando con otra y ya le dijo qué bueno que tiene al marido y ojala nunca le falte, aunque nosotros lo tenemos nos sentimos a gusto tener nuestro propio dinero. Como se observa es una anécdota que muestra la discriminación que en algunos momentos de la vida han vivido las mujeres dedicadas a la venta de la tortillas, discriminación entre mujeres.

Una semana después la señora sintió otra vez la discriminación ya que una mujer de la misma comunidad hizo comentarios que ella sintió una ofensa. Lo cual al llegar a su casa lloró porque se sintió mal, se lo confesó a sus hermanas y ellas trataron de animarla pero ella se volvió a sentir mal. Sin embargo, sigue con su actividad porque le sirve para tener un poquito más.

Otra señora comentó que no tuvo apoyo de la familia para escribir los problemas que había dejado de tarea que los anotaran, así que pidió ayuda a la vecina para que le contestara, y dice en la familia hacen comentarios que las hacen sentir mal. “No hay apoyo pero uno que más hace. El señor está todo enfermo igual que yo, no trabaja, yo haciendo tortillas saco algo para comer. Aunque el doctor me prohibió ¿qué más hago? Haré mientras pueda. No sé hacer otra cosa”. (Para ciertas personas, esta es una actividad de defensa y

sobrevivencia ante problemas de salud, edad, y falta de actividades alternativas; es semejante a la artesanía del bordado).

Les pasé en el celular el corto de las mujeres de Puebla que hacen tortillas. Dónde las mujeres concursan corriendo con el tazcal cargado. Una forma donde se promueve la importancia de la tradición y de la alimentación. Les dio mucha risa a las señoras. Pero no comentaron nada más. Les pase ese video con la intención de que vieran que hay tantas mujeres que como ellas también hacen esta labor.

Les dije que es importante que digan todos sus problemas para ver si en la interacción donde todas participan encontramos algunas soluciones a los problemas. Porque en ocasiones para algunas son un problema y para otros esa misma situación es una oportunidad. Así que por eso es importante expresarlos.

Hoy también sentí muy pesada la sesión porque no puedo lograr que se exprese un poquito más.

Habría que reflexionar de fondo las razones. ¿Un sector poco acostumbrado a opinar? ¿La baja del estado benefactor y sus extensionistas (trabajadoras sociales)? Desde luego es la primera vez que conocen al maestrante y a los asistentes.

Al salir de la reunión visité a otras 3 mujeres tortilleras para invitarlas a los talleres por lo que dos dijeron que sí y las otras dos dijeron que no porque iban a asistir a una boda.

Observaciones: las mujeres que no enseñaron a sus hijas a hacer tortillas, cuando se casan aprenden de la suegra y si tiene necesidad venden tortillas, le ayudan a la suegra o se van con ella a vender y así comienzan el camino.

Tercer taller. 14 noviembre de 2020 (4 participantes)

Tema: Socialización de los problemas vividos en el oficio de tortillera.

Taller 3 sábado 14 de noviembre 5 de la tarde en la casa ejidal. Sólo llegó una señora con una hora tarde porque no tenía con quien dejar al nieto. Me regaló dos docenas de tortillas y como yo llevé pan y como no se juntaron las señoras hicimos trueque.

Como la luz eléctrica del salón no funcionó, así que, nos salimos a la plaza para platicar un rato, porque ya estaba oscuro. Allí estaba un grupo de señoras que acababa de salir de sus reuniones religiosas. Había tres mujeres en el grupo que me conocieron y me saludaron, me preguntaron qué estaba haciendo, les dije que me interesaba que platicar sobre los problemas que se enfrentan en su trabajo de hacer tortillas para vender, desde que se consiguen los insumos sus elaboración y venta, así como el uso de las ganancias con la finalidad de que juntas podamos encontrar soluciones a los problemas que enfrentan.

Una de las señoras dijo que en una ocasión se cruzó con otra señora de la misma comunidad en el lugar de venta, y le reclamó por haber vendido a sus clientes, se dijeron y hasta se amenazaron de bajarse el tazcal y darse unos golpes. Pero no llegó a tanto. Otra dijo que ya tenían 2 años que habían dejado el oficio porque ya estaba cansada, porque ya los hijos están grandes y no hay tanta necesidad como cuando se tiene hijos chicos (lo que sugiere un oficio de un período de la vida), pero que nunca tuvieron problemas aunque se cruzaban con mujeres vecinas. La señora Catalina dijo que en la venta tampoco ha tenido problemas y que también se cruza con sus vecinas que andan en la venta. Lo único que le dicen los clientes a la señora Catalina es que les gustan las tortillas de ella porque están bien hechas, no están mestizas³⁵, quemadas, rotas, y están bien cocidas.

³⁵ Tortilla que no se cuece parejo, porque no se voltea en su punto, si se pasa de tiempo esta se pone blanca y dura, lo que le da un mal aspecto.

Por la situación de la luz eléctrica, hoy no pude hacer el taller, les dije a las mujeres la necesidad de hacer el taller en alguna de sus casas, Las asistentes quedaron de avisar si encontraron espacio para reunirnos.

En total hoy participaron 4 mujeres. Hoy me sentí un poco aliviada porque salió algo. Pero ni modo ¿a ver qué tal el próximo?

Ni modo, a veces, hay que regresar con el montón de ideas a la casa, y son peso muerto porque no lograron desarrollarse.

Cuarto taller. 18 noviembre de 2020 (2 participantes).

Tema: Un mejor precio para la tortilla

Miércoles 18 noviembre **Reunión número 4**

Cuando nosotros llegamos nos sorprendimos que estaba abierta la casa ejidal, me puse contenta porque pensé que el comisariado ejidal había abierto para mi taller. Pero estaba abierto porque tenían la reunión de ejidatarios, para cambiar de autoridades y eso no me lo comentó el comisariado ejidal. Así que no me quedaba más que esperar a las mujeres en la plaza y allí trabajar con las que llegarán. Cuando pensé que otra vez no tendría participantes, eran casi las 6 de la tarde, llegó Eva de 30 años de edad, comenzamos a platicar y por allí pasó Jerónima de 72 años de edad, que dijo que si iba a participar pero sólo se detuvo unos 15 minutos y se fue. Así que sólo trabaje con una, haciendo las siguientes preguntas generadoras.

La pregunta que le hice fue ¿Cuáles son los problemas que enfrenta en su trabajo? (Seguí con la misma pregunta porque sentía que aún hacía falta que las mujeres se expresaran), y contestó que la gente no quiere pagar la tortilla, ella la vende a 15 la docena y la gente todavía la quiere pagar a doce pesos pero así ya no le conviene.

Ella entrega las tortillas en una de la calle que lleva al centro de Pátzcuaro, allí tiene entregas que los clientes no regatean el precio, el problema viene cuando no los encuentra, entonces le sobran tortillas que al llegar al mercado, la gente no quiere pagar los 15 pesos por docena, así que, sólo preguntan el precio y se van. Cuando ya son las 3:30 pm, ya es tarde, hay que regresar para hacerla comida para los hijos y hacer tareas. Por eso ya mejor se acerca con las personas que sabe que le van a cambiar, por lo regular la cambia por fruta (naranjas, plátanos).

Pero ¿porque espera más rato a intentar venderlas, si de todas maneras va a comprar fruta? “¡ah! lo que pasa es que si yo las compró elijo el lugar dónde las venden baratas y están en mejores condiciones, pero si es trueque ellos le suben el costo. Y pues no conviene”.

¿Y su esposo le ha dicho que no vaya?

“Si, pero yo le pregunto ¿qué va a pasar cuando se te acabe el trabajo?, hay que volver a sufrir para encontrar clientes y ya no me dice nada”. Por eso sigo con la venta.

¿Y porque vendes tortillas?, “porque es una forma de salir de la rutina de la casa y también me sirve mucho para distraerme. Porque cuando mi esposo trabaja pues está bien todo, hay dinero, pero cuando se le acaba el trabajo está más difícil, por eso mejor sigo trabajando y porque me gusta”.

¿Y tiene teléfono para que le hagan pedido? “Si pero ya no tengo los números sería volver a pedirlos”.

¿Intenta buscar más clientes? “Lo que pasa es que ya no quiero más clientes porque ya no alcanzo, lo cual implicaría levantarme más temprano, si así, a las 6 de la mañana voy al molino, el nixtamal lo pongo desde hoy miércoles la mitad y mañana jueves otra mitad porque para sacarlo del fogón está muy pesado, por eso lo pongo en dos partes y el jueves en la noche lo enjuago lo pongo en las cubetas para otro día a las 6 de la mañana llevarlo al molino, a las

7:00 am comienzo hacer tortillas y a las 11:00 am me voy a vender. Lo que señalaban en “canasta de cuentos” la artesanía no está en función de la escala de producción, sino en la escala de tiempo humano y propósitos combinados.

Le pregunté si podía permitirme acompañarla a su venta para ver cómo es su proceso y ver si algo puede salir que le sirva. Dijo que sí, se quedó la fecha del siguiente viernes.

Menciona que hace las tortillas con máquina de metal (prensa de metal). Ella cuando se casó no sabía hacer tortillas pero al ver que su mamá seguía haciendo tortillas para vender y su suegra también, se animó a empezar. Así empezó. (Esta es una muestra que prueba que el entorno permite que ellas opten por esta actividad).

Moraleja: la escala de producción de una ama de casa, y del tiempo que le está dispuesto a invertir

Quinto taller. 21 noviembre de 2020 (0 participantes)

Taller: Cancelado

Sábado 21 de noviembre, en la reunión **número 5** no llegó nadie. Así que pase otra vez a casa de algunas de las tortilleras para volverlas a invitar.

Y no acompañé a la señora con la que acordamos ir a vender tortillas porque me llamó para decirme que no iba a poder porque tenía que ir a la escuela con su hijo que después ella me avisaba, lo cual entendí que no quería que la acompañara.

Sexto Taller. 25 noviembre de 2020 (2 participantes).

Tema: Intercambio de experiencias con una estudiante de Puebla por medio de video llamada.

Hoy solo llegó una señora, se realizó la reunión con Guadalupe estudiante de doctorado del Colegio de Michoacán, ella está viviendo en Puebla y trabaja con un grupo de mujeres, nos conectamos con ella para intercambiar experiencias sobre el trabajo de las mujeres con las que trabaja. Se invitó a 8 mujeres y solo llegó una. Se inició la plática y comentó Guadalupe que las señoras tienen problemas para vender en la calle, las multan y son discriminadas porque no las dejan vender, también dice que las señoras aparte de vender tortilla llevan guisos en un recipiente y así anda vendiendo tacos, dice que se hace la carrera de las señoras tortilleras promovido por el municipio, pero son usadas para fines políticos porque MASECA patrocina ese carrera además de que sólo las buscan para ese evento y hablan bien de ellas, y el resto del año las ignoran y no les proporciona espacios para ofrecer sus productos. La señora de Uricho dice que en su comunidad son más libres. Es importante el señalamiento de que no hay persecución legal, ni necesidad de dar mordidas.

También la señora de Uricho dijo que ellas trabajaron mucho tiempo las tierras a medias, aclarando que como mujeres también hacían actividad en el campo.



Foro 7: Intercambio de experiencias por internet.

Séptimo taller. 2 diciembre de 2020 (1 participante).

Tema: Estrategias implementadas en los insumos.

Miércoles 2 de diciembre reunión **número 7** sólo asistió una señora que nunca se había presentado. Pero como no había nadie dijo que se regresaba a seguir preparando las rellenas del siguiente día.

Le dije que se esperara poquito y le propuse darle 50 pesos por taller para que asistiera con una duración de dos horas, dijo que lo hablaría con su nuera porque ella no tiene tiempo, así un día asistía ella y otro día la nuera. Confieso que esta propuesta me incomodó un poco y sé que a ellas también, pero no tenía otra idea. Ya que me está costando mucho reunir a por lo menos 5 mujeres con esta labor. Bueno, la señora se esperó un poco y mientras platicó que ella busca comprar el frijol más barato que es el que está manchado, lo prepara bien para hacer las rellenas, esta estrategia le permite ahorrar más en la producción.

Octavo taller. 9 diciembre de 2020 (3 participantes)

Tema: Cancelado.

Miércoles 9 reunión **número 8** de diciembre llegué a buscar la llave de la casa ejidal pero a la encargada se le olvido dejarla, así que otra vez no tuve un lugar para trabajar, se juntaron 3 señoras, le pregunté a la señora Ramona si podía prestarnos su cocina para trabajar allí la siguiente semana miércoles 16 y también le pregunte a las asistentes porque comenzaban las posadas y dijeron que sí. Así este día no se trabajó nada. Y fui a la casa de las demás señoras que faltaron para decirles el nuevo lugar de dónde sería la reunión la próxima semana. Para este día ya les había propuesto a dos mujeres más lo del dinero

y me pareció que si funcionaria. Así que regrese a casa con la esperanza de que la próxima reunión si asistirán.

Noveno taller. 16 diciembre de 2020 (2 participantes).

Tema: Cancelado.

Miércoles 16 de diciembre. **Reunión 9.** Llegué a la casa dónde sería la reunión pero la señora que sería la anfitriona se fue a cortar frijol, eso dijo la suegra. Se observó que lo hizo intencional, así que otra vez me desesperé pero yo misma me decía que ya sabía que esas cosas sucedían, así que tenía que seguir buscando la forma sin mostrar desánimo. Una de las señoras que había asistido al taller y que llegó temprano se dio cuenta que la vecina no quiso prestar su casa, por lo que propuso la casa de su mamá. Así que fui hablar con la señora Evelia y le pregunté si me podía prestar su espacio y ya luego le daba algo de agradecimiento. Y dijo que sí.

Así que este día tampoco se trabajó y fui y les dije a las señoras del nuevo espacio para las próximas reuniones.

Décimo taller. 22 diciembre de 2020 (4 participantes)

TEMA: Maíz

El 22 de diciembre **reunión 10** a las 5.30 de la tarde. Llegué y ya estaban las señoras lo cual me alegro mucho.

El tema fue el maíz

- Me apoye con el cartel de CONABIO dónde vienen las 59 razas de maíz y
- Con un video titulado Los hijos del maíz de Carolina Rocha de 6 minutos.

<https://www.youtube.com/watch?v=6qw0st—gUc>

- Y al final un video de la carrera de la tortilla que se hace en el estado de Puebla. De 1 un minuto y medio

https://web.facebook.com/Pueblaa/videos/la-carrera-de-la-tortilla-en-puebla/10156652407330956/?_rdc=1&_rdr

El video de los hijos del maíz muestra una familia que vive de la producción de maíz y conserva diferentes razas, menciona que tiene los 7 colores como el arcoíris entre ellos, rojo, azul, amarillo, blanco, las razas que están rescatando como el morado, las razas exóticas como el maíz ajo. Muestra de manera rápida todo el proceso del maíz, desde el cultivo, cuando está en elote, al desgranarlo, hacerlo nixtamal, llevarlo al molino, las masas de los diferentes maíces y las tortillas de los diferentes colores, así como el hacer desgranadoras con olotes de colores.

Este video lo elegí porque todas tuvieron una vida en el campo y quería que se identificaran y vieran como sigue habiendo familias que viven así y para motivarlas.

Las señoras mientras veían el video platicaban. Aquí en Uricho sólo hay de tres colores de maíz, (blanco, rojo y azul). A la gente no les gusta las tortillas de color (porque dicen que se ven que tiene mugre) ahora les gusta más, pero sigue habiendo gente delicada que no quiere que se le manche su masa blanca con de color, por eso cuando uno lleva al molino maíz de color uno tiene que llevar su maíz blanco para no manchar la que sigue y evitar problemas. Para socializar con ellas les platiqué la experiencia de mi comunidad que queda a 10 kilómetros de distancia. Allí no me ofende si se mancha su masa al contrario a veces dicen que les cambien una bolita para ellas hacerse una tortillas de color.

Cuando pasaron las oloteras (herramienta para desgranar) a todas les gustó el color y el diseño, dijeron que estaban muy bonitas. Ya que por estos lugares no se preocupan por hacer un diseño con los elotes de colores, sólo hacer armar la olotera para que esté lista para desgranar. También comentaron “y como uno

ya no quiere por tanto trabajo que implica ya uno está cansado” mujer tortillera de 65 años.

Les mostré el cartel de los maíces que hay en México y ellas dijeron sólo son tres que hay, y cada una señaló con sus dedos los maíces, blanco azul y rojo.

Con este taller se mostró la importancia de la conservación de los maíces criollos y sus diferentes variedades. Así como la identificación de la actividad con ellas.

Les ofrecí té, café y pan. Se fueron las señoras contentas y yo también quedé contenta. 😊 😊

Onceavo taller. 29 diciembre de 2020 (5 participantes).

Tema: origen de la tortilla y formas de trabajarla

Martes 29 diciembre 2020, Historia de las tortillas. **Reunión 11. Cinco asistentes con dos niñas.**

Para este taller me apoyé con una presentación en Power Point que realice especialmente para este día. Y para animar a que asistiera una de las señoras le lleve chayotes para que plantara ya que ella me había dicho que andaba buscando esa variedad y como en la casa tenemos, pues los lleve y ya fueron un gancho para lograr asistencia.

Ya en el taller hable desde los tiempos remotos de la tortilla y sus primeros usos en Mesoamérica, de la nixtamalización y su importancia para la salud, los productos que se hacen con la masa nixtamalizada, los molinos, las máquinas de prensa y las industriales, las harinas de nixtamal, las fábricas de tortillas y su importancia de las mujeres que sigue haciendo tortillas y de la alimentación sana.

Salió a la luz el comentario de las mujeres que desde que ellas tienen razón (se acuerdan) en la comunidad de Uricho ya estaba el molino de banda. Dicen

ellas no moler el nixtamal en los metates, actualmente están funcionando 4 molinos, dos ya no se usan. En total son 6 molinos.

Con esta presentación se les mostró la importancia de la elaboración de tortillas con maíces criollos. Las mujeres mencionaron que hay mujeres que hacen tortillas no palmeando con las dos manos sino con una mano y en una mesa dándole vuelta, dijeron que les gustaría ver más de cerca a esas personas, mencionaron a la señora que hace tortillas de la comunidad de esa manera y también una de las participantes dijo que ella también las hacía de esa manera porque su prima de Veracruz la enseñó. Les propuse hacer un taller para hacer tortillas y compartir esas experiencias. Como que no le pareció muy bien pero dijo que sí. Así que no le puse fecha para no presionarla. También comentaron que los clientes les pedían tortillas de nopal, pero ellas ni idea tenían.

Dijeron que aparte de llevar tortillas también llevan semillas de calabaza asadas en bolsitas, les pregunté como las cerraban, dijeron que solo con cinta adhesiva, les dije que yo sabía cómo cerrar las bolsas para que tuvieran mejor presentación, que si querían aprender lo podíamos hacer en la siguientes reunión y dijeron que sí, así que nos pusimos de acuerdo para reunir lo necesario, una señora se comprometió en llevar las semillas asadas y otra pinole, yo llevaré las plancha que facilita el trabajo.

Les ofrecí té, café, pan durante el taller y al final atole de grano.

Una de las participantes de 36 años de edad comentó que no fue el viernes pasado a vender tortillas porque la invitaron de peón para cosechar y prefirió mejor ir a cosechar porque cambia de ambiente le pagan \$ 200 pesos por jornal, le dan un costal de maíz y la comida y esta con sus hijos. Tiene más ganancia y como nada más son unos días por eso lo prefiere.

Interesante. El jornal agrícola, cuando lo hay, es la mejor alternativa pero...

Doceavo taller 5 enero de 2021: TORTILLAS DE NOPAL (5 participantes)

Martes 5 enero de 2021 **reunión 12**. Videos de cómo hacer tortillas de nopal y otras formas de hacer tortillas.

Lista de páginas digitales que se usaron en ésta sesión:

<https://www.facebook.com/IsiCocinaFacil/videos/261555784988380/>

[https://web.facebook.com/LaRutadelaGarnachaMx/videos/2431718547126034/?
_rdc=1&_rdr](https://web.facebook.com/LaRutadelaGarnachaMx/videos/2431718547126034/?_rdc=1&_rdr)

<https://www.facebook.com/LasRecetasdeChanok1/videos/2440683462911389/>

<https://www.facebook.com/pueblonuevo912/videos/277815966183353/>

<https://www.facebook.com/humoramaMX/videos/1921576224838830/>

<https://www.facebook.com/mexicanosautenticos/videos/1567457933329926/>

<https://www.facebook.com/mexicoincreibleoficial/videos/2125928567522974/>

<https://www.facebook.com/LasRecetasdeChanok1/videos/738114510387859/>

<https://www.facebook.com/100050539117081/videos/705299423425465/>

<https://www.facebook.com/simonalabigotona/videos/1919784878297420/>

En este taller se trató de cubrir los intereses que las señoras expresaron. Ellas no dijeron claramente pero de acuerdo a sus pláticas, fueron la pauta para este taller, así que me di a la tarea de buscar videos donde mostraran las diferentes formas de hacer tortillas de nopal y así como las diferentes formas de hacer tortillas ese día les pase 10 videos. Una hora aproximadamente más media hora de comentarios.

Los temas fueron la elaboración de tortillas de nopal.

Las técnicas de hacer tortillas.

Y hombres haciendo tortillas.

Después de ver los videos para aprender hacer tortillas de nopal, se les preguntó si querían que en el próximo taller se hiciera la prueba y ver si alguien le gusta hacerlas para vender.

Se les dijo “si alguien aprende hacerlas, se le apoya en difusión para venderla”.

Se les propuso hacer la prueba primero sin ningún compromiso y después de eso pueden pasar meses practicando y si se sienten seguras lograr una buena venta. Ya que la tortilla se promocionaría como tortilla de nopal y espinaca con maíces criollos.

Dijeron que si participaban en el taller sin ningún compromiso y ya después veían si podían, una de ellas dijo que si participaba en el taller pero sin probarlas.

Nos organizamos para reunir los insumos: masa, salsa, nopales, acelgas, queso, prensa. También le pedimos a la casera su cocina, leña, metate y chimenea. Ya que todas las asistentes sabían que les tocó reunir, se prosiguió con el empaquetado de las semillas se le pidió a la señora casera que nos prestará su plancha de ropa que ella usaba, las señoras llenaron las bolsitas de semillas y pinoles, y se les mostró, cómo pegar con la plancha de ropa, también se les mostró como pegar las bolsa con la plancha de pelo, todas estaban atentas pero sólo una practicó, le gusto y vio la diferencia y dijo que sí lo haría, las demás si vieron la diferencia del empaque como iba quedando a como ellas lo hacían, dijeron que se veían más bonitas. De esta manera se terminó el taller y quedaron contentas. Se ofreció té, café, pan y atole.

Las señoras que llevaron los productos repartieron entre todas las semillas y el pinole. Otras vez la misma señora me regaló dos docenas de tortilla y me dijo “es de puro maíz como a usted le gustan no tiene nada de harina”. Le respondí con una sonrisa. (Evidencias claras de corresponsabilidad y agradecimiento).

Treceavo taller. 13 enero de 2021 (5 participantes).

Tema: elaboración tortilla de nopal

Miércoles 13 de enero de 2021 Elaboración de tortillas de nopal. Reunión **número 13**

De acuerdo a los videos que se vieron hice una prueba en la casa e intente moler el nopal y la acelga en el metate lo cual se me hizo fácil. Con la intención de evitar errores y pérdidas, para que no se desanimen las participantes. La prueba que yo hice me sirvió para probar colores, así que molí primero la espinaca, lo puse en un tazón, luego molí el nopal y la espinaca juntos y por último el solo nopal, después a cada bola de masa le revolví una mezcla, donde comprobé que es la acelga la que pinta la masa y el nopal no pinta nada. Ya con ese conocimiento. Llegue al taller.

En el taller se usó el método participativo donde las seis mujeres asistentes participaron activamente. Hicimos primero la prueba en el metate, lo cual se les complicó porque el metate de la señora casera está muy liso y eso complicó moler los ingredientes.

Comentaron las señoras que más antes en la comunidad había una familia que se dedicaba a picar los metates porque era necesario mantenerlos rasposos para que facilitar la molienda de nixtamal. Pero como ahora ya no es necesario ya no los pican.

La organización para el trabajo se fue dando en el proceso: una molió la espinaca y una parte de nopal; a otra le tocó moler el resto de nopales, después ya se dividió la masa en tres partes y cada señora elaboró la bola de masa que le tocó. La primera mezcla se hizo con la masa y la espinaca, al revolver la masa quedó bien de consistencia se pudieron extender las tortillas. La segunda mezcla fue masa, espinaca y nopal, la masa quedó muy floja hizo difícil extender la tortilla, añadió harina de maíz, lo cual, no es recomendable. Las tortillas salieron menos verdes. La tercera mezcla fue masa seca de un día antes con nopal. Calculando que el nopal no aflojara mucho la masa y se

pudiera extender la tortilla. el nopal no pinto nada la masa y tenía un aspecto normal de una tortilla sin ningún otro ingrediente. Se observó que lo que pinta es la espinaca, así que si se observa que cuando venden tortillas siempre son verdes significa que llevan algo más que nopales y las ofrecen sólo de nopal.

Se distinguían las tortillas unas más verdes que otras y las mujeres identificaron cuales eran por su proceso, después se procedió hacer las quesadillas, la hija de la casera las hizo y todas las disfrutamos. Las señoras las tocaron, las olieron y les tomaron sabor donde dijeron que casi no se distingue el sabor del nopal y que está bien para todas aquellas personas que no les gusta los nopales y las espinacas pero que las necesitan consumir por salud. Se les volvió a decir que practiquen y quien se sienta segura y quiera vender me diga para ayudarle a buscar mercado. Y que la docena se le pagaría a 20 pesos.

Dijeron que intentarían. Las señoras, contentas, comieron quesadillas y atole de grano y preguntaron “¿para el próximo taller que vamos a ver?”.

Entre risas y carcajadas les dije que hablaremos con el Dr. Joaquín que era el director de mi investigación y con una estudiante de doctorado que está en Puebla y con una señora dedicada a la misma actividad para compartir experiencia.

También en este taller salió a relucir el tema de los gastos que se hacen cuando una persona muere, ya que ese día murió un maestro que era muy sociable tenía muchos ahijados y compadres, así que estaba diciendo a las señoras lo que hay que llevar. Lo cual se observa que tiene que tener un dinero extra de sus gastos para estos casos.

La gente que es de la comunidad y no tiene ningún parentesco con el difunto lleva la ofrenda que consta de fruta o pan, vasos o platos (desechables), azúcar, botella de vino o cerveza. El costo de la ofrenda sin cartón es de 200 pesos, si lleva cartón o botellas ya son de 400 a 500 pesos. Si hay un compadrazgo el gasto asciende a más de 1000 pesos, si es de compadrazgo es

de boda ya son los 2000 pesos más el día de acompañamiento y apoyar en los quehaceres para hacer los alimentos, cena y comida, se acostumbra en la velación dar chocolate con pan, por eso las personas que van a la velación llevan pan y chocolate como ofrenda, lo que van al sepelio llevan fruta y está la reparten en el panteón después de sepultar al difunto. Y se regresan a casa a comer caldo de pescado dorado, todo el día hay cohetes y banda musical lo cual genera un gasto. Las mujeres que hacen tortillas también participan dónde les toque. Cooperando como todos las familias haciendo tortillas, comida o lo que se ocupe.

Se les preguntó a las señoras si este gasto sale de las tortillas y dicen que no,

La pregunta que me surge es ¿entonces de dónde sale si no tiene marido?

Dicen que consiguen lo cual lo van pagando poco a poco con el trabajo que tienen (deuda), que al final se paga con lo que sale de la venta de las tortillas.



Foto 8: Moliendo el nopal para hacer tortillas de nopal.