

Entre el campo y la ciudad: La influencia de las categorías étnico-raciales en las estrategias económicas de las mujeres comerciantes del Mercado Emprendedor en la ciudad de Chota

Zareli Zorrilla Culcas

Estudiante de Antropología en la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).

Practicante de Innovación Social en Aporta (BRECA Impacto Social).

e-mail: zareli.zorrilla@pucp.edu.pe

Resumen

La presente investigación busca comprender cómo se dan los procesos de ascenso económico en los casos de tres casos de mujeres comerciantes del “Mercado Emprendedor de Chota”. A partir de una investigación cualitativa realizada durante el mes de mayo de 2022 en el marco del curso Práctica de Campo II, se planteó analizar cómo las categorías étnico-raciales influyen en las estrategias económicas que desarrollan estas mujeres. Para responder esta interrogante, indagué cómo estas mujeres generan ingresos para su hogar y qué estrategias económicas emplean, como la migración y la comercialización de productos. En el análisis se identificaron los marcadores étnico-raciales que despliegan estos actores, como la vestimenta, el habla y la educación, tomando como referencia los aportes teóricos de De la Cadena (1999). A partir de ello, se concluyó que estos marcadores étnico-raciales que identifican a las mujeres como más o menos *indias*, están alineados a la estrategia económica que utilizan. La autoidentificación que adoptan les permite vincularse tanto al campo como la ciudad, como consecuencia, tienen la posibilidad de desarrollar familiaridad con sus proveedores, mujeres que se movilizan del campo a la ciudad a vender sus productos y, al mismo tiempo, con compradores urbanizados, migrantes bien establecidos.

Palabras clave

Trabajo, mujeres, mercado, raza-etnicidad, estrategias económicas.

Between the countryside and the city: The influence of ethnic-racial categories on the economic strategies of women traders in the Mercado Emprendedor of Chota

Zareli Zorrilla Culcas

Anthropology student at the Pontifical Catholic University of Peru (PUCP).
e-mail: zareli.zorrilla@pucp.edu.pe

Abstract

This research seeks to understand how the processes of economic advancement occur in the cases of three cases of women traders of the “Mercado Emprendedor of Chota”. Based on qualitative research conducted during the month of May 2022 within the framework of the Field Practice II course, I set out to analyze how ethno-racial categories influence the economic strategies developed by these women. To answer this question, I inquired how these women generate income for their household and what economic strategies they employ, such as migration and product commercialization. In the analysis, the ethnic-racial markers deployed by these actors, such as clothing, speech and education, were identified, taking as a reference the theoretical contributions of De la Cadena (1999). From this, it was concluded that these ethno-racial markers that identify women as more or less *Indian* are aligned to the economic strategy they use. The self-identification they adopt allows them to link themselves both in the countryside and in the city, as a consequence, they have the possibility of developing familiarity with their suppliers, women who move from the countryside to the city to sell their products and, at the same time, with urbanized buyers, well-established migrants.

Keywords

Labor, women, marketplace, racial and ethnic, economic strategies.

Mujeres y mercados

Mi abuela nació en 1932, en un pueblo llamado Julcamarca, ubicado en el departamento de Huancavelica. A pesar de eso, ella siente que su lugar de origen es Huamanga por la cercanía con dicha ciudad. Me cuenta que iba caminando por horas con sus hermanas para ir a la escuela, actividad limitada o restringida para niñas y adolescentes de su localidad. Mi bisabuela sólo hablaba quechua y se casó con un *misti*¹, vivió encargada del hogar hasta sus últimos días en un hospital de Paucartambo. Mi abuela creció y emigró a Lima, donde trabajó como empleada doméstica. Cada vez que regresaba a su pueblo, ocultaba que realizaba estas labores, pues al ser hija de un “misti” no quería que la vean como “india”. Se casó con mi abuelo, quien trabajaba en el establecimiento de salud en el que internaron a mi bisabuela tras un accidente. Decidieron establecerse en Huancayo por el nuevo trabajo de mi abuelo, y por la prosperidad económica de dicha ciudad en la década de 1960. Mi abuela no tenía un trabajo fijo y, al igual que sus hermanas, optó por ser comerciante, empezó vendiendo ropa en un local de su tía hasta que ahorró lo suficiente para poder comprar un puesto en la sección de comidas del Mercado Modelo. La juguería de este lugar permitió que, luego de años de trabajo, mi abuela pueda comprarse una casa y educar en Lima a sus hijos, mi tío y mi mamá.

Ella me contó su vida, mientras deshojamos plantitas para la comida. Cuando era niña, esas historias me parecían divertidas, pero a medida que iba creciendo y conociendo más sobre mis orígenes, pude comprender más la profundidad y complejidad de su historia. Desde mi educación, entendí por qué el Valle de Mantaro fue próspero y por qué mi familia en la generación de mi madre migró a Lima, pues les daba mayores oportunidades educativas. Sin embargo, algo que nunca comprendí es por qué mi abuela solía ocultar la labor que tuvo en la capital. De esta interrogante y de los diversos procesos de crecimiento económico que atravesó mi familia, nació mi interés por investigar las trayectorias de otras mujeres comerciantes en el mercado y de qué manera experimentan transformaciones en sus propias situaciones económicas. Es así que el curso de Práctica de Campo en la ciudad de Chota fue la excusa perfecta para abordar esta temática.

Así, este informe enmarca los procesos similares de otras mujeres comerciantes en esta localidad. En un inicio, busqué enfocarme en el Mercado Central, lugar que seleccioné por medio de Google Maps. A mi llegada, el administrador fue muy amable y logré tener algunas conversaciones informales. No obstante, en el segundo día, recibí información clave que cambiaría el rumbo del trabajo; me había percatado de un espacio intencionalmente vacío en el balcón del mercado. Le pregunté al administrador a qué se debía y él me respondió: “ahí vendían desayunos”. Lo que mencionó a continuación marcó la ruta de mi trabajo: “las trasladamos al frigorífico”.

1 Ser *misti* significa ser una persona mestiza que remite a lo criollo blanco, posee símbolos de poder, como cargos estatales y profesionales, e incluso, puede posicionarse como gamonal. Véase De La Cadena (1991).

Cuando dijo esa palabra no pude evitar pensar en pescados y congeladoras, pero el encargado me comentó que se trataba de un terreno descampado que había sido abandonado por el antiguo dueño debido a que no había tenido hijos a quien heredar. Este terreno se encuentra a cuatro cuadras del Mercado Central e inicialmente se planeaba que sería donde este se construiría. Cuando la municipalidad tomó la posesión de este espacio, decidió utilizarlo para diferentes funciones; actualmente, alberga una iglesia, algunas oficinas municipales administrativas y un mercado itinerante. El Mercado Emprendedor. En ese momento, aun sin saber cómo iba a ser, me llamó la atención conocer este nuevo espacio que se constituía como una alternativa al Mercado Central.

El Mercado Emprendedor² fue constituido por los vendedores ambulantes, en su gran mayoría mujeres, que llevaban más de 20 años en el exterior del Mercado Central. Durante la pandemia del COVID-19, siguiendo las pautas sanitarias nacionales, la municipalidad reglamentó la prohibición de conglomeraciones alrededor de los centros de abasto. Dicha norma implicó el traslado de los comerciantes con la promesa de la construcción futura de un nuevo mercado. Al inicio, fueron movilizados a la Plaza de Toros, espacio alejado del centro urbano y sin afluencia de público. No obstante, la motivación de obtener un puesto en el nuevo mercado de la ciudad ha mantenido las esperanzas de estas mujeres, quienes siguen movilizándose desde sus hogares, sacrificando su tiempo y sus ganancias.

Tras realizar las mencionadas observaciones preliminares, planteé como objetivo de mi estudio comprender cómo las mujeres comerciantes despliegan sus estrategias económicas aprovechando la adopción fluida de marcadores étnico-raciales. Es fundamental resaltar que esta “negociación” es parcial y contextual, las mujeres pueden negociar su indianidad en ciertos contextos específicos, como la venta en la ciudad.

Para el abordaje de mi objetivo, fue fundamental definir los dos conceptos que guían mi investigación. Por un lado, entiendo a las *estrategias económicas* como “la manera en que las familias responden al cambio resultante de la relocalización de recursos de tierra, trabajo y capital [...]. Las estrategias de vida dependen en gran medida de los objetivos y prioridades de los hogares campesinos” (Zoomers, 2002, p. 70). Zoomers (1998) delimita cuatro tipos de estrategias campesinas a partir del estudio en zonas agroecológicas del Norte de Chuquisaca y de Norte Potosí, de las cuales, tres serán de utilidad para la presente investigación. En primer lugar, las estrategias generadoras de ingresos tienen el objetivo de mejorar la situación futura de familias *pobres* que se encuentran en un proceso de movilidad ascendente. Dentro de ellas, se encuentran la migración, aplicado por parejas jóvenes antes del nacimiento de su primer hijo; estrategias para aumentar el acceso a tierra a través de la herencia

2 Es curioso que casi ningún comerciante está de acuerdo con ese nombre, incluso, mencionan que es momentáneo y cambiará a Mercado Modelo al construirse.

y/o estrategias matrimoniales; y, estrategias para aumentar la fuerza de trabajo a partir del crecimiento familiar y el “intercambio recíproco de trabajo”. En segundo lugar, las estrategias de estabilización y consolidación están orientadas a mejorar las condiciones actuales de familias *relativamente ricas* y con hijos adultos. Después de un periodo de movilidad ascendente, disponen de un cierto nivel de bienestar y un excedente que puede ser invertido en la educación de los niños, en la adquisición de bienes de consumo más lujosos y de una doble residencia en la comunidad o la ciudad, entre otros. En tercer lugar, las estrategias compensatorias y de sobrevivencia son aplicadas por familias *pobres* que carecen de tierras y/o fuerza de trabajo suficiente, y por familias pobres y ricas que enfrentan situaciones de escasez que tratan de mantener su situación actual a partir de un proceso de movilidad descendente. Resaltó la situación de familias dirigidas por mujeres y familias incompletas que no disponen de la fuerza laboral suficiente, la autora propone que tratan de compensar esta carencia a partir del trabajo en tierras de otro y la realización de actividades no-agrícolas marginales, como el tejido.

Estas estrategias corresponden no sólo al contexto externo, como el acceso a mercados; sino también, a la situación interna de la familia, como la posibilidad de que los miembros se encuentren en las capacidades de realizar sus actividades diarias. A su vez, no implican una “libertad de elección, sino una adaptación” a estas circunstancias internas y externas que cambian constantemente (Zoomers, 1998, p. 13). Finalmente, es fundamental resaltar que los objetivos a los que responden estas estrategias varían en el tiempo y el lugar, y sobre todo, entre cada miembro de una familia. Además, se fundan en las dinámicas de género y la división del trabajo que posicionan a las madres de familia como las encargadas del cuidado y el ámbito doméstico (Radcliffe, 1986; citada en Rodríguez, 2022). A pesar de ello, como se ejemplifica en el trabajo a continuación, las mujeres comerciantes pueden “adaptar” sus roles en el proceso de puesta en práctica de sus estrategias para mantener sus hogares; por ejemplo, a partir de la asignación del cuidado de su hijo menor a su hija mayor, lo que le permite salir a vender al mercado todos los días.

Como argumenta Rodríguez (2022), las estrategias parten de “un repertorio de capitales de diversa naturaleza, así como prácticas, narrativas y recursos para sortear los retos que enfrentan en el proceso de realización tareas y responsabilidades, o para aprovechar las oportunidades y lograr sus objetivos propuestos” (p. 45). Su actividad en la fuerza laboral, no se puede ver como un simple reflejo de su trabajo doméstico o reproductivo, se deben analizar los “procesos productivos y reproductivos entrelazados” (Bujra 1982, p. 20 como se citó en Babbi, 2019). Por ejemplo, Ypeij (2011) investiga el caso de mujeres micro productoras en la ciudad de Lima, quienes, al no tener relaciones mutuas de respaldo, desarrollan estrategias compensatorias y de sobrevivencia como la venta de su fuerza de trabajo a otros. En contraste, Seminario (2007) ejemplifica las estrategias de estabilización y consolidación en el caso de mujeres comerciantes en la ciudad de Puno. Ella afirma que las mujeres que pueden acumular capitales son casadas y tienen hijos: tienen el respaldo de su familia, lo

que les permite dividir tareas y cumplir con las responsabilidades de su actividad comercial. Esto evidencia una pluriactividad en los espacios rurales, debido a que se busca disminuir los riesgos propios del desarrollo de las actividades agrícolas (Lastra, 2013). De esta manera, las estrategias económicas de las madres dentro del hogar son producto de la combinación de actividades productivas y reproductivas para sostener a su familia.

Mi abuela representa esta utilización de estrategias de estabilización y consolidación que le permitieron educar a sus hijos y comprar una casa en la ciudad de Huancayo. Sin embargo, como parte de esta estrategia, ella oculta su experiencia como empleada del hogar en Lima. Leer “Geopoética de identidad y lo cholo en el Perú: Migración, geografía y mestizaje” de Gisela Cánepa (2007) al entrar a la facultad de Ciencias Sociales, me dio pistas que aclaraban el motivo de aquel secretismo. Comprendí la fluidez de las jerarquías sociales, las cuales yo había entendido en forma de pirámide: mi abuela era hija del *misti* en su pueblo, pero era india en la ciudad. Al llegar a su pueblo era respetada por los elementos que la diferenciaban del resto de mujeres, como el grado educativo alcanzado. No obstante, al migrar a Lima, se marcaban otros elementos que la señalaban como una persona que no es del lugar, como la vestimenta. Esto simboliza una oportunidad: la posibilidad de posicionarse en esos dos roles de manera simultánea en distintos contextos le permitía desarrollar estas estrategias que le permitieron acumular capital, valiéndose de la provisión de insumos de grupos indígenas y vendiendo el jugo entre grupos urbanos asalariados.

Desde esta experiencia, parto para definir el segundo concepto: las *categorías étnico-raciales*. Estos elementos como la vestimenta en el caso de mi abuela, son variables cuya propiedad es ser utilizadas para el establecimiento de jerarquías. Estas pueden estar asociadas a rasgos fenotípicos, aspectos socioculturales como la lengua, el nivel educativo alcanzado o el empleo, los símbolos asociados a la clase social, entre otros (D’angelo, 2020). Dichas categorías no son fijas, sino negociables en distintos contextos y según se posea los elementos mencionados (De La Cadena, 1991). Destaco el argumento de Orlove (1998), quien plantea que, en las comunidades del altiplano de Puno, hay una asociación entre las personas menos o más indígenas en relación con su proximidad a la tierra, entendiendo a los campesinos como población esencialmente indígena. Esto se puede apreciar en marcadores como la vestimenta, las ojotas y los objetos cotidianos, como las ollas de barro y los utensilios de madera. En el caso de las mujeres, De la Cadena (1993) apunta que los marcadores étnico-raciales, como su habilidad para hacer negocios, por ejemplo, contribuyen a estrategias de posicionamiento económico. No obstante, al estar en una situación de subordinación continua, las familias campesinas prefieren invertir en sus hijos, para que estos generen capital y escalen socialmente a través de la educación y el ascenso profesional (Seligmann, 1998).

Finalmente, es importante tomar en cuenta el género como forma de clasificación y jerarquización social (Fuller, 2019). La agencia de las mujeres para poner en práctica

las estrategias que les permitan sostener su hogar son superadas por dimensiones de poder, vulnerabilidad y opresión que las superan. A pesar de ello, esto no implica que tanto la etnicidad como el género son conceptos útiles para desentrañar las complejas maneras en la que se produce la subalternización de las mujeres (De La Cadena 1996; Harvey, 1989; citados en Fuller, 2019).

Las preguntas que guían mi investigación son, en primer lugar, cuáles son los marcadores étnico-raciales que utilizan las mujeres comerciantes en su rutina cotidiana; en segundo lugar, qué tipo de estrategias económicas emplean en su día de trabajo y, en tercer lugar, cómo ponen en práctica en el Mercado Emprendedor. A continuación, presentaré la metodología empleada y una breve descripción de las tres mujeres protagonistas que tienen recorridos de vida distintos, pero terminan compartiendo un mismo espacio. A su vez, en las siguientes secciones, reconoceré las estrategias económicas que despliegan y los marcadores étnico-raciales que performan, y realizaré un primer esbozo de cómo se vinculan. Finalmente, presentaré un breve análisis de la relación entre estas dos categorías para responder cómo las mujeres comerciantes desarrollan sus estrategias económicas en función de la fluidez de sus categorías étnico-raciales.

Metodología: la espontaneidad

En primer lugar, identifiqué como lugar rico en información al Mercado y las prácticas que realizan las mujeres para solventar su hogar. La reconstrucción de trayectorias de vida a través de entrevistas semiestructuradas y la observación participante son las herramientas que me permitieron acercarme a las mujeres comerciantes y comprender desde sus experiencias los fenómenos de interés de esta investigación. Empleé estas técnicas, debido a que mis informantes se encontraban realizando su actividad económica durante el día y el *estar ahí* –ayudándoles a pelar alverjitas o consumiendo los alimentos que preparaban– fueron los momentos más propicios para la investigación, pues era posible tener conversaciones largas y elocuentes. A su vez, la selección de casos se realizó a partir de hallazgos de casos intensos, es decir, se entrevistó a mujeres comerciantes con características determinadas e intencionalmente distintas³. De esta forma, este trabajo de campo realizado durante la segunda semana del mes de mayo del 2022 para el curso de Práctica de Campo tuvo como informantes a María, Josefa y Nadia⁴.

En el segundo día de campo, conocí a María, ella es una de las mujeres reubicadas que se dedicaban a la venta de desayunos. Tiene una hija que es estudiante universitaria y su hogar también está conformado por su sobrina, Araceli. Cuando me disponía a ir a ver el nuevo Mercado, me acerqué a Josefa. Ella se dedica a la venta de verduras

3 A partir de la sugerencia de mi jefe de práctica, realicé lo que denominaría un “mini censo”, en el que preguntaba de forma breve a las comerciantes si eran del campo o de la ciudad y sobre su actividad económica.

4 Decidí utilizar un seudónimo para proteger sus identidades.

alrededor del Mercado Central desde que era adolescente y tiene cuatro hijos, de los cuales dos conforman su hogar: el menor atiende el nivel inicial y la mayor se encuentra en el proceso de postulación a la universidad. Tras establecer una buena relación con Nadia tuve la oportunidad de convivir por unos pocos días con ella, quien también se dedica a la venta de verduras, y es compañera de sitio con Josefa, quien tiene solo un hijo que va a la escuela inicial en la ciudad.

En segundo lugar, desarrollé dos entrevistas semiestructuradas con los administradores de ambos mercados. Estas entrevistas fueron fundamentales para comprender la situación actual del mercado y, porque me brindaron una entrada hacia dos de mis informantes, pues me presentaron ante ellas como una encuestadora.

Mi experiencia de ingreso a campo estuvo marcada por el temor a no relacionarme correctamente: era mi segundo día en Chota y no lograba “conectar” con ninguna comerciante. Recuerdo que no lo pensé mucho y, en unos minutos, me encontraba jugando con las y los niños del mercado que recién estaban saliendo del colegio. No era consciente que ese fue mi ingreso a campo, hasta que luego me di cuenta de que ese fue el momento en el que me convertí en una persona familiar para ellos, aún no en quién confiar, pero ya no era una extraña que iba a interrumpir sus rutinas diarias con “encuestas”, como me dijo uno de los administradores en un momento.

“Me quedé mirándolos por unos minutos [a los niños jugar], mientras terminaba las 3 frutas que compré a Josefa, sin saber que ella sería mi amiga y yo la suya. Pensé por un momento que tan raro sería que una chica de 23 años juegue con ellos, indudablemente, una de sus primeras preguntas fue mi edad, pero los más chiquitos no podían contar más allá del 20. Les dije que tengo muchos años, ellos sorprendidos me dijeron me enseñan cuánto con las manos y yo abrí mis palmas dos veces e hice el número tres. Al parecer esto generó familiaridad, ya que, al menos sabían mi edad a través de sus dedos. Me explicaron las reglas del juego y pasaron casi 3 horas: me agité, sudé y les dejé ganar, aunque, tengo que admitir que a veces salían victoriosos sin mi ventaja.” (Nota de campo, mayo de 2022, Chota, Cajamarca)

Nadia: ser “serrana” en la ciudad

Mi primer acercamiento con Nadia, de 45 años, fue a través de su hijo, Alejandro⁵ de 7 años. El juego me permitió conversar con ella mientras pelábamos alverjitas, que vendía embolsadas. Recuerdo que el primer día que la ayudé yo era la “limeña a la que ella hacía trabajar”, pero con el pasar de los días fui llamada su familiar:

Cliente: ¿Ella quién es?

Nadia: Ah, es mi sobrina.

5 Su nombre fue cambiado para proteger su identidad.

Ella llevaba vendiendo verduras, frutas y leche por más de 20 años en los alrededores del Mercado Central de Chota. Sin embargo, esta ciudad no fue su primer destino: cuando tenía 14 años se dio cuenta de que le gustaba vender y migró desde su lugar de nacimiento, “el campo” a una hora en carro. Es curioso que, a pesar de haberle preguntado en varias oportunidades por el nombre del lugar donde nació, nunca me lo mencionó. No obstante, sí contestó sobre la provincia cercana a la ciudad –40 minutos a pie– a la que migró por segunda vez: Chuyabamba. En ella, compró una casa a partir de sus ganancias en el mercado. Es fundamental resaltar que Nadia fue madre a una edad avanzada, en comparación a las otras mujeres del mercado⁶. Ella menciona que se casó a los 35 años con un funcionario de la municipalidad a quien conoció como comerciante. Actualmente, vive en la ciudad, en una casa de material noble con tres pisos. Los detalles de la casa los conozco, debido a que acompañé a su compañera Josefa de regreso a su hogar. Ella me señaló la casa de Nadia; sin embargo, no me mostró su casa antigua que también estaba por el recorrido, ya que ambas eran vecinas. Comprar su casa en Chota se sintió como la culminación de una etapa para ella, debido a que logró establecerse y tener un hogar para su hijo. Alejandro es el niño más “despierto” de los que juegan en el mercado; es un poco engreído, pero siempre está dispuesto a participar en las actividades.

“Mi mamá y mi papá son del campo (...) hicieron mucha plata y compraron una casa, de ahí yo salí”, me dice el pequeño Alejandro. Es consciente del origen de sus padres, pero también de su posición dentro del mercado: él es de la ciudad. Su mamá trata de reforzar estas nociones, por ejemplo, a partir de la exigencia de limpieza en su atuendo. Además, Alejandro es el único niño que cambió de vestuario en varias ocasiones en el tiempo que me quedé. Incluso, un día vino con una capa de superhéroe, a la que Melissa, una niña de 10 años, respondió: *“Su papá le compra todo [en referencia a su vestuario]”*.

Nadia tiene siete hermanos, una de ellas en el extranjero, en Italia, dos en la ciudad costera de Chiclayo y los restantes cuatro en Chota. Sin embargo, el último día descubrí que el “estar en Chota” no significa que vivan en la ciudad, debido a que una de ellas reside en su ex casa de Chuyabamba. No me mencionó sobre ella, ya que es un tema delicado, pues tiene una enfermedad en los huesos que le impide movilizarse y Nadia se turna con su otra hermana para ir a visitarla y ayudarla con las tareas del hogar. Habitualmente, realiza estas tareas los fines de semana, mientras Alejandro puede quedarse a cargo de su papá.

El niño admite que disfruta ver películas y usar pijama hasta tarde, me pide mi teléfono para buscar videos de la serie animada *Paw Patrol*, mientras ve me dice: *“Mi prima tiene dos celulares”*.

6 Me di cuenta de esto a través de los niños con lo que jugaba, ya que me contaban quién era su mamá, su abuela y su tía.

Nadia disfruta estar en el mercado. A pesar de que ya logró su meta de tener una casa en la ciudad, sigue vendiendo porque es una actividad que le es placentera ya que tiene la posibilidad de conversar con sus compañeras y le permite vigilar a su hijo, llevarlo a la escuela y acumular dinero para su futuro. Señala que lo único que no le gusta es pelar papas. A pesar de ello, Nadia realiza esta actividad porque es uno de los productos más solicitados; una de las mujeres que se sienta cerca de ella se dedica a vender exclusivamente este producto.

Nadia obtiene los insumos que vende a partir de dos modalidades: la compra directa en el mercado de revendedores y productores. Los revendedores suelen venir al mismo puesto a ofrecer sus productos por docenas o sacos, los cuales suele compartir con su compañera de lado, Josefa. Cuando encuentra un producto de buen precio en grandes cantidades, compra para la otra sin consultarlo. Ambas tienen una relación estrecha con el administrador del mercado, esto puede estar motivado por la ubicación que tienen en el mercado, la primera fila. Pese a ello, es fundamental resaltar que ambas mencionaron que esta posición fue asignada a través de un sorteo. Sin embargo, esta buena relación con las posiciones municipales viene desde antes, debido a que afirma que recibió la protección del administrador del Mercado Central, quien le aseguró que iba a conseguir un lugar donde vender al ser desalojada de sus alrededores por las políticas durante el tiempo de pandemia.

Como se puede observar en la historia de Nadia, ella se desarrolla en la ciudad. Algo interesante es que busca la limpieza y el orden en todas sus actividades, por ejemplo, desde las ya mencionadas llamadas de atención a Alejandro para que no se ensucie. Además, fue la única mujer que acompañé que utilizaba el alcohol en aerosol.

María: ser de la “chacra” y dejar de serlo

“Tenía 5 soles en el bolsillo cuando entré al frigorífico y mi mejor idea fue gastarlos en un tercer desayuno. Fue la mejor que tuve ese día: conocí a María, mi primera informante a la que no tendría cómo pagarle hasta el día de hoy” (Nota de campo, mayo de 2022, Chota, Cajamarca)

Me acerqué a María con una mezcla de incertidumbre y desesperación porque era una desconocida que estaba comprando desayunos continuamente; no obstante, tenía una de las sonrisas más amables que jamás había visto. Ella vende desayunos desde hace varios años como ambulante –en ningún momento, hizo referencia a su edad–, pero, a raíz del COVID-19 fue reubicada en el Mercado Emprendedor. María menciona que ella es del campo, de una comunidad al este de Chota, llamada Pampa. Actualmente, alquila un cuarto en la ciudad, el cual comparte con su hija, Jimena, y su sobrina, Araceli. Ambas estudian Contabilidad en la Universidad Nacional de Chota. A pesar de ello, ella regresa los fines de semana para visitar a sus padres. Ella extraña este espacio, ya que la hace sentir bien y además, *“se come mejor, es más tranquilo”*. Sin embargo, no ofrece educación más allá de la secundaria, lo cual es un

aspecto importante porque te permite “*ser alguien*”. Por ello, al tener la oportunidad de migrar, al igual que sus hermanos mayores, solo cuenta con la primaria completa.

Migró de Pampa para trabajar como ayudante de cocina en un puesto de otra señora, y luego como trabajadora del comedor de la universidad de la ciudad. Desde estos espacios, aprendió a hacer “comida para la ciudad”; según ella, las personas de Chota comen distinto a como se come en su lugar de origen, pues utilizan más aderezos e ingredientes, como la pimienta, la sal y el ají. Al sentirse experta en este tipo de cocina y acumular cierto capital, se independizó con su puesto de desayuno en el balcón del Mercado Central. Su rutina consiste en levantarse a las 3 de la mañana para preparar los tamales y el plato del día, llegar al mercado cerca a las 6, tres horas después, y atender al público hasta el mediodía. En los días que estuve con ella, apreció que tanto su hija como su sobrina se turnan para ayudarla en ciertas actividades del puesto. A la par, ella ofrece pensión a ciertas personas que vienen a la ciudad por trabajo u otras actividades. Me mostró su cuaderno donde apuntaba los días que entregaba comida para rendir cuentas al final de la estadía.

A pesar de estos ingresos extras, María tiene una deuda con una Caja Municipal. Recuerdo que un señor con chaleco celeste vino al puesto y ella automáticamente buscó en su cajita de madera donde guarda los ingresos del día. Le dio entre 15 y 25 soles en monedas; cuando se retiró el joven, le pregunté qué era y me respondió: “*es de una cajita de plata que me prestan*”. A su vez, es fundamental resaltar que María es madre soltera y tiene a cargo a una de las hijas de su hermana, quien al parecer tuvo un accidente. Cuando le pregunté, sentí que era un tema delicado; sin embargo, el que su hermana no esté presente recorta su red de respaldo, e incluso, conduce a que ella asuma más labores de cuidado. Señala que las tareas del hogar las realiza después de descansar. Felizmente, la comida está cubierta, ya que normalmente almuerzan y cenan el excedente del puesto. Aun así, existen gastos que tienen que cubrir como el internet para las clases virtuales de su hija y sobrina, y cualquier reparo para sus aparatos electrónicos, como la laptop. Por ello, realiza estas actividades extras, pero planea dejarlas ahora que las chicas ya van presencialmente a la universidad. Justamente, su primera semana de clases fue la semana que permanecí en Chota.

Para María, es muy importante que su hija y sobrina se eduquen, debido a que es una oportunidad que no tuvo. Además, les permite tener cierta estabilidad económica. Considera que la carrera que siguen ambas, Contabilidad, cuenta con oferta laboral en Chota, debido a la llegada de varias entidades financieras en los últimos años⁷. En un momento ella me dijo

“yo soy de la chacra [...] ir con otra cosa como otra persona, trabajar en una oficina significa otra cosa”, resaltando las mejores condiciones de trabajo que reciben los puestos administrativos.

⁷ La cantidad de financieras y cajas se distribuyen casi por toda la ciudad, sería interesante explorar qué tan reciente es este fenómeno y cómo se articula con otras dinámicas campo-ciudad.

La hermana de Araceli me explicó que terminar su carrera universitaria significa una satisfacción personal, pero también familiar. Cuando uno regresa al campo con un trabajo de “oficina” es tratado diferente. Es decir, su estatus social es mayor, por lo tanto, es menos “campesina”. Esto conlleva a que María se sienta orgullosa de este ascenso social de sus dependientes. Conjuntamente, estos trabajos formales te dan la posibilidad de adquirir bienes, como una casa en la ciudad a la que tus hijos pueden venir a estudiar o puedes utilizarlo para arrendar cuando la economía de autoconsumo falle. La pluriactividad es fundamental para las personas que son del campo, pero viven en la ciudad. Este proceso de dejar de “ser la chacra” se observa en el consumo de cosas más lujosas, como la gorra marca Adidas de María. La forma en la que consumen también refleja cómo se posicionan dentro de la ciudad, desde el mercado y su centro educativo.

Josefa: ser comerciante antes de todo

Conocí a Josefa a través de la risa el primer día que jugué con los niños del mercado; no paraba de carcajear. Ella me hizo reconocible. Al siguiente día, para Josefa yo era la chica que entretenía a sus nietos. Posteriormente, pase a ser la amiga que pela mal los frijolitos. En el tiempo que pasé con Josefa, me acercó mucho a su vida; comprendí lo ardua que su labor como madre y comerciante, pero también cómo las mujeres tienen distintas posiciones en la ciudad.

La primera vez que Josefa vino a la ciudad a vender tenía 14 años, era el oficio que había heredado de su madre a partir de la división sexual del trabajo de hogar. Por un lado, su padre se encargaba del campo y las tareas asociadas. Por otro lado, Paula, su mamá, tenía que ir a vender sus productos a la ciudad para satisfacer sus necesidades. Con el paso del tiempo y la vejez, su chacra empezó a producir menos, y, por lo tanto, tenía que comprar productos para revenderlos. Actualmente, casi todo lo que vende Josefa, con excepción de las alverjas, lo compra de las productoras que “bajan” a la ciudad. Cada cierto día, Josefa se acerca a las afueras del Mercado Mayorista, ubicado a unas cuadras del Mercado Emprendedor, para abastecer su puesto. Al acompañarla en este proceso, aprecie cómo se negocian los precios: Josefa tiene buenas habilidades de cálculo y es una persona bastante elocuente, a diferencia de un par de mujeres con quienes negoció y accedieron a venderle sus productos a los precios que ella propuso. A su vez, es fundamental resaltar que estas otras mujeres tenían una vestimenta distinta a la de Juana, quién viste zapatos de cuero, falda y blusa. En contraste, las vendedoras de productos usan sandalias o zapatillas, pantalones o leggings y polos.

Al llegar al puesto, se dedica a limpiar los vegetales, pasa algunos por agua para que se mantengan frescos. Además, reagrupa ciertos racimos de verduras para aumentar sus ganancias. Por ejemplo, si compra la espinaca a cinco soles, trata de obtener seis al venderlas. A su vez, quita los productos maltratados y los destina para sus cuyes. Su compañera Nadia le apoya en este proceso, ya que, al no tener animales, le

regala lo que ella tiene también. Josefa también tiene 3 cerdos y 7 patos en su casa, los cuales piensa vender para la fiesta del mes de junio, cuando ya hayan crecido un poco más y tengan un mayor valor. En contraste, sus cuyes son sacrificados para ocasiones especiales como, por ejemplo, el bautizo de su sobrino David; para dicha festividad entregará 30 cuyes de los 50 que tiene. Él es hijo de su segunda hija, quien al igual que la mayor, fue madre adolescente. Josefa se encontraba decepcionada de ellas, debido a que no supieron priorizar sus estudios, algo muy importante para ella. Sin embargo, menciona que tienen buenos maridos: *“las hicieron estudiar a ambas”*. Una de ellas está cursando Enfermería y la otra acaba de culminar la carrera de Administración. Adicionalmente, sus yernos tienen la facilidad de transportarse en moto hacia el campo, lo que facilita la rutina de sus hijas. Ambos parecen trabajar en entidades financieras, debido a que, cuando visitaron el puesto, vestían un chaleco con el logo de lo que parecía ser una.

Sus otros dos hijos menores aún viven con ella; el menor, Juan, quien recién cursa los cinco años en la escuela rural y la mayor, Doris, quien se está preparando para ingresar a la universidad. Ella fue el primer lugar de su promoción, por lo que obtuvo el ingreso directo a la Universidad de Chiclayo; sin embargo, no pudo trasladarse tan lejos, ya que se encarga del cuidado de su hermano menor. Por tal motivo, en ese momento se preparaba para ingresar a estudiar en Chota y así poder estar con él. A pesar de que ella señala que la motivación es que Juan es muy apegado a ella, resalta la saturación de actividades de Josefa: ella sale hacia el mercado a las 5:30 de la mañana y regresa a las 6:30 de la noche todos los días, incluso, los feriados. Ella señala que, si no realiza esto, se aburre; por ello, va incluso en su cumpleaños.

Josefa es viuda. Doris menciona que cuando falleció su papá, su mamá pasaba más tiempo de lo normal en el mercado. Previo al evento, regresaba a las 4:00 de la tarde para apoyar en la chacra. Actualmente, Josefa regresa solo para cenar, como para conversar un par de horas y volver a dormir. Lo primero que realiza al levantarse es dejarles comida a sus animales y asearse. Se pone una blusa o polo de color distinto o modelo todos los días. Tanto ella como su hija tienen un closet extenso, detalle que pude ver al ayudarles a doblar su ropa. Mientras realizamos esta actividad, Doris me mencionó, *“Yo no me iría de mi casa, porque mi mamá me da todo”*. Esto se refleja en los objetos que posee, como su televisor, sus dos teléfonos y su computadora que piensa comprar para empezar el ciclo universitario. Josefa se preocupa mucho por satisfacer las necesidades de su hija, por lo que, se esfuerza por tener una buena presentación en el mercado, ya que eso también influye en sus compradores. Ella tiene dos zapatos, unos para regresar caminando a su hogar a 40 minutos del mercado y otro para desempeñar la labor de ventas. Estos últimos son de cuero y los lustra todos los días antes de salir para ponerlos en una bolsa que carga. Al llegar al mercado a las 6:30 de la mañana limpia su puesto con sus ballerinas de tela, que pueden estar llenas de barro por la lluvia. Sin embargo, antes de que ingrese el público se las cambia por sus zapatos en su bolso.

Tres mujeres del campo a la ciudad

Desde las historias de las tres mujeres, se identifican distintos marcadores étnico-raciales que permiten desligarse de su posición como campesinas, “de la chacra”. En primer lugar, Nadia está casada con un funcionario público, posee una casa grande dentro de la ciudad y mantiene hábitos de limpieza y orden vinculados a las políticas nacionales de sanidad. En segundo lugar, María apoya el estudio de su hija y sobrina, y demuestra el consumo de artículos más lujosos como la gorra Adidas. En tercer lugar, Josefa tiene facilidad de habla y negociación, y consume mejores artículos, incluso, se los pone al llegar a la ciudad. Sin embargo, se evidencia que estas variables no están ejecutadas de forma coincidente, por el contrario, se articulan con las estrategias que mantienen estas mujeres para solventar su hogar.

Por un lado, se observa que Nadia las utiliza para poder estabilizarse y consolidarse económicamente. A pesar de ser la mujer con una situación más favorable dentro del mercado, fue la única que se auto identificó como “serrana”. Esta identificación le permite vincularse con otros comerciantes del mercado y con posibles proveedores con el objetivo de mantener buenas relaciones y conseguir un mejor precio. No obstante, es importante resaltar que oculta de dónde viene, lo que la convierte en una “serrana” sin lugar de origen, es decir, utiliza este discurso para propósitos específicos, incluido posicionarse frente a mí, como investigadora. A su vez, el ser madre a una edad avanzada le permitió poder desarrollar estrategias generadoras de ingreso por un mayor plazo de tiempo, como la migración y el comercio (Zoomers, 1998). Es importante que ella sostenga que su plan de ser madre se retrasó porque no conseguía “*el amor*”, es decir, está vinculado a la selección adecuada de una pareja, la cual es una estrategia en sí misma.

Por otro lado, María busca mantenerse en la misma posición económica y no descender a partir de estrategias compensatorias y de sobrevivencia, es decir, su economía está condicionada por la búsqueda de bienestar y movilidad social de su familia (Ypeij, 2011). Esto se observa en los trabajos ocasionales, como las pensiones que ofrece a huéspedes en Chota, y en el crédito que mantiene, estos ingresos le ayudan a solventar gastos extras de su hogar, como la reparación de computadoras. Es interesante que este consumo está vinculado a la educación de su hija y sobrina, por lo cual los convierte en necesarios.

Finalmente, Josefa, como madre viuda y aún con dos niños menores en el hogar, busca generar nuevos ingresos, al mismo tiempo que busca mantener el progreso económico logrado. Por ejemplo, los animales en casa le permiten tener un ingreso extra y ciertas estrategias de venta, como la negociación de los precios, le facilitan la maximización de sus ganancias, a pesar de que no cuenta con una chacra productiva como antes, debido al fallecimiento de su esposo. Es decir, no realiza actividades del campo, por el contrario, ha desarrollado otras estrategias que le demoren menos tiempo y que le permitan mantener los mismos ingresos familiares.

Esto no quita que no tengan una red de soporte ante emergencias o actividades dentro del hogar y el negocio: en el caso de María, sus padres, su hija y su sobrina; y, en el caso de Josefa, su hija y su mamá. Sin embargo, esto no implica que no se encuentren subordinadas, las tres realizan actividades asociadas a su rol como mujeres y madres, pero tienen la posibilidad de educar a sus hijas mujeres. Al haberse dedicado al comercio desde muy jóvenes, ellas no han tenido la oportunidad desarrollarse en este ámbito, pero han elaborado estrategias que les han permitido dársela a su descendencia.

A partir de la caracterización de sus estrategias económicas, se puede comprender cómo los marcadores étnico-raciales corresponden a cada uno de estos perfiles y son utilizados en vinculación a sus actividades económicas para impulsar sus ingresos y cumplir con su tarea reproductora del hogar. Por un lado, María tiene marcadores como el uso de vestimenta más moderna que le identifican a la ciudad. Detrás de ello, hay un proceso de reaprendizaje que tuvo que realizar al migrar, este se materializa en las nuevas recetas y sazón que le tuvo que poner a sus platos. Por otro lado, Josefa, quien viene del campo a la ciudad, debe utilizar una serie de marcadores que le permiten mimetizarse con la cultura urbana. Esto lo reconocé a partir del cambio de zapatos que realiza al pisar las primeras veredas. El arreglo es fundamental para la venta, el peinado y el cambio de diseño y color de blusa es un paso importante en la rutina cotidiana.

Es importante resaltar que al igual que los marcadores étnico-raciales, el género se entiende como una categoría no fija que permite la subalternización de las mujeres (Fuller, 2019). En este caso, la prosperidad económica de estas mujeres, en especial de Nadia y Josefa, corresponde también a la subordinación de otras. Al ser revendedoras buscan obtener los mejores precios, a costa de la precariedad de otras mujeres productoras. Es fundamental resaltar que este proceso responde a una dinámica expandida en el proceso de reventa. Sin embargo, la forma en la que regatean y el arreglo personal en el mercado contrasta con los marcadores de las otras mujeres que traen sus productos de la chacra. Estas interacciones se realizan a través del manejo de sus marcadores étnico-raciales, que les permiten posicionarse como “menos” campesinas para obtener mejores precios.

Cuando llegué, fue evidente una comparación similar conmigo: yo no soy de la chacra, incluso, se burlaban de mi desconocimiento de algunas cosas, pero esta risa no buscaba posicionarme como alguien inferior, por el contrario, generaba familiaridad. Evidentemente, hay una motivación a construir una relación vinculada a mis marcadores, estudio en una universidad privada de Lima, me visto con zapatillas de marca y tengo un acercamiento como investigadora. Es decir, se formulan relaciones recíprocas en las que yo debo retribuir también. Ahora, debo regresar a Chota porque debo mucho.

A modo de conclusión

El trabajo de campo que realicé en la ciudad de Chota me permitió comprender más la historia de mi abuela, pero, sobre todo, reconocer la fuerza que tienen las tres mujeres para mantener a flote su hogar y la situación de las mujeres en espacios en los que la ciudad y el “campo” están yuxtapuestos. Desde una lectura antropológica, esta fuerza se revela en las prácticas para mejorar o mantener sus ingresos que emplean y cómo están vinculadas con el despliegue de marcadores étnico-raciales. La vestimenta, la elocuencia al comprar y vender, y los modales les permiten tener mejores precios de compra y una mayor cantidad de clientes, es decir, más ganancias.

Por un lado, al negociar los precios con otras mujeres y revendedores del campo, ellas despliegan marcadores con ciertos rasgos de indianidad, pero en constante contraste, ya que esto les permite tener un mayor rango de acción en el establecimiento del precio de compra. Por otro lado, al vender a un público de la ciudad, ellas deben de performar una identidad menos marcada con rasgos de indianidad, ser menos “indias” o “campesinas” pues, por ejemplo, deben de mostrar habilidad para negociar con clientes que no están dispuestos a pagar los precios que ellas proponen. Es importante resaltar que estas acciones están limitadas a la negociación de los otros actores, los compradores y vendedores; y corresponden a este grupo en particular. Por último, la autoidentificación como persona que viene “de la chacra” compartida por mis informantes está vinculada a la identificación de las personas asentadas en la ciudad. Chota está formado por migrantes del campo que lograron establecerse a través de la educación de sus hijos. De esta manera, las tres madres buscan esto para sus hijas, que tengan una carrera, como mi abuela con mi madre y mi madre conmigo.

Bibliografía

- Babbi, F. (2019). *El lugar de las mujeres andinas: desafíos para la antropología feminista descolonial*. IEP.
- Canepa, G. (2007). Geopoética de identidad y lo cholo en el Perú: Migración, geografía y mestizaje. *Crónicas Urbanas*, (12), 29-42.
- D'angelo, F. (2020). *Las Casas de Chahuaytire: Expectativas sobre el turismo, nociones de progreso y jerarquías sociales en una comunidad campesina cusqueña*. [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú].
- De la Cadena, M. (1991). Las mujeres son más indias: etnicidad y género en una comunidad del Cusco. *Revista Andina*, (17), 7-29.
- Fuller, N. (2019). Los estudios de género en el Perú. Aportes desde la antropología. En F. Muñoz., C. Esparza y M. Jaime, *Trayectorias de los estudios de género. Balances, retos y propuestas tras 25 años en la PUCP* (pp. 23-29). Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Lastra, D. (2013). *Las estrategias familiares de pequeños productores y su articulación al mercado: el caso de las familias dedicadas a la caficultura y apicultura en el distrito de San Ignacio, provincia de San Ignacio, Cajamarca*. [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú].
- Rodríguez, J. (2022). *Detrás del "país de las oportunidades": Estrategias femeninas ante la transnacionalización de la comunidad campesina de Usibamba entre Perú y Estados Unidos*. [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú].
- Orlove, B. S. (1998). Down to earth: race and substance in the Andes. *Bulletin of Latin American Research*, 17(2), 207-222.
- Seligmann, L. (1998). Estar entre las cholas como comerciantes. *Revista Andina*, (32), pp. 305-361.
- Seminario, R. (2007). *El protagonismo económico de las mujeres comerciantes en Juliaca y las influencias en su participación política*. [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú].
- Ypei, A. (2006). *Produciendo contra la pobreza: la microempresa vista desde el género*. IEP.
- Zoomers, A. (1998). *Estrategias Campesinas en el Surandino de Bolivia. Intervenciones y desarrollo rural en el norte de Chuquisaca y Potosí*. CEDLA.
- Zoomers, A. (2002). *Vinculando estrategias campesinas al desarrollo: experiencia en los andes bolivianos*. Plural Editores.