

Jóvenes, empleo y masculinidades: los significados de “ser hombre” entre algunos comerciantes informales

Youth, employment and masculinities: the meanings of "being a man" among some informal traders



Dra. Karina Ramírez Villaseñor¹



Dra. María Lucero Jiménez Guzmán²

Resumen

En este artículo se reflexiona sobre la construcción de las masculinidades entre los jóvenes que se dedican al comercio informal. Para ello se exploraron las prácticas y los significados que conforman su *ser hombre*. Desde los estudios de género y de las masculinidades, se profundizó en la experiencia de ocho jóvenes que se dedican al comercio informal en México. Esta investigación se trabajó con la metodología cualitativa, el método biográfico narrativo y la entrevista en profundidad; por lo que se recuperaron relatos de vida centrados en la trayectoria laboral y en la construcción de las masculinidades. Entre los hallazgos se identificó que estos jóvenes se integraron al espacio laboral desde temprana edad y en su mayoría sólo cuentan con educación básica. Su primer empleo fue obtenido a través de sus redes familiares y de amistad y se dio en el empleo informal. Ante su acceso al trabajo pudieron establecer una vida en pareja y vivir en su mayoría, la paternidad. Finalmente, sus aprendizajes de género comenzaron desde temprana edad y comprenden ser hombre con trabajar, proveer, liderar a la familia y el uso de la razón.

Palabras clave: masculinidades- jóvenes- comercio informal- empleo- trayectorias laborales

¹ Candidata a Investigador Nacional en el Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Posdoctorante CONAHCYT en el Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias (CRIM) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Profesora en Colegio de Bachilleres del Estado de Morelos. Colaboradora del Colectivo Patrimonio Biocultural del estado de Morelos y regiones colindantes del INAH-Morelos. karina.ramirez@crim.unam.mx

² Perteneciente al Sistema Nacional de Investigadores (SNI) nivel I. Investigadora Titular “C” de tiempo completo en el Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias (CRIM) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Profesora del Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Fundadora del Programa de Equidad de Género del CRIM. **El presente texto es producto de la investigación posdoctoral financiada por CONAHCYT**

Abstract

This article reflects on the construction of masculinities among young people engaged in informal trade. For this, the practices and meanings that make up his being man were explored. From the studies of gender and masculinities, the experience of eight young people engaged in informal trade in Mexico was deepened. This research was worked with qualitative methodology, narrative biographical method and in-depth interview; so life stories focused on the work trajectory and the construction of masculinities were recovered. Among the findings it was identified that these young people were integrated into the workplace from an early age and mostly only have basic education. His first job was obtained through his family and friendship networks and was given in informal employment. Given their access to work, they were able to establish a life as a couple and live, for the most part, parenthood. Finally, their gender learning began at an early age and includes being a man with work, providing, leading the family and the use of reason.

Keywords: masculinities- youth- informal trade- employment -career paths

Introducción

Este trabajo tiene por objetivo analizar la construcción de las masculinidades entre los jóvenes que se dedican al comercio informal en San José, México. Con este fin, desde la perspectiva de género y de las masculinidades, se exploraron los significados y las prácticas que ellos identifican como parte de su *ser hombre*.

Mediante la metodología cualitativa y el método biográfico narrativo se encontró que estos jóvenes se incorporaron al mercado laboral desde temprana edad, algunos durante su infancia y otros más en la adolescencia, por lo que el trabajo informal resultó ser una alternativa viable. Actualmente, visualizan este mercado de trabajo como un espacio que les permite tomar sus propias decisiones y tener mayor “libertad” sobre su tiempo y sus recursos.

Desde los estudios de las masculinidades se ha identificado que para los varones la incursión y activa participación en el espacio laboral es fundamental en su construcción como hombres (Fuller, 2001, Jiménez, 2007, Ramírez, 2017). En el caso de los jóvenes comerciantes, les permitió establecer su vida en pareja y ejercer la paternidad;³ así como cumplir con la proveeduría económica, lo cual les ha otorgado del título de “la cabeza de familia”. En su narrativa, reconocen que son los responsables de proveer alimentos, ropa, calzado, educación y cubrir los gastos médicos de sus hijos/as y pareja, e incluso de otros miembros de sus familias de origen. Por lo tanto, como hombres, se reconocen como proveedores, líderes y exitosos al tener, en su mayoría, un negocio propio.

Debido a la importancia que tiene el empleo en la configuración de la masculinidad, estos hombres tejen diversas estrategias para generar los ingresos necesarios para subsistir. Por ejemplo, la diversidad de empleos, la diversidad de productos que comercializan de acuerdo a la temporada, así como los horarios, puntos de venta y no descansar para asegurar la comercialización de sus productos y de la proveeduría económica de los suyos.

La experiencia de vida de estos jóvenes permite comprender que el entrecruce entre género, edad, clase social y nivel educativo, les lleva a vivir en condiciones de vulnerabilidad que se manifiestan constantemente en relación a su salud, su alimentación, seguridad social, prestaciones; así como a su constante exposición al riesgo a partir de los altos índices de violencia y crimen organizado en la zona donde laboran.

El entramado teórico

Como categoría, el género comenzó a utilizarse en la década de 1970 en las ciencias sociales. Desde esta propuesta analítica se han construido diversos acercamientos e investigaciones. La mayoría coincide en que el género es una construcción sociocultural que significa la diferencia sexual en cada cultura (Lamas, 2002; De Keijzer, 2010). Esta distinción entre sexo y género permitió cuestionar que las características consideradas femeninas y masculinas fueran derivadas del sexo de forma natural y permitió señalar que eran aprendidas a lo largo de un complejo proceso de socialización. Los aprendizajes de género se adquieren desde temprana edad y se van reforzando, y en algunos casos cuestionando, a lo largo de su ciclo de vida y de interacción en diversas instituciones económicas, religiosas, políticas, educativas, en la familia, en la comunidad a la que se pertenece y, desde luego, en el espacio laboral.

En el espacio laboral también se refuerzan o resignifican la feminidad y la masculinidad. Respecto a ésta última implica un proceso que lleva a los hombres a demostrar constantemente cualidades, atributos, valores y funciones que culturalmente son reconocidos

³ Cabe señalar que, de los ocho comerciantes entrevistados, solo seis de ellos viven en pareja y ejercen la paternidad. Sin embargo, en el discurso de los dos restantes, reconocen la importancia de ser los principales proveedores de su hogar en un futuro.

como masculinos. Olavarria (2000, p. 12) señala que “el patrón hegemónico de masculinidad plantea que los hombres deben someterse a cierta “ortopedia”, a un proceso de hacerse hombres, proceso al que están sometidos desde la infancia”. De acuerdo con este autor, la masculinidad es algo que los hombres deben ganar y para ello tienen que superar ciertas pruebas, como soportar el dolor, demostrar su esfuerzo, hacer uso de su fuerza, haber conquistado mujeres, etc. La superación de estas “pruebas” les otorga reconocimiento social (López, 2010).

En este trabajo se retoma la aportación de R. Connell (1997), quien conceptualiza la masculinidad como una construcción social, histórica y cambiante de una sociedad a otra. Reconoce que dentro de una misma sociedad existen diferencias al considerar órdenes sociales, como la clase social, los procesos de racialización, el nivel educativo, la edad, entre otras. Esta propuesta permite abordar las masculinidades en relación con las estructuras sociales y en interacción con las acciones cotidianas que también significan la identidad masculina.

Los aportes de Connell (1997) se complementan con los de De Keijzer (2010, p. 19), quien propone entender la masculinidad “como un conjunto de atributos, valores, funciones y conductas que se suponen esenciales al varón en una cultura determinada”. Al igual que Connell (1997) señala que estos atributos no son fijos, sino que se transforman a nivel macro y micro en el contexto sociocultural.

La propuesta de estos dos autores permite comprender las masculinidades como un proceso. Es decir, que la adquisición de la identidad masculina implica un conjunto de elementos que se adquieren, significan y repiensen a lo largo del ciclo de vida de los hombres y en el cual entran en juego la dimensión personal, familiar y comunitaria (Ramírez, 2017). Así que esta propuesta teórica permite abordar las prácticas y los significados que los propios hombres construyen a lo largo de su propia trayectoria y en este caso, a lo largo de su trayectoria laboral.

Cabe señalar que, en el proceso de la configuración de las masculinidades, la apertura a la vida laboral puede ser entendida como un rito de paso que permite a los varones demostrar que “se hicieron hombres” (Fuller, 2001; Viveros 2007; Ramírez, 2017). Este proceso “de hacerse hombre” poco tiene que ver con la edad y mucho con la capacidad para adquirir responsabilidades y responder ante ellas (Ramírez, 2017); por eso la participación activa en el empleo remunerado les otorga reconocimiento, estatus y prestigio ante su familia y comunidad.

Investigadores como Óscar Hernández (2013, p. 215) señalan que “[...] en el mundo de los varones existe un mandato [...] que enfatiza que los hombres se deben al trabajo. Este es un mandato que significa el ser y actuar como hombre”. En ese sentido, el autor plantea que el trabajo debe ser entendido como una práctica simbólica que moldea los significados de ser y actuar como hombre; de manera que cobra tal importancia en la vida de los hombres que se convierte en el eje fundamental de su vida (Salguero, 2007).

En el contexto mexicano, como parte del modelo de masculinidad hegemónica que propone Connell (2007), la participación en la esfera pública, la vida en pareja, la paternidad, la heterosexualidad, el éxito laboral y el ejercicio de la proveeduría familiar por parte de los hombres son elementos que prevalecen. De manera que, aun cuando la participación de las mujeres en el trabajo remunerado está en incremento, la noción cultural de que los varones deben ser los principales proveedores del hogar, permanece.

En el estado de San José, México, en el 2022, a través de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), se identificó que de 849,097 personas que conforman la población económicamente activa (PEA), 506,313 eran hombres. También que del total del PEA el

67.6 % laboraba en el sector informal⁴, del cual el 67.9 % son hombres, 0.7 % más que en el año anterior. Autores como Huesca (2008) señalan que el incremento se debe a las dificultades que tiene el mercado mexicano para absorber la mano de obra que emerge año con año, no dejándoles más opción que incorporarse al mercado laboral informal.

De acuerdo con Teja y López (2013, pp. 52), “el comercio informal es una de las actividades más notables de la economía informal”, el cual se lleva a cabo en espacios públicos, como calles, plazas y mercados. Las personas que se dedican a esta labor son llamados comerciantes informales y pueden laborar de forma independiente o para alguien más (Gámez et. al., 2011). Según los comerciantes entrevistados, se caracterizan por subsistir a partir de la venta de uno o diversos productos a lo largo del año en puestos fijos o ambulantes, por tener ingresos variados, horarios flexibles, capacidad de decisión sobre la administración de sus recursos y disponibilidad de su tiempo.

En ese sentido, Bueno (2009, p. 234) refiere que laborar en el sector informal ya no debe ser entendido como una actividad vinculada a la pobreza, puesto que “la participación en el sector informal es una acción voluntaria y deliberada que, ante el deterioro de los empleos formales, se ha convertido en una mejor apuesta para diversos segmentos de la sociedad”. A ello se suma lo que identificaron Teja y López (2013, p. 62), quienes afirman que “las causas por lo que las personas se dedican al ambulante no es sólo por falta de oportunidades en las empresas, o por la falta de competencias laborales, o por la edad, sino también hay que tomar en cuenta, que en este negocio no se pagan impuestos, no se tiene la obligación de declarar los ingresos, y mucho menos obligaciones fiscales”.

Algunos de estos últimos aspectos se pueden identificar en la narrativa de los jóvenes comerciantes entrevistados, puesto que algunos de ellos han tenido la oportunidad de laborar en empleos formales en empresas y fábricas, y después de dicha experiencia es que eligieron dedicarse al comercio informal, donde señalan que “son libres” o “no están encerrados todo el tiempo” y refieren tener mayores ingresos que en los espacios formales que conocieron.

Los pasos a seguir.

Este trabajo se desarrolló desde la investigación cualitativa con el objetivo de observar la realidad en la que se encuentran los sujetos y posibilitó la comprensión de determinadas dimensiones simbólicas, sociales, culturales y de género que son fundamentales en esta investigación. A través de esta metodología nos aproximamos a los símbolos, significados, valores y atributos que los jóvenes comerciantes informales tienen de su masculinidad y permitió identificar los retos a los que se enfrentan y las estrategias que tejen para subsistir en este espacio laboral.

Esta investigación busca construir interpretaciones que le permitan comprender el fenómeno desde la propia mirada de los sujetos. Por lo que se desarrolló con el método biográfico narrativo para comprender los significados y vivencias desde la propia perspectiva del actor y al mismo tiempo, observar el contexto en el que se desenvuelven cotidianamente en el espacio laboral y se recurrió a las entrevistas en profundidad para recuperar los relatos de vida centrados en la trayectoria laboral de estos jóvenes.

Este método implicó centrar la atención en la narración de los sujetos, en las historias que ellos cuentan, las que guardan en la memoria y aunque su eje central son los individuos como una forma de leer la realidad, se comprende que los sujetos se encuentran enmarcados en un contexto, interactúan con otros y otras y están dentro de procesos históricos, sociales y culturales. Por ello, se comprende que “lo social tienen la particularidad de jugarse en la

⁴ En la ENOE definen el sector informal como aquel que comprende a las unidades económicas que realizan sus actividades a partir de los recursos de los hogares, pero sin conformar una empresa.

singularidad de cada relato, en la particularidad de cada narrador, quien encarna las tensiones de un determinado momento, en un determinado lugar, en ese presente” (Cornejo et. al., 2008, pp. 32).

Así se recuperó la trayectoria laboral de estos jóvenes, el por qué comenzaron a laborar, dónde, cómo y cuándo. Se identificaron las redes familiares y de apoyo que les permitieron ingresar al mercado laboral a temprana edad hasta su ingreso y permanencia en el comercio. También, fue posible conocer las características de su familia de origen, la experiencia en la educación y las razones por las cuales dejaron la escuela. Asimismo, se exploraron sus aprendizajes de género, aquello que les dijeron, que escucharon, observaron y aprendieron que les correspondía como parte del deber ser, por ejemplo: “aprender a trabajar” “ahorrar”, “hacerse de sus cosas (casa) antes de contraer matrimonio”, entre otros.

Para la recuperación de los relatos y la trayectoria laboral se trabajó con ocho jóvenes de entre 17 y 29 años de edad, todos ellos comerciantes activos. Estos jóvenes fueron seleccionados a través del muestreo teórico por conveniencia y cubrieron las siguientes características: a) laborar en el comercio informal, b) tener entre 17 y 29 años de edad, c) vivir en pareja, d) ejercer la paternidad o tener planeado hacerlo a futuro y e) ser jefe de familia.

sobrenombre	Edad Actual	Edad al iniciar trayectoria a laboral	Nivel educativo	Estado civil	No. de hijos/as	Producto que comercializa	Lugar de origen
Jesús	28	7 años	Universidad	Unión libre	1 hijo	Cubrebocas, gorras, accesorios para barbie	Guerrero
Ismael	17	11 años	Primaria	Soltero	0	Fruta de temporada Botanas	Veracruz
Luis	25	7 años	Secundaria	Unión libre	2 hijos	Aguas de sabores	Guerrero
Jaciel	19	7 años	Prepa en línea	soltero	0	nieves	Morelos
Eleazar	26	13 años	Secundaria	Unión libre	1 hija	Fruta picada	Puebla
Elias	29	7 años	Secundaria	Casado	2 hijas	Aguacate y maíz	Morelos
Ricardo	25	7 años	Secundaria	Unión libre	1 hijo	Miel	Estado de México
Hector	29	15 años	Secundaria	Casado	1 hijo 1 hija	Botanas y fruta de temporada	Veracruz

Cuadro 1: Elaboración propia a partir de la información recabada en trabajo de campo.

Es importante mencionar que no todos los entrevistados cubrieron todos los requisitos, puesto que el trabajo de campo fue complejo debido a las condiciones de violencia e inseguridad que se vive en la región. A todos los comerciantes contactados durante los meses de diciembre de 2022 a abril 2023, se les explicó el objetivo de esta investigación, así como el uso que se daría a los datos recabados, algunos no aceptaron, otros más, inicialmente accedieron a colaborar, pero poco a poco dijeron que no. Los ocho que aceptaron refirieron que existen altos índices de inseguridad y cobro de piso, por lo que sugieren que los otros comerciantes no sienten la confianza para hablar sobre su vida y su experiencia en el comercio.

San José como espacio de interacción y encuentro.

San José es una ciudad en constante movimiento, a la que las personas acuden a trabajar, estudiar, realizar algún trámite, comprar o a socializar. Debido a su gran actividad es un excelente punto para el comercio. Ahí se encuentran desde grandes establecimientos como las tiendas departamentales, supermercados, locales medianos, hasta los comercios informales.

Referente a estos últimos, es común encontrarlos a lo largo y ancho de la ciudad, sin embargo, existen zonas que son más propicias para su desarrollo. El centro de la ciudad, que es de las zonas más visitadas por locales y foráneos resulta idónea para la compra venta de diversos productos. Entre las principales calles que conforman “el centro” es común encontrar a hombres, mujeres, jóvenes y adultos comercializando comida, aguas frescas, botanas, fruta, verdura, carne, accesorios para el teléfono, ropa, flores, accesorios personales, así como diversos artículos propios de cada temporada.

Estos comerciantes suelen colocar su mercancía sobre la banqueta, en puestos improvisados y otros sobre bases de madera, mesas y carretillas. Algunos de ellos ya cuentan con permisos por parte de la autoridad local y ya tienen “un lugar” fijo todo el año. Otros se dedican al ambulante, realizando recorridos por diversas calles del centro.

Los comerciantes informales han diseñado diversas estrategias que les permitan vender el mayor número de productos y obtener mayores ingresos. Por ejemplo, algunos han acudido a las instancias municipales para obtener un permiso anual que aunque deben pagar, les asegura un lugar en las calles, otros, se han sumado a las asociaciones de comerciantes, algunos más, han elegido comercializar en zonas más alejadas del centro, en otros espacios concurridos como lo son los mercados, paradas de transporte público, en las escuelas, algunos más han elegido tener un “puesto móvil” para realizar su recorrido por los principales puntos de centro de la ciudad.

La trayectoria laboral de los jóvenes comerciantes.

La trayectoria laboral de estos jóvenes comenzó a temprana edad, aspecto que coincide con lo que Fuller (2001) observó entre los jóvenes de la clase popular en Perú. En este caso, cinco de los ocho colaboradores tuvieron su primer acercamiento al comercio en su infancia, cuando apenas tenían aproximadamente siete años de edad. Al respecto Jesús narra lo siguiente:

Yo he trabajado desde chiquito, como de siete años ya andaba ahí vendiendo mangos. Desde esa edad me acuerdo que ya andaba activo generando, pues. [...] Es que allá es normal de que el niño le ayuda al papá, chamea y ya se va a la escuela. Allá los turnos son de tarde, bueno a mí me tocó de tarde y es que allá como de 10 niños, nueve le ayudan a su papá. Es la vida normal. Le ayudas a tu papá, regresas, te bañas y te vas a la escuela. (Jesús, comerciante de 28 años).

Los otros tres entrevistados, refirieron que su ingreso al espacio laboral fue durante la adolescencia, entre los 11 y 15 años de edad.

Trabajaba de albañil, pero eso fue cuando iba a la escuela, a la secundaria. [...]. Tenía como 13 años y pues así empecé a ir con un señor, pues. Empecé a ir a trabajar con él los fines de semana. (Eleazar, comerciante de 26 años).

Otro elemento en común es que la mayoría combinó el empleo con la escuela. Seis jóvenes refirieron que tuvieron al menos uno o dos empleos a los que acudían unas horas o durante los fines de semana y a la par, cursaban su educación primaria o secundaria. Otros, como Ricardo, recuerdan desde su infancia acompañaba a su padre a comercializar productos de temporada y como se iban por varias semanas, solicitaban un permiso especial en la escuela.

Cabe destacar que seis de los ocho entrevistados solo cursaron la educación básica, es decir, hasta la secundaria. Solo uno de ellos cursó la universidad y uno más únicamente culminó la educación primaria. En su narrativa se rescata que seis de los ocho eligieron terminar con su trayectoria académica debido a que no les gustaba y les parecía aburrido.

Por ejemplo, Héctor, señaló siguiente:

Estudié nada más la secundaria. Ya después no seguí estudiando. [...] Empecé a trabajar y me pagaban y eso me gustó. (Héctor, comerciante de 28 años).

Es importante mencionar que los cinco jóvenes que recordaron que a los siete años ya trabajaban, tienen en común que ayudaban a su familia, la cual se dedicaba al comercio de diversos productos como juguetes, fruta, helados y artículos de temporada. Esta experiencia les fue acercando al comercio y a partir de la cual aprendieron a desenvolverse en ese ámbito.

Sin embargo, su ingreso “oficial” al mercado laboral se dio en la adolescencia, cuando cada uno buscó un empleo remunerado fuera del ámbito familiar. Entre las primeras opciones laborales estuvo la albañilería, carpintería, repartidor de volantes, la agricultura, los aserraderos y desde luego el comercio. Ellos se emplearon en los trabajos que ya sabían hacer o que encontraron (Hernández, 2011) y cuya característica fue la informalidad, pues no firmaron contrato alguno, ni proporcionaron documentos, así como tampoco tuvieron objeción por su edad.

A diferencia de lo que encontró Jiménez (2012, p. 80) entre los jóvenes universitarios y las dificultades que viven para el acceso y movilidad en el mercado laboral; en la experiencia de los jóvenes comerciantes las redes de apoyo jugaron un papel fundamental para conseguir el primer empleo “oficial” aun en el contexto de la informalidad. Esto coincide con los hallazgos de Pérez y Urteaga (2001) respecto a la importancia que tiene para los hombres, la familia y “los amigos del barrio” para conseguir empleo.

De manera similar a los hallazgos que obtuvieron Pérez y Urteaga (2001) en su investigación con jóvenes de la CDMX y zona conurbada, estos los comerciantes comenzaron a trabajar porque necesitaban recursos para comprar algún producto específico como una bici o una moto. Otros porque requerían dinero para salir con sus amigos y también para invitar a salir a la mujer que les atraía sentimentalmente. Algunos hicieron mención de que debido a que ya no estudiaban qué otra cosa podía seguir en la vida, sino que trabajar. Además, “[...] trabajar significa ganar autonomía frente a la familia de origen y es la llave para ingresar al mundo masculino” (Fuller, 2001, pp. 313).

Cabe mencionar que, aunque la incorporación de las mujeres al espacio laboral es más frecuente y cada vez tienen mayor nivel educativo, culturalmente aún prevalece la idea de que los hombres son los principales responsables de trabajar y obtener el recurso económico para sostener a la familia (Hernández, 2011) y está presente en la memoria y en los actos de estos jóvenes comerciantes. Ellos aprendieron en sus comunidades de origen que a los hombres les corresponde salir a buscar el sustento diario de su familia y esforzarse para conseguir lo que desean.

Autores como Jiménez (2012) en México y Beccaria (2015) en Argentina han identificado que son los jóvenes los que más se enfrentan al desempleo y cuando acceden al ámbito laboral es en empleos precarios. Desde luego que el caso de los jóvenes entrevistados no es la excepción, ya que la trayectoria laboral de cada uno estuvo marcada por la presencia de empleos precarios e inestables con periodos de mucha actividad y otros en los que “los mandaban a descansar”. Esta característica los llevó a diversificar sus fuentes de empleo a lo largo del año y a identificar a qué se podían dedicar según la temporada.

De entre los entrevistados solo dos, Héctor y Jesús, hicieron mención de que en algún momento de su trayectoria laboral participaron en empleos formales. Héctor en una fábrica textil y Jesús en una empresa comercial. Sin embargo, ambos refirieron que dicha experiencia no fue grata, puesto que se sentían atrapados con horarios y jornadas establecidas, en espacios cerrados y al menos en el caso de Héctor, con un salario menor al que percibe como comerciante. También se hizo mención de que durante ese tiempo experimentaron cambios en su salud, debido al alto grado de estrés al que se enfrentaban.

Pero era muy pesado. Yo como soy moreno, el estrés se me presenta con manchas, entonces ya parecía que tenía vitíligo porque ahí se trabaja de 8:00 am a 8:00 pm. Estaba pesado, pero en ese tiempo yo pensaba que valía la pena [...]. Pero a la larga dije: “no, la neta no vale la pena y pensé, me voy a dedicar al comercio”. (Jesús, comerciante de 28 años).

Las diversas experiencias que han tenido estos jóvenes a lo largo de su trayectoria laboral los ha llevado a buscar independizarse y contar con su propio negocio, al cual le otorgan un significado especial, pues en su contexto refleja la capacidad de trabajar, de ahorrar y de establecer prioridades en su vida. También representa su capacidad de organización y administración de recursos materiales y valoran de forma significativa el tiempo y la “libertad” que tienen para decidir cómo, cuándo y dónde trabajar al dedicarse al comercio. Es por ello que autores como Bueno (2009, p. 234) señalan que en algunos casos “la participación en el sector informal es una acción voluntaria, deliberada que ante el deterioro de los empleos formales, se ha convertido en una mejor apuesta para diversos segmentos de la sociedad”.

Sin embargo, aunque es fundamental visibilizar la capacidad de agencia de los jóvenes dedicados al comercio informal, también es importante señalar la vulnerabilidad a la que se enfrentan constantemente y en ese sentido coincide con lo que Beccaria (2015) puntualiza respecto a que son los jóvenes los más vulnerables, debido a sus reiteradas experiencias de desempleo a lo largo de su trayectoria laboral y su bajo nivel educativo, lo cual les lleva a tener pocas posibilidades de ingresar al empleo formal con todas sus prestaciones y vivir trayectorias de inestabilidad laboral.

Prácticas y significados de la masculinidad entre los jóvenes comerciantes.

Para estos jóvenes el ser hombre está relacionado con trabajar, con tener un negocio propio, con ser responsables de sí mismo y de los suyos en términos económicos, con saber tomar decisiones, con ser observadores, inteligentes y no dejarse llevar por las emociones. Podría decirse que estos elementos son los que conforman el modelo dominante de la masculinidad entre este grupo social.

En sus narrativas se identificaron dos momentos significativos y que están relacionados con este “proceso de hacerse hombre”, uno de ellos es el acceso al espacio laboral y el otro es cuando vivieron la paternidad. El primero, les resultó de especial interés debido a que mediante el ingreso al trabajo les fue posible tener dinero y decidir cómo y en qué usarlo. El segundo, está relacionado con la paternidad, con la que experimentaron ternura y amor; así como mayor responsabilidad y conciencia de que debían enforzarse más en el ámbito laboral.

Las masculinidades implican un proceso que lleva a los hombres a demostrar constantemente cualidades, atributos, valores y funciones que culturalmente son reconocidos como masculinos en un contexto determinado. Por ello Olavarría (2000, p. 12) señala que “el patrón hegemónico de masculinidad plantea que los hombres deben someterse a cierta “ortopedia”, a un proceso de hacerse hombres, proceso al que están sometidos desde la infancia”.

A lo largo de este proceso los entrevistados aprendieron que uno de los elementos que diferenciaba a los hombres de las mujeres era esa capacidad que veían en sus padres y

abuelos de traer recursos materiales y económicos a casa. Para ello salían a trabajar la tierra, la huerta, trabajar para alguien más o salir a otros poblados a comercializar.

Según Hernández (2011, p. 118) para los hombres de clase trabajadora “[...] el trabajo es una actividad prioritaria para sobrevivir, pero además es una actividad a la que no sólo los hombres, sino también las mujeres, atribuyen significados culturales”. Es por ello que desde temprana edad estos jóvenes fueron introducidos al ámbito laboral y aunque solo acudían para “ayudar a su papá”, aprendieron qué, cómo, cuándo y dónde tenían que desenvolverse. Por ejemplo, a Elías, su padre le enfatizó la importancia de aprender a trabajar y de ser independiente:

[Mi papá me decía] “Tú aprende, tú has tus cosas, tú has tus movimientos, porque el día que yo me muera no te vas a morir de hambre [...]. Tú sabes cómo trabajar, cómo ganar el dinero, cómo seguir adelante. No toda la vida te voy a vivir” (Elías comerciante de 29 años).

En México y en América Latina varias investigaciones como las de Olavarría (2000), Fuller (2001), Salguero (2007), Jiménez y Tena (2007), Hernández (2011), Ramírez (2017), entre otras más, hacen referencia a la importancia que tiene el trabajo para los hombres. Incluso, en el ingreso al espacio laboral es entendido como un rito de paso que demuestra que una persona del género masculino ya es un hombre. En ese sentido pareciera que “ser hombre predestina a los hombres al trabajo, ellos están obligados socialmente a trabajar, a fungir como proveedores, a demostrar su capacidad de cumplir con su deber de mantener económicamente a sus respectivas familias” (Hernández, 2011, p.120).

A este aspecto se suma la proveeduría económica, la vida en pareja y la paternidad, que también acompañan este modelo de ser hombre y que Fuller (2001) denomina como “hombría cultural”. Los jóvenes comerciantes refirieron que una vez que dejaron la escuela e ingresaron al espacio laboral, recibieron consejos por parte de algún hombre de su familia, quien le sugirió: ahorrar, construir una casa y contraer matrimonio después de tener “algo qué ofrecer”.

Ahorita mi tío me dice que le eche yo ganas hacer una casita o algo así, ya después ya podemos, ya juntarse. Porque es que él primero se juntó, ya después quería hacer todo así, su cuarto y es que ya no podía. Ya era difícil. (Ismael comerciante de 17 años).

La trayectoria laboral de estos jóvenes permite visualizar que su participación en el espacio laboral ocurrió antes de contraer matrimonio y conformar una familia. Ninguno de los que viven en pareja se refirió a que buscó trabajo luego de tener pareja. Por el contrario, ya laboraban desde hacía algunos años cuando decidieron iniciar su familia.

Por ejemplo, Jesús de 28 años reflexionó sobre cómo imaginó ese proceso de establecer una familia:

Cuando cumplí los 20 ya fue cuando dije “ya sabes qué, ya en cualquier momento te va a agarrar el enamoramiento y todo eso y vas a meter la pata” y dije no, no, hasta que tenga algo estable. (Jesús, comerciante de 28 años).

Para Jesús era importante esperar un tiempo para tener una fuente de ingresos económicos que le permitiera sostener a su pareja e hijos/as. Él en particular, hizo mención de que, aunque tenía una vida sexual activa, se cuidaba mucho para no vivir la paternidad antes de lograr su objetivo, tener su propio negocio.

Los entrevistados reconocieron la importancia que tiene el trabajo en sus vidas y asumen que, al buscar una vida en pareja, deben tener “algo que ofrecer” y se esfuerzan para obtenerlo.

Como varias investigaciones ya lo han referido, la participación en el espacio laboral les permite pensar en contraer matrimonio, tener vida sexual y vivir la paternidad. Incluso, tienen claro que actualmente el éxito se visualiza a partir del recurso económico y los bienes que poseen.

Para estos comerciantes el tener un negocio propio representa un motivo de orgullo y de éxito en el que aun siendo muy jóvenes buscaron superarse por medio del trabajo. Reconocen que como hombres deben “ponerse las pilas” como refiere Eleazar o “aplicarse y echarle ganas” como dice Héctor, pues saben que en este empleo en el cual también se enfrentan a diversas dificultades y vulnerabilidades deben mantenerse activos constantemente, por lo que han construido estrategias que les permitan subsistir.

Dada la importancia simbólica y económica que tiene el espacio laboral para ellos, han pensado diversas estrategias que les permitan permanecer activos, por ejemplo: comercializan diversos productos de acuerdo a la temporada del año, también observan y diseñan rutas, zonas en la ciudad o eligen puntos estratégicos donde identifican que hay más gente para comercializar y no se permiten descansar ningún día de la semana en su mayoría. En ese sentido, el trabajo debe ser entendido como un mandato, como “una práctica simbólica que moldea los significados de ser y actuar como hombre”. (Hernández, 2013, p. 215).

a) proveer

Los varones aprenden, reconocen y demuestran “su ser hombre” de distintas formas a lo largo de su ciclo de vida. Autores como Fuller (2001) mencionan que en la juventud se denota a partir de la vida sexual y los noviazgos, mientras que la vida adulta implica la participación activa en trabajo, la vida en pareja, la paternidad y la proveeduría económica.

En la experiencia de vida de los jóvenes comerciantes estos significados y prácticas en torno a la construcción de la masculinidad no son distintas a las señaladas por Fuller (2001). Ellos aprendieron que como hombres son los responsables de sí mismos, pero sobre todo de su familia, pues como refirió Héctor: se siente responsable de que en su casa no falte nada, debe tener para solventar la comida, la escuela y los gastos médicos.

Algunos de estos jóvenes comenzaron a proveer desde que vivían con su familia de origen, pero la responsabilidad incrementó cuando decidieron vivir en pareja, aunque el cambio significativo en la mayoría de los casos fue cuando vivieron la paternidad. Este hallazgo coincide con los aportes de Salguero y Pérez (2011, p. 100) quienes refieren que “[...] ser padre representa una responsabilidad y un cambio en sus vidas; significa fundar una familia, lo cual los lleva a adquirir mayor responsabilidades”.

[...] más cuando nació mi hija, ya le empecé a echar más ganas. Luego ya se acabó todo (el dinero). Luego pienso no pues tengo que trabajar más. (Eleazar, comerciante de 26 años).

Hernández (2013, p. 143) señala que “el trabajo para los padres representa ganar dinero, y está vinculado con la responsabilidad de brindar un bienestar familiar y así cubrir las necesidades económicas”. Este rol lo asumen aún en la distancia, por ejemplo, Eleazar, Héctor y Luis viven la paternidad a distancia, pues su esposa, hijos e hijas viven en otra ciudad y para ellos es fundamental enviar dinero de forma constante a través de Banco Azteca o BanCoppel.

También señalaron que, debido a la corta edad de sus criaturas, prefieren que sus parejas se concentren en su cuidado y por eso, ellos se esfuerzan por cubrir los gastos de alimentación, así como ahorrar para emergencias médicas, proyectos familiares, ropa, zapatos y desde luego para llevar dinero en aquellas temporadas que visitan a la familia:

[...] si ha sido difícil vivir lejos, pero me satisface que cuando los voy a visitar les puedo llevar algo. Porque aquí sale un poquito más que de estar de empleado. (Héctor, comerciante de 28 años).

En los tres casos referidos, debido al trabajo y el “no descanso”, los jóvenes señalan que les ha costado vivir la paternidad a distancia, pues extrañan la convivencia con sus hijos/as, la cercanía con su pareja y la comida de casa. Sin embargo, tener un ingreso mayor y la satisfacción de poder sostenerles económicamente, justifica la distancia y la ausencia.

Esta función de proveer el hogar es visible en la práctica cotidiana de aquellos que ya viven en pareja, pero también está presente en el discurso de los dos jóvenes que aún permanecen solteros, pues, aunque reconocen que la sociedad, su familia y su propia pareja esperan que el aporte económico sea generado por los hombres.

[...] pues la mayoría de la gente está acostumbrada a eso, a que el hombre lleva todos los gastos de la casa. Pues eso es a lo que me atengo, pero si mi pareja me ayuda, más que bien. (Jaciel comerciante de 19 años).

A través de lo expuesto se puede comprender que “la proveeduría económica es un mandato de género que no está relacionado con la edad de los sujetos, sino con su capacidad para responder y cuidar de otros y otras a través de los bienes materiales que ofrecen a sus familias y les permiten subsistir” (Ramírez, 2017, p. 84).

La proveeduría económica se convierte en uno de los ejes más significativos en la vida de los hombres que, en el caso de los jóvenes comerciantes, los lleva a ser creativos, observadores e innovadores para diversificar los productos y espacios para comercializar. Incluso, así como en la narrativa de otros hombres de la clase obrera, estos jóvenes prefieren no descansar y elijen acudir a la venta toda la semana, pues cuando llegan a descansar, reconocen que se sienten incómodos al no estar generando dinero.

[...] siento que no, siento feo porque me doy cuenta que siento que no ganaría ya perdí un día más, pude haber ganado esto, pude haber hecho esta situación pude haber hecho esto y no lo hice. [...] y no dices, ay mañana no voy a ir a vender o sea eso no está en tu forma de pensar. Me siento culpable o sea se hecha perder mi mercancía, ya no la vendo mañana, es mi culpa sí me voy para atrás y es mi culpa y mañana qué voy a comer [...] (Elías, comerciante de 28 años).

Estos jóvenes han internalizado su rol como hombres trabajadores y proveedores, es lo que los define e identifica como hombres ante sus pares, su familia, su comunidad y ante sí mismos. Ellos mismos se cuestionan el descanso y solo está permitido en casos de enfermedad, una fiesta o la feria de su pueblo, además de los días en los que acuden a comprar los productos que van a comercializar.

b) Ser líder: “echarse la gente al hombro”.

Otro de los aspectos que conforma su masculinidad es el “ser líder”, “ser guía”, “ser cabeza de familia” o “ser jefe de familia”, aunque lo nombran de forma distinta, estas frases están relacionadas con la toma de decisiones, la guía, la atención y el cuidado de los suyos.

El liderazgo se comprende como una cualidad masculina en la que ellos deben guiar a su familia de forma racional. En el caso de los que ya han conformado una familia es evidente que asumen que son los principales responsables para sacarles adelante mediante el trabajo. Sin embargo, aquellos que aún están solteros han buscado tener un papel más activo dentro de sus familias de origen, más en aquellas familias en las cuales el padre está ausente y no

en términos físicos, sino que le identifican como una persona callada, tímida que acepta lo que otras personas deciden.

Estos jóvenes han aprendido que el liderazgo no solo ejerce en la familia de origen u orientación, pues también reconocen que en el ámbito laboral y de amistad juega un papel importante. Por ejemplo, Jesús, expresa lo siguiente:

Incluso con mis amigos siempre he sido el líder de la manada. Siento que un hombre tiene que rifársela en todo, en cualquier aspecto, ya sea con su chica, con su gente, con su familia. Siento que en el hombre tiene que recaer esa jerarquía (Comerciante de 28 años).

Están conscientes que de su toma de decisiones depende el bienestar de sus familias y de sus empleados/as. Puesto que ser “jefes o cabezas de familia” para estos jóvenes también implica la capacidad de crear espacios laborales y de innovar en el comercio. Ellos son los responsables de buscar estos espacios que les permitan incrementar sus ingresos económicos. Sin embargo, esta labor ocurre en solitario ya que pocas veces dialogan con sus familias sobre las experiencias o las ideas que tienen en mente.

Desde luego que para lograr el bienestar familiar tejen diversas estrategias para mantenerse activos laboralmente aun en medio de la precariedad e incertidumbre. Pues como lo muestran otras investigaciones como la de Jiménez y Tena (2007), ante la pérdida de un empleo y de ingresos, los hombres experimentan malestar, angustia y también un cuestionamiento de su propia masculinidad por parte de ellos mismos y de quienes les rodean.

c) La razón y “el control de las emociones”.

El género como una construcción social, cultural e histórica orienta a las personas a vivir de forma diferenciada la realidad social (Ramírez, 2017). Desde este orden social y culturalmente establecido se señala cómo se debe ser e incluso sentir. De acuerdo con Juan Carlos Ramírez (2019, p. 5) los “estudios de género sobre los hombres, han mencionado el control emocional que ejercen en sus vidas como elemento identitario” y según Víctor Seidler (1997) se espera que sean inteligentes y racionales. A diferencia de las mujeres, a quienes se les atribuye la emocionalidad. De manera que, “la emoción al igual que el género son construcciones cargadas de significados en el contexto de las prácticas sociales, forman parte de procesos complejos de aprendizaje, de vocabularios, normas y creencias acerca de los géneros, los cuales forman parte de discursos sociales que permiten o sancionan lo que se “debe” sentir y vivir en las trayectorias de hombres y mujeres” (Salguero, 2018, p. 73).

Los aportes de Seidler (1997), Salguero (2018) y Ramírez (2019); no están alejados de lo que los jóvenes comerciantes experimentan en su cotidianidad y que dejan ver en su narrativa. Ellos refieren que a lo largo de su trayectoria de vida han experimentado diversas emociones: miedo, vergüenza, incertidumbre, enojo, tristeza, soledad, entre otras. Sin embargo, aunque estas emociones están presentes procuran hablar poco sobre ellas.

Dichas emociones las han experimentado en su vida de pareja, en el ámbito educativo, laboral y familiar. Sin embargo, buscan que éstas no repercutan en su desempeño como hombres y como jefes de familia, pues analizan detenidamente cada alternativa con el objetivo de tener el mayor beneficio para su gente.

Jaciel expresa lo siguiente:

Para tomar decisiones hay que controlar las emociones, no hay que hacer todo a la deriva porque cuando se nos pase la emoción vamos a decir, “no, pues no era así” (Jaciel, comerciante de 19 años).

En su narrativa las emociones pueden ser entendidas como “algo negativo”, impulsivo, irracional que se debe “controlar” y analizar. Él hace referencia a las dinámicas familiares, pues le resulta importante construir relaciones “lejos del machismo”, por lo que una de sus preocupaciones para cuando contraiga matrimonio es que debe ser “racional” e “inteligente” para saber guiar a su familia y para resolver de forma eficiente los problemas y los posibles desacuerdos con su pareja.

Mientras que para Jesús es importante “saber actuar y no ser sumiso”. Además, expresa lo siguiente: “siento que yo tengo el corazón más, para hacer las cosas con la mente fría”. Desde su punto de vista, como el líder de su familia, ha tenido que aprender a controlar la vergüenza y el miedo para poder sacar adelante su negocio y a su familia. Nuevamente resalta la idea de que debe ser analítico y es que “la cultura guía el acto que permite reconocer una sensación al proponernos qué sentimientos son socialmente posibles y cuáles no. Cada cultura y momento histórico, construye explicaciones, provee prototipos de sentimientos y emociones, oculta, sanciona y reprime otros” (Salguero, 2018, p. 75-76).

Para estos jóvenes, los hombres deben ser analíticos y menos impulsivos. Esto los lleva a plantearse la idea de que son distintos a las mujeres y a algunos hombres, pues desde su punto de vista esta característica les ha permitido identificar espacios de oportunidad para incrementar sus negocios y mejorar la economía familiar. Así como para resolver conflictos en la dinámica familiar.

Los ocho jóvenes entrevistados refirieron que cuando se iniciaron en el comercio sintieron vergüenza o “pena”. Pues en su mayoría se trataba de niños y adolescentes interactuando con personas mayores. Sin embargo, uno de los casos más sobresalientes fue el de Jesús, quien se enfrentó a la crítica por dedicarse al comercio luego de tener un empleo formal y de terminar la universidad.

Al principio se me hizo difícil porque si me daba pena porque sí, iba acabando la carrera y que después tus compañeros te vean vendiendo. Pues si me daba un poco de vergüenza que pensarán: “mira ese wey, tanto que estudió para ser vendedor”, más en una carrera que es muy concurrida, hay muchos psicólogos, entonces pueden pensar “no manches, ¿pa’ qué estudio eso?, voy a terminar de taxista o vendedor”. Sí me daba pena pero ya después se me pasó. (Jesús, comerciante de 28 años).

Cabe señalar que investigaciones como la de Juan Carlos Ramírez (2019 y 2020), así como las de Jiménez y Tena (2007), han dado luz sobre los sentires que experimentan los hombres al quedarse sin empleo y hablan de la angustia, la tristeza, “el mal estar”. Aunque en el caso de Jesús no se trataba propiamente de desempleo, pues él decidió renunciar al empleo formal, socialmente si representaba una pérdida, pues esto implicaba el ingreso al espacio informal y por tanto un cambio de estatus, menor prestigio, autoridad y para algunos podría ser entendido como “un fracaso personal” (Ramírez, 2019).

La vergüenza, la tristeza y la angustia se hacen presentes someramente en la narrativa. Por ejemplo, en los casos de Héctor, Luis y Eliazar que viven la paternidad a distancia, refieren que sienten tristeza porque no pueden convivir con su familia todos los días.

Es importante mencionar que los sentires fue un tema sobre el que hablaron poco, incluso cuando se les preguntaba en qué otro momento sintieron determinada emoción, expresaban que “solo en esa ocasión”. Esto permite rescatar lo que Salguero (2018, p. 83) puntualiza al decir que “se les dificulta reconocer qué sienten, porque una parte de su identidad masculina da por hecho que siempre “deben tener la respuesta correcta”. Aprenden a enorgullecerse de no tener ninguna necesidad, en particular ninguna necesidad emocional, son los “otros” los que tienen necesidades en las que como hombres deben estar dispuestos a apoyarlos”.

Es decir, es como si los hombres y de manera particular estos jóvenes se permitieran sentir de vez en cuando, pero solo un instante y rápidamente buscasen volver a su versión “fría”, “racional” e “inteligente”. Sobre todo, con respecto a aquellas emociones que les pueden mostrar frágiles, vulnerables, femeninos y menos hombres. Pues si reconocen y recuerdan que sintieron alegría y felicidad cuando consiguieron su primer empleo, cuando recibieron su primer salario y cuando fueron padres, pero estas experiencias de felicidad están permitidas porque refuerzan los logros vinculados a la masculinidad.

Consideraciones finales.

En este trabajo se abordó la construcción de las masculinidades entre los jóvenes que se dedican al comercio informal. Quienes a través de ejemplos de su vida cotidiana señalaron prácticas y significados que están vinculados a su ser hombre. Entre ellas sobresalen la participación activa en el espacio laboral, la proveeduría económica, la jefatura familiar, la importancia de la razón y el “control” de las emociones.

En el caso de estos jóvenes se puede entender que la producción y reproducción de las identidades de género están atravesadas por el contexto histórico, cultural y económico en el que ellos se desenvuelven y aunque la forma de entenderse como hombre puede ser heterogénea, en la narrativa se identifican elementos que comparten entre ellos como grupo social y con otros grupos sociales.

Es importante señalar que la configuración de las masculinidades es un proceso en el que algunos de estos jóvenes se dan cuenta que la sociedad espera que ellos asuman la proveeduría económica, la búsqueda de trabajo y la jefatura familiar. Ante esta expectativa de los y las otras, ellos asumen que se trata de su deber, lo por que buscan desempeñarlo aún ante la diversidad de adversidades a las que se enfrentan.

Es importante mencionar que debido a la edad y el nivel educativo con el que contaban al inicio de su vida laboral, fue el empleo informal donde encontraron oportunidad. Para ellos, el comercio representa una alternativa laboral que les ha permitido tomar sus propias decisiones y tener mayor “libertad” sobre su tiempo; así como un espacio de creatividad, innovación y oportunidad para compartir con su familia.

Finalmente, cabe señalar que, aunque en el comercio informal estos jóvenes han encontrado un espacio de oportunidad que les permite trabajar y proveer a su familia, también se debe mencionar que este grupo social forma parte de la población que vive en condiciones de vulnerabilidad, pues en este espacio laboral no tienen oportunidad de acceder a un seguro médico, tener prestaciones, aguinaldo, vacaciones, un plan de ahorro para el futuro. Ellos viven “al día”, al igual que muchas otras personas de la clase trabajadora y constantemente viven en incertidumbre, pues saben que la comercialización de sus productos depende de la temporada, de las condiciones climáticas, económicas, de situaciones de salud como lo fue la pandemia COVID-19, así como de acuerdos y constantes negociaciones con las autoridades locales y son conscientes de las cada vez menos oportunidades que tienen para integrarse al mercado laboral formal, en parte por su nivel educativo, edad, habilidades e incluso “por la pérdida de libertad” que ellos identifican que tendrían al sumarse a ese mercado.

Referencias

- Beccaria, Luis. (2005). Jóvenes y empleo en la Argentina. *Anales de la educación común. Adolescencia y Juventud*, (1) (1-2), pp. 177- 181.
- Bueno, Carmen. (2009). El rol de las mujeres en los cambios y continuidades de la economía informal. *Argumentos* (22)(60). mayo-agosto, pp. 211-239.
- Connell, Raewyn. (1997). "La organización social de la masculinidad". En Teresa Valdés y José Olavarría (Ed.). *Masculinidad/es Poder y crisis*. FLACSO-Chile, Isis internacional, Santiago de Chile, pp. 17-30.
- Cornejo, Marcela, Mendoza, Francisca. y Rojas, Rodrigo. (2008). La investigación con relatos de vida: Pistas y opciones de diseño metodológico. *Psykhé*, (17) (001). Mayo pp. 29-39. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22282008000100004>
- De Keijzer, Benno. (2010). *Masculinidades, violencia, resistencia y cambio*. Tesis doctoral. Universidad Veracruzana, Instituto de investigaciones psicológicas.
- Huesca, Luis. (2008^a). Análisis de los cambios de la población masculina en el sector formal e informal urbano de México. *Revista Estudios Demográficos y Urbanos* (23) (3). El Colegio de México, México. pp. 543-569.
- Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo
https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/resultados_ciudades_enoe_2022_trim1.pdf
- Fuller, Norma. (2001). *Masculinidades cambios y permanencias*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Fondo Editorial, Perú.
- Gámez, Alba, Ivanova, Antonina y Wilson Tamar, D. (2011). Género y comercio informal en destinos turísticos. El caso de las vendedoras de playa en Los Cabos, Baja California Sur, México. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, (4) (9). Febrero.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía
https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/enoe/enoe_ie2022_05_Mor.pdf
- Jiménez, María. (2007). Trabajo y empleo. En María Jiménez y Olivia Tena (Coord.). *Reflexiones sobre masculinidades y empleo*. CRIM-UNAM, Cuernavaca, México, pp. 393-406.
- Jiménez, María y Tena, Olivia. (2007). Algunos malestares de varones mexicanos ante el desempleo y el deterioro laboral. Estudio de caso. En Mabel Burin, María Jiménez e Irene Meler (Coord.). *Precariedad laboral y crisis de la masculinidad. Impacto sobre las relaciones de género*. Buenos Aires Argentina, UCES, pp. 148-173.
- Jiménez, María. (2012). Algunas reflexiones y resultados de investigación sobre jóvenes, educación y trabajo en México. En María Jiménez y Roxana Boso (Coord.). *Juventud precarizada. De la formación al trabajo, una transición riesgosa*. CRIM-UNAM, pp.79-117.
- Jiménez María y Boso, Roxana. (2012). Introducción. En María Jiménez y Roxana Boso (Coords). *Juventud precarizada. De la formación al trabajo, una transición riesgosa*. CRIM-UNAM, pp. 9-24.

- Hernández, Oscar. (2011). Trabajo y construcción de masculinidades en una colonia popular de Tamaulipas. En Oscar Hernández, Arcadio García y Koryna Contreras (Coords.). *Masculinidades en el México contemporáneo*. México, Plaza y Valdes, pp. 117-130.
- Hernández, Oscar. (2013). *Historia, Cultura y Masculinidades en Tamaulipas*. Gobierno de Tamaulipas, ITCA.
- Lamas, Marta. (2002). *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*, PUEG, Editorial Miguel Ángel Porrúa, México.
- López, Martín. (2010). *Hacerse hombres cabales. Masculinidades entre tojolabales*. UNICACH. México.
- Olavarría, José. (2000). De la identidad a la política: masculinidades y políticas públicas. Auge y ocaso de la familia nuclear patriarcal en el siglo XX. En José Olavarría, Rodrigo Parrini (Ed.). *Masculinidad/es. Identidad, Sexualidad y Familia. Primer encuentro de estudios de masculinidad*. FLACSO-Chile, Red/Unidad Academia de Humanismo Cristiano/Red de Masculinidad.
- Pérez, José y Urteaga, Maritza. (2001). Los nuevos guerreros del mercado. Trayectorias laborales de jóvenes buscadores de empleo. En Enrique Pícek (Coord.). *Los jóvenes y el trabajo. La educación frente a la exclusión social*. Universidad Iberoamericana, Biblioteca Francisco Xavier Clavijero. México, pp. 355-400.
- Ramírez, Juan. (2019). «Me da mucho miedo esto». Hombres, (des)empleo y familia: un acercamiento al vocabulario emocional. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género* (5), pp. 1-34. doi:<http://dx.doi.org/10.24201/reg.v5i0.402>.
- Ramírez, Juan. (2020). Algunos elementos para el debate sobre la intersección entre masculinidad y emociones. En Juan Ramírez (Coord.). *Hombres, masculinidades, emociones*. Universidad de Guadalajara, CONACYT, México, pp. 15-46.
- Ramírez, Karina. (2017). *“Donde los niños se convierten en hombres”: Masculinidades entre algunos albañiles del nororiente de Morelos*, Tesis de Doctorado UAEM.
- Salguero, María. (2007). El significado del trabajo en las identidades masculinas. En María Jiménez y Olivia Tena (Coords). *Reflexiones sobre masculinidades y empleo*. CRIM UNAM, México, pp. 429-448.
- Salguero, María. (2018). Emociones y masculinidades: vivencia y significado en los varones. En Rocio Enríquez y Olivia López (Eds.), *Masculinidades, familias y comunidades afectivas*. Ciudad de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Iztacala / Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), pp. 73-91.
- Salguero, María. y Pérez, G. (2011). Identidades paternas en familias de clase trabajadora. En Hernández Oscar, Arcadio García, y Koryna Contreras (Coords). *Masculinidades en el México contemporáneo*, México, Plaza y Valdes, pp. 89-102.
- Seidler, Victor. (1997). Masculinidad, discurso, vida emocional Conferencia presentada en El Colegio de México el 8 de mayo de 1997. Versión editada por Juan Guillermo Figueroa y Regina Nava a partir de la transcripción de la traducción simultánea de la conferencia y del debate con las personas asistentes. La traducción fue revisada por Susan Beth Kapilian. Publicada en Juan Guillermo Figueroa Perea y Regina Nava (editores). *Memorias del seminario-taller “Identidad masculina, sexualidad y salud reproductiva”*

Colección de Documentos de Trabajo, No. 4. Programa de Salud Reproductiva y Sociedad, El Colegio de México. México, pp. 7-24.

Teja Rebeca y López Nidia. (2013). Comercio informal: un estudio en el municipio de Texcoco, Edo. de México. *Revista Internacional Administración & Finanzas* (6) (4), pp. 51-72.

Valdés, Teresa. y Olavarria, José. (1997). Introducción. En Teresa Valdés y José Olavarria (Eds.). *Masculinidad/es Poder y crisis*, FLACSO-Chile, Isis internacional, Santiago de Chile, pp. 9-16.

Viveros Vigoya, Mara. (2002). *De quebradores y cumplidores*. CES Universidad Nacional.