

RECIBIDO: 9 DE MARZO DE 2026 REVISADO: 30 DE MARZO DE 2026 ACEPTADO: 6 DE ABRIL DE 2026

ROLES Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN LA ELECCIÓN Y EJERCICIO DE LA LICENCIATURA DE DISEÑO DE MODAS EN SINALOA, MÉXICO

*GENDER ROLES AND STEREOTYPES IN THE CHOICE AND
EXERCISE OF THE FASHION DESIGN CAREER IN SINALOA,
MEXICO*



Dra. Erika Cecilia Montoya Zavala

Universidad Autónoma de Sinaloa
montoyazec@uas.edu.mx

ORCID: 0000-0001-5651-4789

RESUMEN

El objetivo de este artículo es analizar los roles y estereotipos de género en la elección y ejercicio de la licenciatura de diseño de modas en el contexto del estado de Sinaloa, desde una perspectiva de las desigualdades estructurales de las mujeres frente a los hombres y personas homosexuales. La pregunta que guía esta investigación es ¿Cuáles son los estereotipos de género que prevalecen en la elección y ejercicio de la profesión de diseño de modas? Se utiliza una metodología cualitativa con base en entrevistas semiestructuradas a diseñadoras y diseñadores de moda en Sinaloa. Se utiliza el software ATLAS.ti (versión 24.1.1) para codificar y analizar, con un enfoque deductivo, los códigos: historias de vida y experiencias personales, estereotipos de género de la profesión, el surgimiento de la idea de ser diseñador-a, rechazos y apoyos familiares y retos y problemas profesionales. El estereotipo de género que encaran hombres y mujeres al elegir estudiar diseño de moda es la idea generalizada de que ésta no es una profesión, ya que se relaciona con el oficio de costureras, el cual es tradicionalmente aprendido en casa y transmitido de generación a generación. Además, las mujeres al ejercer la profesión enfrentan la idea de que seguirán asumiendo labores no remunerativas de cuidado en el hogar, lo cual está presente, les dificulta el camino para lograr sus metas profesionales y fomenta la desigualdad de género frente a los hombres y personas de diversidades sexogenéricas.

Palabras claves: Sinaloa; Roles y estereotipos de género; Diseño de modas; Historias de vida.

ABSTRACT

The objective of this article is to analyze gender roles and stereotypes in the choice and practice of a fashion design degree in the state of Sinaloa, Mexico, from the perspective of the structural inequalities faced by women compared to men and LGBTQ+ individuals. The guiding question is: What gender stereotypes prevail in the choice and practice of the fashion design profession? A qualitative methodology is used, based on semi-structured interviews with fashion designers in Sinaloa. The ATLAS.ti software (version 24.1.1) was used to code and analyze, with a deductive approach, the following: life stories and personal experiences, gender stereotypes of the profession, the emergence of the idea of becoming a designer, family support and rejection, and professional challenges and problems. The gender stereotype faced by both men and women when choosing to study fashion design is the widespread idea that it is not a profession, as it is associated with the trade of seamstresses, which is traditionally learned at home and passed down from generation to generation. Furthermore, women in the profession face the perception that they will continue to assume unpaid care work at home, which is a persistent issue that hinders their path to achieving professional goals and fosters gender inequality compared to men and people of diverse sexual and gender identities.

Key Words: Sinaloa; Gender roles and stereotypes; Fashion design; Life stories.

INTRODUCCIÓN



El objetivo de este artículo es analizar los roles y estereotipos de género en la elección y ejercicio de la profesión de diseño de modas en el contexto del estado de Sinaloa, desde una perspectiva de las desigualdades estructurales de las mujeres. Esta investigación se basa en la premisa teórica de que la participación de las mujeres en la vida productiva y reproductiva está enmarcada en estructuras económicas, culturales, sociales y de poder desiguales, las cuales definen sus decisiones, su inserción al mercado laboral y el tipo de actividades que desarrollan y cómo las implementan.

En este sentido, histórica y socialmente hablando, el diseño de modas es estereotipado como una actividad de mujeres, es un sector que ha sido sostenido por el trabajo de ellas en la costura; sin embargo, los hombres son los diseñadores creativos y los dirigentes de las marcas más reconocidas. En la actualidad, las desigualdades persisten a nivel mundial, 80% de la mano de obra en los talleres es femenina y, a los trabajadores textiles masculinos en Asia, se les paga un 18% más que a las femeninas (García, 2022). Aunado a lo anterior, aunque el 80% de las estudiantes de escuelas de moda son mujeres, solo un 16% dirigen marcas y ellas conforman el equipo de diseño de las grandes marcas en un 40% pero, solo lideran equipos un 14% (Friedman, 2018). Es decir, ellas estudian o fabrican, pero no dirigen las marcas.

En México la industria de la moda está compuesta por las manufacturas en el sector textil, vestido, cuero-calzado y joyería (De acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte SCIAN: Sector 31-33). La importancia de esta industria radica en la mano de obra que emplea, las unidades económicas y el aporte que realizan al PIB de la industria manufacturera. En 2019 se empleaban 1 millón 948 personas en la industria de la

moda en 579, 826 unidades económicas (INEGI, 2019). De enero a junio de 2022, la industria de la moda aportó 3.5% al PIB de las industrias manufactureras. De manera particular, la industria de la confección contribuyó a dicho valor con 49%, la industria textil con 34% y la industria del cuero y calzado con 17% (IPM, 2022). Asimismo, la industria de la moda en México genera 2.1 billones de pesos anuales; sin embargo, solo el 4% se destina al pago de salarios (Juárez, 2022). También se encontró que el 57 % de la población empleada en esta industria que no tiene salario fijo, contrato o seguridad social son mujeres (Mucino, 2023).

Por otra parte, es importante resaltar la ubicación geográfica de la industria en México, la cual se ha posicionado en las grandes ciudades y regiones urbanas del centro occidente de México (Ávila, 2020; Vallejo-Román y Rodríguez-Torrent, 2018; Arias y Wilson, 1997). Sin embargo, el uso de tecnologías, las redes sociales en internet y las plataformas de ventas en línea permite la participación de regiones periféricas. Tal es el caso de los diseñadores y diseñadoras de moda que se abren camino con nuevas propuestas de negocios e incursionan en la industria de la moda, diseño y confección de prendas de vestir. Es en este contexto de análisis que nos enfocamos al estudio de este sector en Sinaloa.

En Sinaloa, la industria de la confección de prendas de vestir, específicamente el diseño de alta gama es un sector económico que está logrando visibilizarse a nivel local y nacional, en el ámbito de los concursos de belleza, el carnaval de Mazatlán y recientemente, por celebridades en las redes sociales, como youtubers y cantantes, así como por la cultura de vestir con glamour en eventos sociales y familiares de las sinaloenses. En los periódicos locales, sobresalen los nombres de diseñadores de las reinas del carnaval de Mazatlán, como Andrés Romo,

Edgar MOHE y diseñadoras de vestidos de noche como Cielo Inzunza y Miriam Baza participando en pasarelas en Milán y Los Ángeles.

Aunado a esto, se encontró una diversidad de universidades y academias particulares que ofertan la licenciatura de diseño de modas; como es el caso de la Universidad Casa Blanca y la Universidad Autónoma de Durango; instituciones que han profesionalizado la labor de las costureras, modistas y confeccionistas, posicionándolas en un nivel de diseño, marketing y construcción de marcas, lo cual ha despertado el interés por estudiar esta licenciatura, logrando mantenerlas activas desde la década de los 90'.

Es por estas evidencias que interesa analizar cuáles son los roles y estereotipos de género que prevalecen en la elección y ejercicio de la profesión de diseño de modas en el contexto del estado de Sinaloa. Para cumplir con el objetivo de este artículo, primeramente, se explican los conceptos teóricos de roles y estereotipos de género que aún prevalecen en la elección y desarrollo de la profesión del diseño de modas, para después se desarrollan las perspectivas metodológicas que guían esta investigación, así como el diseño de la muestra y el tipo de análisis que se realiza. Enseguida se presentan los principales hallazgos encontrados. Por último, se plantean las reflexiones y conclusiones que nos arroja este ensayo. Se resalta que eligen ser diseñadoras de modas por los ejemplos de sus madres y abuelas y sus propias vocaciones, el estereotipo que han enfrentado es la idea de que ésta no es una profesión formal, lo relacionan con el oficio de costureras. Además, los roles de género impuestos a las mujeres las encasillan a asumir labores no remunerativas de cuidado que les dificulta el camino para lograr sus metas profesionales.

ROLES Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN LA ELECCIÓN Y DESARROLLO DE LA PROFESIÓN DEL DISEÑO DE MODAS

La división sexual de trabajo nos ha asignado ideológicamente actividades masculinas y femeninas, que las actividades productivas sean para los hombres y las reproductivas para ellas. Bourdieu

(2000: 43) argumenta que la organización simbólica de la división sexual del trabajo es una construcción social, arbitraria de lo biológico, que proporciona un fundamento aparentemente natural a la visión androcéntrica de la división de la actividad sexual y de la división sexual del trabajo y, a partir de ahí, de todo el cosmos.

A partir de esta asignación “biológica-natural-neutral”, aparecen los estereotipos, los cuales son una imagen estructurada y aceptada por la mayoría de las personas como representativa de un determinado grupo, en este sentido existen estereotipos relacionados a la etnia, la clase social o el género. Los estereotipos de género son las conductas atribuidas a los hombres y mujeres y la adopción de estas conductas tienen lugar en la socialización de las niñas y los niños de acuerdo con lo que se considera adecuado según el sexo de las personas. Estos crean a su vez los roles de género, es decir, los papeles sociales asignados según el sexo, las normas y expectativas asociadas a los hombres y mujeres (Aguilar, Valdez, González-Arratia y González, 2013; Muñoa y Luzuriaga, 2015). En México, y en particular en Sinaloa, los roles de género se encuentran arraigados en la voz y expectativas de la población, son difundidas a través de las instituciones sociales, como el Estado, la escuela y la familia (García, Ávila, Vargas y Hernández, 2015), las redes sociales y la televisión (Ruiz, 2022; Fernández y Pérez, 2019).

En el caso de las mujeres, el estereotipo indica que ellas deberían asumir el rol de cuidar de la familia, manifestar sensibilidad y afectividad. En el caso de los hombres se espera que sean los proveedores del hogar, independientes, los públicos. Asimismo, hay actividades económicas estereotipadas. Las actividades de limpieza, cuidado, servicios y lo privado están más acorde con el imaginario que puede realizar una mujer y las actividades que impliquen fuerza, poder, mando y lo público están más relacionadas con actividades para hombres.

Los estereotipos de género influyen al momento de elegir estudiar una profesión. Hombres y mujeres presentan las mismas emociones, sentimientos y capacidad mental, las diferencias presentes son en cuanto a sus prioridades, preferencias, intereses y

ocupaciones. En este contexto persiste la segregación por género de las profesiones, los hombres prefieren estudiar agronomía, veterinaria, ciencias naturales, exactas y de computación, ingeniería, manufactura y construcción. Por otro lado, las áreas donde existe una mayor concentración de las mujeres son: servicios, arte y humanidades, salud, educación, ciencias sociales, administración y derecho (Aragón, Arras y Guzmán, 2020).

La elección de una licenciatura está enmarcada en un proceso de evaluación por parte del estudiante donde intervienen distintos factores: de índole macro, como los contextos económico, social o político. Factores de tipo intermedio, como el sistema universitario en su conjunto, y a las universidades concretas que lo forman. Cada universidad tiene una reputación, una determinada oferta, una localización, un contexto y todo un historial de actuaciones presentes y pasadas que condicionan su elección, sin olvidar la importancia de la cartera de títulos o tipo de estudios ofrecidos que, cuando es claramente vocacional, predomina sobre la influencia que pueda tener la universidad. Finalmente, las características individuales y sociales del estudiante: sus gustos, preferencias, motivaciones, actitudes, características psicológicas, pero también los relativos a la familia, grupo social o contexto económico al que pertenece (Doña y Luque, 2019:3).

Sin embargo, dentro del contexto social de manera general, como en las universidades de manera particular, la cultura de género continúa fuertemente determinada por una serie de prejuicios, los cuales se encuentran entrelíneas en la dinámica de la cotidianidad que enmarcan las decisiones al elegir estudiar una profesión (Mingo, 2016). En este sentido, Goldin (2021) argumenta que las desigualdades y la brecha de género actual tienen una raíz profunda, más allá de la discriminación y la falta de educación: es la búsqueda de flexibilidad laboral, por parte de las mujeres, para conciliar las labores productivas y reproductivas lo que mantiene estas desigualdades. La autora señala que las mujeres nunca podremos estar en igualdad de condiciones que los hombres al manejar nuestras carreras y nuestra familia.

En el ámbito laboral, el contexto del mercado sinaloense está caracterizado por la segregación ocupacional, se encontró que las mujeres se encuentran mayoritariamente trabajando en el sector de educación, así como oficinistas, en servicios personales y comerciantes, en estos grupos ocupacionales las mujeres participan con porcentajes de 65, 63, 59 y 54%, respectivamente. En cambio, se presenta una mayor concentración de hombres en los grupos de trabajo agropecuario, trabajadores industriales y artesanos, conductores y servicios de protección y vigilancia, fuerza armada (ENOE, 2023). Las causas de esta segregación ocupacional están relacionadas con los roles y la distribución irregular de las responsabilidades familiares, los estereotipos de género y la discriminación, los sistemas de selección y evaluación sesgados y la falta de modelos de referencia de mujeres (Akner, 1997; Agut y Martín, 2007; Bernal y Montoya, 2023).

Dentro de esta segregación ocupacional se encontró que, en sectores con una participación mayoritaria de mujeres, los líderes y los puestos más altos se encuentran a cargo de hombres (Williams, 1992; Cemborain, 2016; King, Maniam y Leavell, 2017; Punshon, Maclaine, Trevatt, Radford, y Shanley, 2019). En el ámbito del diseño de modas el estereotipo que se ha generalizado es a un hombre o una persona de diversidad sexogenérica dirigiendo las grandes casas de modas. A esta imagen han contribuido los medios de comunicación, las series, novelas, la literatura. La televisión es uno de los medios de información y movilización de la opinión pública más poderosos a través del cual se transmiten estos estereotipos (Fernández y Pérez, 2019) pero, también las estadísticas lo constatan.

Es por esto importante analizar la participación de las mujeres en la elección de estudiar diseño de moda; una profesión tradicionalmente desempeñada por mujeres y marcada por estereotipos; y enmarcar su labor en la división sexual del trabajo, con la finalidad de seguir aportando evidencias de las desigualdades laborales de las mujeres y la relación que guarda con las labores que desempeñan en sus hogares.

METODOLOGÍA

Es importante situar nuestra metodología bajo tres perspectivas de análisis: 1. perspectiva feminista de visibilización 2. conocimiento situado y 3. inclusión en el análisis de la esfera doméstica o familiar.

Primeramente, visibilizar la participación de las mujeres implica realizar explicaciones sobre la vida social y la experiencia humana desde una perspectiva centrada en las mujeres y sus experiencias basadas en tres condiciones: 1) la situación social y las experiencias de las mujeres son el objeto de estudio. 2) las mujeres son los sujetos centrales del proceso de investigación, aunque en esta investigación también se entrevista a hombres y personas diversas sexo-genéricamente, es con el objetivo de comprender las condiciones de las mujeres 3) el feminismo (académico) es una teoría crítica y activista que actúa en nombre de y para las mujeres (Güereca, 2016, p. 111). La visibilización, pues, consiste en un proceso metodológico que coloque a las mujeres en el centro, y a partir de ello se construyan teorías (p.114).

También, se aborda el estudio de la participación mujeres en la elección de la carrera profesional de diseño de modas en Sinaloa desde una perspectiva de conocimientos situados; es decir, se renuncia por completo a encontrar un punto de vista privilegiado desde el cual elaborar conocimiento universal y verdadero, todo punto de vista es parcial y esta parcialidad está simbólicamente materializada en las subjetividades encarnadas. La idea de conocimientos situados exalta las perspectivas parciales como una nueva objetividad feminista y como una forma no universalista de entender la realidad. La parcialidad se entiende en múltiples niveles. En un nivel individual, significa situarse a una misma en la especificidad de su realidad social, étnica, de clase, económica y sexual. En un nivel colectivo, hay que localizar la posición de las mujeres de las que se está hablando, qué posición de poder o de no poder ocupan con respecto a quien habla de ellas. Así podremos identificar el riesgo implícito de calificar al otro colectivo como un grupo homogéneo,

otorgándole un papel pasivo de objeto de estudio, o bien de apropiarnos de la visión de quienes tienen menos poder, es decir, de negar sus puntos de vista específicos (Pérez-Orozco, 2006, p.143-144).

Por otra parte, es importante subrayar que en el análisis de la participación productiva de las mujeres no ha sido valorado del todo, debido a la incapacidad conceptual, analítica y estadística para manejar una definición aceptable de trabajo y el interés de una sociedad patriarcal de mantener ocultas las actividades reproductivas de las mujeres. Se parte de la premisa de que las mujeres siguen siendo las responsables de la tarea doméstica y el cuidado de los hijos, cualquiera que sea su situación laboral (Fernández, 2007). Aunado a la idea que plantea Goldin (2021), la actual desigualdad de género en el mercado laboral es precisamente por la búsqueda de flexibilidad laboral, por parte de las mujeres, para conciliar sus tareas de trabajo y sus obligaciones domésticas. Lo cual hace necesario incluir en el análisis la esfera familiar y posicionar este estudio en un marco de análisis integrador entre la "esfera familiar", "esfera mercantil" y "esfera pública", entendemos que los tres ámbitos constituyen un único todo social y el estudio de la situación socio económica, particularmente la de las mujeres, debe realizarse necesariamente desde esta perspectiva; es decir, no es posible captar la problemática en el mercado de trabajo si no se consideran las restricciones y condiciones familiares (Carrasco, 2006, p. 20-21).

Bajo estas tres perspectivas metodológicas; visibilización de las mujeres, conocimiento situado, y la inclusión de los ámbitos familiares, mercantiles y públicos; se analiza la participación de las mujeres y hombres en el diseño de modas. Se realiza un estudio de tipo cualitativo, con la realización de entrevistas semiestructuradas de mujeres y hombres diseñadores de moda, explorando categorías de análisis que surgen de estas perspectivas.

Primeramente, se realizó una búsqueda en redes sociales de costureras, modistas y diseñadores en Sinaloa; asimismo, se investigó en periódicos locales publicaciones referentes sobre el tema, encontrando



algunos artículos que reconocen a jóvenes en este rubro, diseñadores que han participado en pasarelas locales, nacionales e internacionales, así como a los diseñadores encargados de diseñar los vestidos de reinas del carnaval de Mazatlán y Navolato. Con base en esta información se elaboró un perfil general de los diseñadores y diseñadoras de moda a nivel estatal.

Después, se prosiguió a contactarlos por medio de sus páginas de Instagram o a los teléfonos publicados en sus redes sociales. Se les explicó el objetivo de la entrevista y algunos accedieron a realizarla vía Zoom, principalmente los que estaban fuera de la ciudad de Culiacán y a otras personas se les entrevistó cara a cara, en sus lugares de trabajo o en algún café de la ciudad.

LA MUESTRA

Entrevistamos a diecisiete personas, doce mujeres y cinco hombres, entre ellos, tres personas se identificaron como personas diversas sexo-genéricamente. Abarcamos

modistas y diseñadoras que son originarios de los municipios de Mazatlán, Ahome, Guasave, Angostura y Culiacán (Ver Cuadro 1). Las y los participantes fueron elegidos bajo un muestreo intencional, se buscó a diseñadores y diseñadoras con ciertas características y perfiles, personas que pudieran proporcionar información importante para nuestra investigación. No es una muestra representativa; sin embargo, este tipo de muestra nos permite realizar estudios exploratorios, ilustrar su participación y analizar las percepciones de las-los entrevistados sobre el fenómeno que nos ocupa (Taylor y Bogdan, 1987).

Asimismo, el número de casos nos permite contar con la información que necesitamos para cumplir los objetivos de investigación, las 17 entrevistas realizadas son una muestra útil teóricamente. Consideramos que con esta muestra logramos la saturación de información, las entrevistas ya presentaban información repetitiva en cada una de las categorías de análisis, lo cual da validez y fiabilidad a esta metodología (Penalva, Alaminos, Francés y Santacreu, 2015).

Cuadro 1. DISEÑADORES Y DISEÑADORAS SINALOENSES

Diseñadoras de moda	Estado civil	Hijos	Rango de edad	Nivel de estudios	Lugar de estudios	Municipio	Tipo de ropa	Modelo de negocio
1. Anahí	Casada	Sin hijos	25-30	Lic. Diseño de modas	Universidad Autónoma de Durango	Mazatlán	Vestidos de novia	Diseño personalizado Boutique, Taller
2. Verónica	Soltera	Con hijos	25-30	Lic. Diseño de modas	Ciudad de México	Mazatlán	Confección de ropa de mujer y niñas	Diseño personalizado Taller en casa
3. Tania	Casada	Con hijos	25-30	Lic. Diseño de modas	Universidad Casa Blanca	Mazatlán	Tops y Osos Memoriales	Diseño personalizado Taller en casa Ventas en Instagram
4. Edgar	Soltero	Sin hijos	20-25	Carreta técnica	CECATI Carrera técnica en IMAC UAS arquitectura	Mazatlán	Vestidos de Alta gama	Diseño personalizado Taller en casa
5. Claudia	Casada	Con hijos	40-45	Carreta técnica	Lic. en Informática Cursos de corte y confección	Mazatlán	Vestidos de niñas	Diseño personalizado Taller en casa Ventas en Instagram
6. Medi	Soltera	Sin hijos	40-45	Carreta técnica	Cursos de corte y confección	Mazatlán	Vestidos para mujeres	Diseño personalizado Taller en casa
7. Bere	Casada	Con hijos	35-40	Lic. Diseño de modas	Universidad Casa Blanca	Mazatlán	Vestidos para mujeres	Diseño personalizado Taller en casa Ventas en Instagram Participación periódica en pasarelas
8. Cielo	Casada	Con hijos	40-45	Lic. Diseño de modas Maestría en Historia	Universidad Casa Blanca	Culiacán	Vestidos de Novia, quinceañeros, alta gama	Diseño personalizado Boutique Taller
9. Alan	Soltero	Sin hijos	25-30	Lic. Diseño de modas	Universidad Casa Blanca	Culiacán	Ropa casual mujer y hombre	Diseño personalizado Taller en casa Ventas en Instagram
10. Alberto (+)	Soltero	Sin hijos	40-45	Lic. Diseño de modas	Universidad Casa Blanca	Culiacán	Alta gama	Diseño personalizado Taller y boutique
11. Marcela*	Casada	Con hijos	35-40	Lic. Diseño de modas	Universidad Casa Blanca	Culiacán	Alta gama, vestidos de novia, ropa deportiva	Diseño personalizado Taller Boutique Ventas en Instagram Página online
12. Ana **	Casada	Con hijos	35-40	Carrera técnica	ICATSIN	Culiacán	Traje para grupos gruperos	Diseño personalizado Taller y boutique

13. Yesy	Soltera	Sin hijos	25-30	Lic. Diseño de modas	Universidad Casa Blanca	Culiacán	Ropa interior	Diseño personalizado
								Taller en casa
								Ventas en Instagram
14. Luciana	Soltera	Sin hijos	30-35	Lic. Diseño de modas	San Diego, Cal.	Ahome	Alta gama, casual, vestidos de novia	Diseño personalizado
								Taller
								Boutique
								Ventas en Instagram
								Página online
Showrooms								
15. Andrés	Soltero	Sin hijos	40-45	Lic. Diseño de modas	Universidad Casa Blanca	Escuinapa	Vestidos de ceremonia	Diseño personalizado
								Taller
								Boutique
								Ventas en Instagram
								Pasarelas
Página online								
16. Ara	Soltera	Sin hijos	30-35	Lic. Diseño de modas	Guadalajara	Guasave	Ropa de mujer, Alta Gama	Diseño personalizado
								Taller
								Boutique
17. Jaqueline	Soltera	Con hijos	30-35	Lic. Diseño de modas	Universidad Casa Blanca	Angostura	Ropa de mujer, Alta Gama	Diseño personalizado
								Renta de vestidos
								Taller
								Boutique
								Ventas en Instagram
Venta con distribuidores								

Fuente: Elaboración propia con base en entrevistas realizadas por zoom y de manera presencial, 2023 / + Entrevista realizada a su mamá / *Entrevista realizada de manera presencial en 2016 / ** Entrevista realizada de manera presencial en 2018

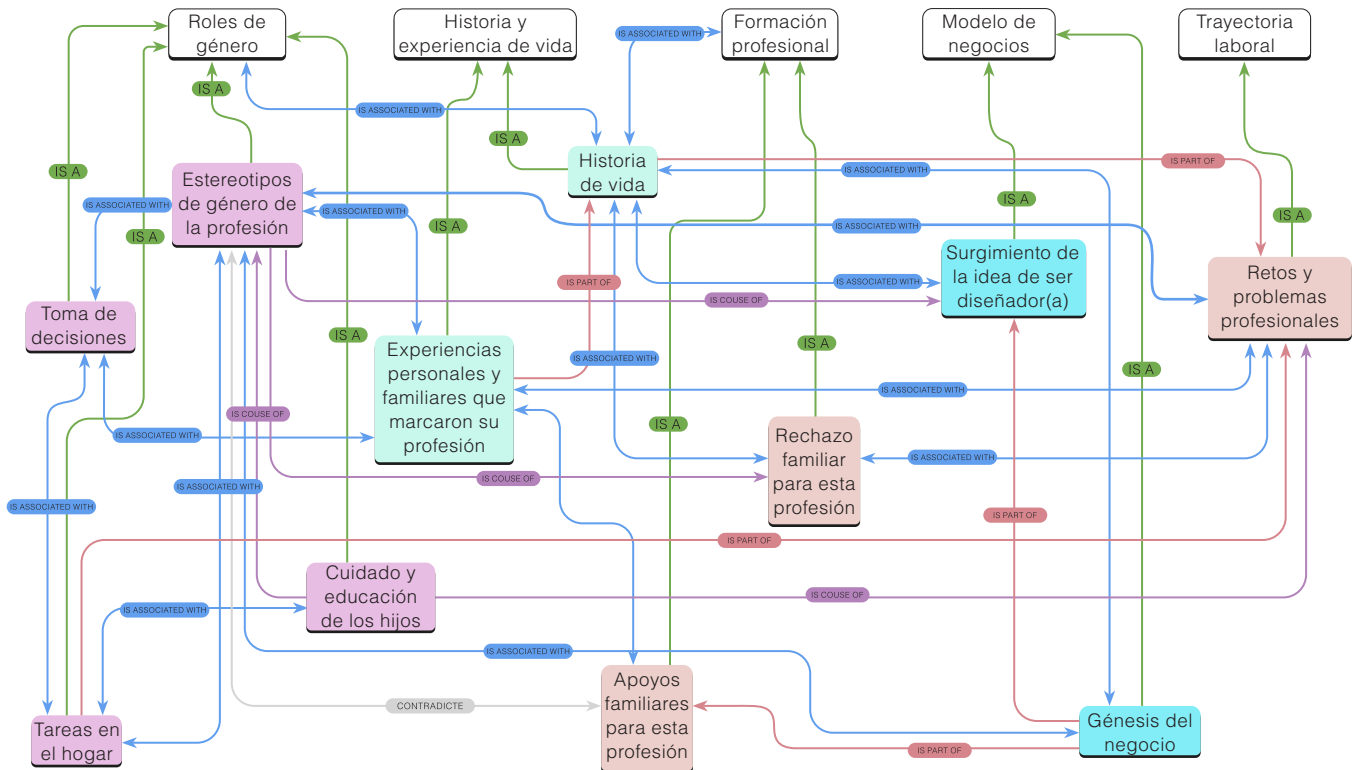
Categorías de Análisis

Una vez que se grabaron las entrevistas, las cuales tienen una duración de entre 45 minutos a tres horas, fueron transcritas en su totalidad, utilizando el programa Sonix.ai. Después se procedió a la codificación de la información de acuerdo con las categorías de análisis. Utilizamos la herramienta ATLAS.ti (versión 24) para la codificación, análisis y presentación de resultados.

El método de análisis e interpretación es con base en un razonamiento deductivo. Se codificó la información en nueve grupos de códigos: apoyos gubernamentales,

contexto local, estrategias publicitarias, formación profesional, historia y experiencias de vida, logros profesionales, modelo de negocio, roles de género y trayectoria laboral. Estos códigos están vinculados con la perspectiva analítica de visibilización de las mujeres en los estudios académicos, conocimiento situado e inclusión en el análisis de la esfera doméstica o familiar. En este artículo lo delimitamos a analizar 4 códigos: Historias de vida y experiencias personales que marcan su profesión, estereotipos de género, apoyos y rechazos en la decisión de estudiar la profesión, retos y problemáticas en la industria de la moda (Ver Gráfico 1).

Gráfico 1. RED DE CÓDIGOS RELACIONADOS CON LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y LA DECISIÓN DE SER DISEÑADOR-A



Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

Las personas entrevistadas son 17, todas originarias de Sinaloa. De las cuales, 7 son del municipio de Mazatán, 6 de Culiacán, 1 de los municipios de Ahome, Escuinapa, Guasave y Angostura. La mayoría de las personas entrevistadas cuentan con una licenciatura en Diseño y mercadotecnia de modas (9) otorgada por la Universidad Casa Blanca, establecida en Culiacán, Sinaloa. 4 personas tienen una carrera técnica otorgada por CECATI (Cursos de Capacitación para el Trabajo Industrial) o ICATSIN (Instituto de Capacitación para el Trabajador del Estado de Sinaloa) y cursos en academias de corte y confección. Una persona estudió su licenciatura en la Universidad Autónoma de Durango, otra en Guadalajara, otra en la Ciudad de México y una más en San Diego, California.

Las entrevistadas en su mayoría tienen hijos (8), 7 son casadas y 2 son solteras con hijos. De los hombres entrevistados y las personas que se declaran homosexuales, ninguno está casado ni tiene hijos. De acuerdo con sus testimonios podemos decir que el enfoque de sus diseños es principalmente vestido para dama para eventos especiales como bodas, quinceaños y vestidos de noche. Entrevistamos a una diseñadora enfocada al diseño de vestidos para niñas, uno que diseña ropa casual para hombres y mujeres, una más que diseña trajes gruperos, una ropa interior y otra que además de diseñar blusas y ropa para dama, se ha enfocado a diseñar ositos memoriales (Ver Cuadro 1).

De acuerdo con los códigos analizados en este artículo existe una alta relación entre las historias de vida de las personas entrevistadas y el surgimiento de

la idea de ser diseñadores/as, con una coocurrencia de 10 y un coeficiente de 0.20. También sobresale la coocurrencia de citas entre los códigos de estereotipos de género de la profesión y el rechazo familiar para

que estudien esto (co-ocurrencia de 5 y coeficiente de 0.19) y el cuidado de los hijos (co-ocurrencia de 4 y coeficiente de 0.11) (Ver Cuadro 2). Lo cual se analiza a detalle con las citas textuales de los testimonios.

Cuadro 2. CO-OCURRENCIAS Y COEFICIENTE ENTRE CÓDIGOS ANALIZADOS

	Estereotipos de género de la profesión Gr=17	Experiencias personales y familiares que marcaron su profesión Gr=32	Historia de vida Gr=39
Apoyos familiares para esta profesión Gr=13	1 (0.03)	2 (0.05)	1 (0.02)
Cuidado y educación de los hijos Gr=24	4 (0.11)	1 (0.02)	2 (0.03)
Génesis del negocio Gr=26	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (0.05)
Rechazo familiar para esta profesión Gr=14	5 (0.19)	0 (0.00)	1 (0.02)
Retos y problemas profesionales Gr=28	1 (0.02)	1 (0.02)	0 (0.00)
Surgimiento de la idea de ser diseñador-a Gr=22	1 (0.03)	6 (0.13)	10 (0.20)
Toma de decisiones Gr=11	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (0.06)

Fuente: Elaboración propia

HISTORIAS DE VIDA Y EXPERIENCIAS PERSONALES QUE MARCARON SU PROFESIÓN

Los testimonios nos muestran que existe una relación muy importante entre sus historias personales y sus deseos de ser diseñadoras de modas. Como menciona Doña y Luque (2019) las características personales y familiares son las más influyentes en sus preferencias vocacionales. En la mayoría de los casos, el estar cerca de una máquina de coser, ha sido la fuente de curiosidad para explorar esta actividad, sin saber que había una licenciatura que pudieran estudiar en un futuro, fueron adquiriendo familiaridad con telas, dibujos, máquinas y diseños.

Me llevan a vivir a Tamaulipas, en un rancho, tuve una niñez muy bonita. Ahí, me regalan una máquina de coser chiquita, que tenía motor, sí cosía, no era de plástico, era de metal. Es uno de mis mejores recuerdos, sí se descocía lo que hacía, no se quedaba el hilo ahí. Mi mamá me la regaló como un juguete. Yo ya tenía el destino marcado, yo hacía ropa a las muñecas, mi abuelita me enseñó a tejer, mi mamá tenía una máquina y me dejaban usar la máquina de grandes (3:2, ¶5) .

En sus historias familiares y personales destacan la tradición familiar de la costura, tienen en sus recuerdos

a su mamá, a una tía, a la abuela cosiendo. Aspecto que después relacionas con su decisión de estudiar diseño de modas.

Mi abuela es costurera y mi abuelo es tapicero. En mi casa siempre hubo ruidos de máquinas de coser, hilos y telas. Arriba de mi casa estaba el taller de mi abuelo tapicero. Por eso yo coso desde los doce años, sé utilizar las máquinas industriales. Nunca aprendí con máquinas caseras. Él se bajaba de la máquina y yo me sentaba, me decía como enhebrar y yo fui aprendiendo (9:1, ¶ 3).

Aunado a estos ejemplos familiares, las habilidades por hacer esta actividad es lo que los/las inspira a dedicarse al diseño de modas.

Desde pequeña me he inclinado mucho a lo artístico, en pintar, en manualidades. Desde chiquita yo veía a mi mamá cocer. Ella cosía para mí, para la casa, no cosía para otras personas. Vi una máquina de coser desde chica (8:2, ¶ 4).

Los testimonios entrevistados que se han identificado como personas homosexuales, argumentan que desde pequeños sentían una atracción por diseñar vestidos, pero de alguna u otra manera fueron reprimidos al mostrar sus inquietudes por el diseño.

Lo sufrí cuando estaba peque, yo de niño dibujaba vestidos y buscaba cualquier motivo para dibujar vestidos, de 6 años se me hacía normal, conforme fui creciendo me fue dando vergüenza, porque yo dibujaba princesas con vestidos. Me preguntaban ¿por qué dibujas eso?, ¿por qué no dibujas cosas para niños? Yo inventaba historias, se va a casar, es la mamá de la novia, cuando fui perfeccionando, y seguía haciéndolo, mi mamá era muy conservadora, machista, me decía ya no dibujes eso (6:1, ¶ 4-5).

ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN EL DISEÑO DE MODAS

Como se menciona anteriormente el diseño de modas es una profesión marcada por estereotipos de género, lo cual se ve sustentado por algunos testimonios de las personas entrevistadas. Por ejemplo, el definirse por esta profesión implica, según los estereotipos de género, que las mujeres tendrán tiempo y espacio para cumplir sus roles de madres y esposas. Y es precisamente en la familia donde se siguen difundiendo estos roles de género (García, Ávila, Vargas y Hernández, 2015).

Entonces me dijo mi papá, no te imagino ya teniendo hijos y casada y todo y andar como que, entre los hombres, de arquitecta como que no, en cambio la costura, si tienes hijos lo puedes hacer desde tu casa. O sea, él como que me visualizó como a mi mamá, claro. Entonces, en el fondo más bien era de que yo sí quería más estudiar diseño de modas y descarté lo de arquitectura en ese momento (17:23, ¶ 254).

Dedicarse a coser, puede ser visto como una labor de subsistencia para las mujeres o una estrategia para continuar los roles establecidos (Aguilar, Valdez, González-Arratia y González, 2013). Asimismo, esta labor puede desembocar en dobles o triples jornadas laborales para ellas.

A mis hijos los crié entre máquinas, esta profesión me dejó ser mamá. Tenía que entregar trabajos el 10 de mayo y tenía que ir a los festivales corriendo para dejar de trabajar. Ellos recuerdan que yo regresaba a la casa a renegar, yo recuerdo que yo regresaba a trabajar (3:9, ¶ 23-24).

Mi taller está en mi casa, pero la entrada está aparte. Están conectadas, hay un porche en medio. Es la forma que he ideado para compartir la vida de familia y profesional (8:30, ¶ 39).

Por otra parte, esta profesión también ha sido vista como una manera de lograr la independencia y autonomía económica de las mujeres.

Mi papá decía, tener un título es muy importante, ser diferente y ser bueno en lo que haces. Y me compró una máquina de coser y me dijo, yo sé que pase lo que pase en tu vida eso te va a dar de comer (3:5, ¶ 9).

Asimismo, existe el estereotipo de que los diseñadores de moda son personas de diversidad sexo-genéricas lo que se traduce a una barrera familiar para aceptar la decisión de elegir esta profesión.

O sea, se metían tantas ideas, que era muy difícil para mí. Mi familia paterna nunca ha validado mi carrera, para ellos yo nunca he estudiado. Aunque ahora estoy estudiando mi segunda carrera, estoy estudiando arquitectura. Yo rompí relaciones con ellos por lo mismo, nunca han validado lo que soy, yo decidí que quiero ser feliz y se acabó (9:10, ¶ 17).

APOYOS Y RECHAZOS EN LA DECISIÓN DE ESTUDIAR LA PROFESIÓN DE DISEÑO DE MODAS

Uno de los aspectos mencionados al definirse y querer una licenciatura en Diseño de Modas, es la percepción de los padres de que no es una carrera profesional, de minimizar la profesión de ser costureras y de no tener un campo laboral que les permita crecer profesionalmente.

Mis papás no confiaban mucho en la carrera, ellos creían que yo iba a ser costurera, no se tiene una cultura de diseñadores de moda aquí en Sinaloa, ni en Mazatlán (2:1, ¶ 6).

Los argumentos principales para recibir el apoyo familiar o el rechazo están relacionados con la visión de que no es una profesión, que no puede darte un prestigio o que está relacionada con la diversidad de género. Como lo señalan Doña y Luque, (2019:3) la idea de una formación profesional que pueda dar prestigio influye en la decisión de elegir una profesión.

Sí me apoyaron, mis papás me dijeron ¿sabes qué? tú vete, estudia y ya que salgas vemos cómo le hacemos aquí para ponerte un lugarcito ahí para que puedas trabajar. Entonces así fue como ya yo me fui a Guadalajara teniendo 20 años (12:6, ¶ 22).

RETOS Y PROBLEMÁTICAS EN LA INDUSTRIA DE LA MODA

Por una parte, hemos encontrado que una vez ejerciendo esta profesión, los hombres se sienten seguros, libres de exponer su creatividad y en un ambiente de aceptación sobre sus orientaciones sexuales.

Nos dan oportunidades igual, mantengo mi marca nació en 2019, trabajo con otras marcas. Ni siquiera nos fijamos en eso, cada uno está en su área y no hay un rechazo, es una sociedad más abierta, para el diseño ellos nacen no hay esa competencia, la prueba soy yo no me ven como intruso (4:7, ¶ 12).

Las mujeres argumentan que en el mundo del diseño de modas siguen estando en desventaja, por algún motivo que aún no comprenden no han podido sobresalir como las líderes de esta profesión donde ellas han sido la base, las iniciadoras y las activas productoras. Aspecto que puso de manifiesto Friedan en su estudio realizado en la década de los 60's, en su libro La mística de la Feminidad, donde explica el malestar que no tiene nombre y que luego lo retoma

Goldin (2021), encontrando prácticamente lo mismo: las tareas reproductivas no permiten un desarrollo pleno y equitativo de las mujeres en la vida profesional.

No sé si es en realidad sea algo de oportunidades o qué, porque yo creo que hay más diseñadores hombres que mujeres. No sé si en realidad sean las oportunidades o simplemente el público prefiere lo que producen los hombres. No, no sé, se me hace raro. No sabría decir qué es exactamente. No hemos podido, pero es algo que está sucediendo (1:37, ¶ 468).

Aun con estas desventajas, han encontrado una manera de hacer negocio, proponer sus creaciones y lograr sus sueños.

Mi mayor logro en mi vida es poder abrir mi propia marca en un país tan competitivo, tan difícil, es mi sueño dorado hecho realidad (4:15, ¶ 26).

Realmente es una carrera muy lucrativa, soy la primera en la familia en lograr esto, porque pues ellas no estudiaron una carrera profesional, sino que se dedicaban de manera cómo le decíamos en ese tiempo lírica de aprender de generación en generación (17:4, ¶ 11).

ANÁLISIS

Una de las correlaciones más importantes que hemos encontrado en este estudio es entre el surgimiento de la idea de ser diseñadores/as y las experiencias familiares y personales y sus historias de vida. Como lo señalan Doña y Luque (2019) las experiencias personales y familiares marcan el perfil de las decisiones profesionales, en este caso estar en contacto con personas de la familia que son

costureras o relacionadas con la moda las ha influenciado en su vocación de ser diseñadoras de moda. Pero también, se encontró que sus habilidades como dibujante y sus gustos por el vestir diferente han alimentado sus elecciones profesionales.

Aunado a esto, las universidades que ofrecen esta licenciatura en el estado de Sinaloa ha motivado la decisión por estudiar esta carrera frente a otras como arquitectura o diseño gráfico. Cabe destacar que estas universidades son privadas, aspecto que hay que relacionar con las características de las personas entrevistadas y las del sector económico que nos ocupa: por una parte, las personas entrevistadas cuentan con recursos para pagar esta formación profesional que resulta costosa no solo por la colegiatura sino por los materiales que necesitan para estudiarla. Por otra parte, la diseñadora de modas requiere una inversión considerable para proponer los diseños, participar en pasarelas y promover sus creaciones.

Lo que nos permite rescatar, bajo la perspectiva metodológica de conocimiento situado (Pérez-Orozco, 2006), que estamos hablando de mujeres jóvenes, de clase media, con una profesión y ubicadas en la periferia de México, pero en el centro urbano de Sinaloa. Por lo tanto, la participación de las sinaloenses en el diseño de modas tiene que ser analizado desde una perspectiva interseccional, donde convergen sus condiciones de género, edad, clase, educación y periferia.

Asimismo, bajo la metodología de la visibilización (Güereca, 2010), estudiar a las mujeres y ponerlas en el centro de nuestro análisis nos da la posibilidad de rescatar las historias de otras mujeres que las han acompañado, inspirado y enseñado el oficio de la costura, una tradición transmitida de sus abuelas a sus madres y luego ellas son las receptoras y manifestantes de estas historias. En estas experiencias, se manifiesta una nueva generación de universitarias, que dan un nuevo sentido a la costura tradicional, enfocándose al diseño y al desarrollo de negocios. Algo parecido encontró Jansen (2015) en Marruecos al analizar tres generaciones de diseñadores de moda, las tres generaciones van aportando y sumando

características a la industria hasta lograr que sus creaciones contribuyan a la creación de una identidad nacional particular en la industria de la moda mundial.

Otra correlación importante está entre los estereotipos de género de la profesión y los cuidados y educación de los hijos. Los estereotipos de género están presentes en la elección de esta carrera al considerarla una actividad ideal para mujeres por ejercerla en el hogar y poder combinar el tiempo para el cuidado y las tareas reproductivas. También, se visualiza como una actividad poco profesional, que no proporciona grandes habilidades ni posibilidades de crecimiento económico, más bien se percibe como una actividad de subsistencia y de poco prestigio. Sin embargo, las personas entrevistadas han logrado posicionar su idea de que estudiar diseño de modas es una carrera con futuro económico y que es una profesión importante en la economía actual, y logran convencer a sus familiares de estudiar esta licenciatura, manifestando que su vocación ha sido un factor determinante en su elección.

Por otra parte, una vez ejerciendo la profesión, sigue existiendo una correlación entre la dedicación laboral y el cuidado de los hijos. En este sentido podemos identificar que una característica de los negocios de mujeres en la industria del diseño y la confección es que organizan sus jornadas laborales de tal manera que puedan seguir cumpliendo con su rol de madres. Y, el espacio trabajo-hogar-cuidado de los hijos queda sobrepuesto en sus modelos de negocios. Logran su autonomía económica desarrollando esta profesión; sin embargo, hay una constante presencia de estrés laboral por la saturación de trabajo, la combinación de tareas productivas y reproductivas.

Por último, entre las personas que se autoidentifican como homosexuales, se encontró que tardan en decidirse por estudiar diseño de modas porque temen ser rechazados o evidenciados como personas de diversidad sexo-genéricas por los estereotipos feminizados de la profesión. Sin embargo, al ejercer la profesión de diseño de modas encuentran un espacio para desarrollar libremente su creatividad, se sienten apoyados y aceptados en el

ámbito profesional. Aunque sí refieren discriminación por su apariencia en otros ámbitos. La perspectiva del estudio basada en el conocimiento situado nos permite rescatar estas subjetividades y experiencias particulares con la finalidad de continuar los estudios sobre las relaciones de poder que tienen las mujeres con la comunidad LGBTQ+ y la competencia que puede representar en sectores como el diseño de la moda.

CONCLUSIONES

Elegir estudiar diseño de modas, representa para las mujeres una decisión enmarcada principalmente por sus gustos, preferencias, vocación, el acceso a las universidades que las ofertan y los costos que representan. Se ven influenciadas principalmente por sus familias, pero también por sus propias habilidades en el dibujo, la costura y su gusto por la moda.

Los principales estereotipos que enfrentan al elegir diseño de modas como profesión son: que es una actividad de mujeres la cual les permite desempeñar otras tareas de cuidado en el hogar y que no requiere una profesionalización, ya que se relaciona con el oficio de costurera, la cual es una habilidad aprendida en casa y transmitida de generación en generación.

Al ejercer la profesión, las mujeres siguen estando en un contexto de su vida productiva y reproductiva en desventaja, los roles de género en el hogar las coloca en una sobrecarga de trabajo y no las libera para lograr sus objetivos profesionales. En cambio, los hombres, una vez que ejercen la profesión, se sienten seguros, libres de exponer su creatividad y en un ambiente de aceptación sobre sus orientaciones sexuales.

A pesar de los estereotipos de género que prevalecen, las diseñadoras de moda han logrado visibilizar su trabajo, sacarlo de la oscuridad del hogar y llevarlo a lo público. Estos ejemplos que se presentan aquí son la primera generación de profesionistas, preparadas y que no están

siendo invisibilizadas en sus labores económicas, pero que aún no logran compartir, en igualdad de condiciones, las responsabilidades de reproducción y de cuidado en el hogar.

Es imperativo continuar con el análisis de la elección y desarrollo de las profesiones desde la perspectiva de las mujeres, con el objetivo de visibilizar cómo influyen

las tareas reproductivas en la elección de su profesión y en el desarrollo de su carrera profesional. Asimismo, es importante continuar el estudio del diseño de modas como una de las industrias creativas y culturales en el estado de Sinaloa, generadora de cadenas de producción que vincula instituciones educativas, nuevos modelos de negocios, procesos culturales, identitarios y tecnológicos claves para el desarrollo local.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar Montes de Oca, Y. P., Valdez Medina, J. L., González-Arratia, L.F., N. I. y González Escobar, S. (2013).** Los roles de género de los hombres y las mujeres en el México contemporáneo. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 18(2). <https://www.redalyc.org/pdf/292/29228336001.pdf>
- Agut Nieto, S. y Martín Hernandez, P. (2007).** Factores que dificultan el acceso de las mujeres a puestos de responsabilidad: una revisión teórica. *Apuntes de Psicología*, 25(2), 201-214.
- Anker, R. (1997).** La segregación profesional entre hombres y mujeres. Repaso de las teorías. *Revista Internacional del Trabajo*, 116(3), 343-370
- Aragón Macías, L., Arras Vota, A. M. y Guzmán Ibarra, I. (2020).** Realidad actual de la elección de carrera profesional desde la perspectiva de género. *Revista de la Educación Superior*, 195(49), 35-54 .
- Arias, P. y Wilson, F. (1997).** La aguja y el surco. Cambio regional, consumo y relaciones de género en la industria de la ropa en México. México: Universidad de Guadalajara-Centre for Development Research.
- Ávila Campos, F. V. (2020).** Las trabajadoras del hilo y la aguja. Vida, taller y oficio de las costureras de México durante el primer tercio del Siglo XX. Tesis para obtener el grado de Maestro en Historia Moderna y Contemporánea, Instituto Mora.
- Bernal Serrano, N. B. y Montoya Zavala, E. C. (2023).** Participación laboral de mujeres en puestos de finanzas en Culiacán, Sinaloa. El techo de cristal y sus estrategias para sobrepasarlo. En Shenzhen, S. E., Rocha, R., D. y Bojórquez L., J. Trabajo, condiciones laborales y problemas de ciudad. Mexicali: UABC.
- Bourdieu, P. (2000).** La dominación masculina. Barcelona: Anagrama.
- Carrasco, C. (2006).** La Economía feminista: una apuesta por otra economía. En María Jesús Vara (ed). *Estudios sobre género y economía*. Madrid: AKL.
- Cemborain, E. E. (2016).** Techo de cristal y escalera de cristal en las cooperativas de Mondragón. Participación de las mujeres en los órganos de gobierno de las cooperativas. http://biblioteca.ucf.edu.cu/biblioteca/libros_digitales/metodologia-de-la-investigacion-metodologia-de-la-investigacion-i/economia-social-y-economia-ambiental/G5%20-%20Cemborain.pdf
- Doña Toledo, L. y Luque Martínez, T. (2019).** La experiencia universitaria. Análisis de factores motivacionales y sociodemográficos. *Revista de la Educación Superior*, 48(191), 1-24.
- ENOE. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. (2023).** Tabulados de datos https://www.inegi.org.mx/sistemas/olap/proyectos/bd/encuestas/hogares/enoe/2010_pe_ed15/po.asp?s=est&proy=enoe_pe_ed15_po&p=enoe_pe_ed15
- Fernández Hasan, A. (2007).** Desigualdad de género. La segregación de las mujeres en la estructura ocupacional. *Revista de Estudios de Género, La Ventana*, 25, 140-167.
- Fernández Poncela, A. M. y Pérez García, M. E. (2019).** Identidad de género en las telenovelas mexicanas. Estudio de caso de La Candidata. *Revista de Estudios de Género, La Ventana*, 49, 183-217.
- Friedan, B. (2009).** La mística de la feminidad. *Feminismos*. Ediciones Cátedra: Universidad de Valencia, Instituto de la Mujer.
- Friedman, V. (2018).** El problema de las mujeres en la moda: los hombres, *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/es/2018/05/29/espanol/cultura/moda-mujeres.html>
- García, L. (2022).** Batallones de modistas. Las mujeres olvidadas que construyeron la moda, España: Editorial Carpe Noctem.
- García Villarreal, J., Ávila Rodríguez, D., Vargas Pérez, M. K. y Hernández Ramírez, C. I. (2015).** Acerca de la feminización de profesiones: La docencia en preescolar en la Ciudad de México. *Revista en Estudios de Género, La Ventana*, 42, 125-151.
- Güereca Torres, R. (2016).** Claves para una sociología feminista. En Blazquez Graf, N. y Castañeda Salgado, M. P. (coords.) *Lecturas críticas en investigación feminista*, pp. 91-124.
- Goldin, C. (2021).** *Career & family. Women's century-long journey toward equity*, Princeton y Oxford: Princeton University Press.
- INEGI. (2019).** Censo económico 2019 <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/#Tabulados>
- IPM. (2022).** La Industria de la moda en México. <https://ipmestrategica.com.mx/la-industria-de-la-moda-en-mexico/#:~:text=Exportaciones%20de%20productos%20textiles&text=En%20julio%20de%20este%202022%20México%20exportó%20%20E2%80%8B892%20C2,que%20en%20julio%20de%202021>
- Jansen, M. A. (2015).** Moroccan fashion: design, culture, and tradition. New York: Bloomsbury.
- King, J., Maniam, B., y Leavell, H. (2017).** Shattered glass and creaky steps: remodeling the glass ceiling and glass escalator theories using an intersectional toolbox. *Southern Journal of Business and Ethics*, (9), 194-203.
- Mingo, A. (2016).** Pasen a borrar el pizarrón: mujeres en la universidad. *Revista de Educación Superior*. ANUIES. 45(178), 1-15
- Mucino, R. A. (2023).** Reforma laboral. Análisis desde la perspectiva de género y de la industria de la Moda. CDMX: Círculo Feminista de Análisis Jurídico.
- Muñoz Fernández, E. y Luzuriaga Uribe, E. (2015).** El macho guayaco: de la calle a las figuras mediáticas. Una primera mirada. *Revista en Estudios de Género, La Ventana*, 48:139-167.
- Penalva Verdú, C., Alaminos Chica, A.; Francés García, F. J. y Santacreu Fernández, O. (2015).** La investigación cualitativa técnicas de investigación y análisis con Atlas.ti. Ecuador: PYD-LOS EDICIONES.
- Pérez-Orozco, A. (2006).** Perspectiva feminista en torno a la economía: El Caso de los cuidados, Consejo Económico y Social. <https://igualdaddegenero.unach.mx/sites/default/files/2022-07/PERSPECTIVAS%20FEMINISTAS%20EN%20TORNO%20A%20LA%20ECONOMÍA%20C%20EL%20CASO%20DE%20LOS%20CUIDADOS.pdf>
- Punshon, G., Maclaine, K., Trevatt, P., Radford, M., y Shanley, A. L. (2019).** Nursing pay by gender distribution in the UK -Does the glass escalator still exist? *International Journal of Nursing Studies*, (93), 21-29.
- Ruiz Meza, J. M. (2022).** Los herederos del noroeste. Comprendiendo y valorando los efectos de la narcocultura en la construcción de masculinidades en Culiacán, Sinaloa, tesis de Maestría en Estudios Políticos y Sociales, Facultad de Estudios Internacionales y Políticas públicas de Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Taylor, S. J. y Bogdan, R. (1987).** Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados, Barcelona: Editorial Paidós.
- Vallejo-Román, J. y Rodríguez-Torrent, J. (2018).** Pluriactividad del trabajo femenino: recurrencias y transiciones. Un estudio de caso en Tlaxcala, México. *Cultura-hombre-sociedad*, 28(1), 10-33. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-27892018000100010&script=sci_abstract
- Williams, C. (1992).** The glass escalator: hidden advantages for men in the "female" professions. *Social Problems*, 39(3), 253-267