

Estrategias vitales y laborales de las mujeres del medio rural andaluz

Inova Cejas Delgado
icejas@iesa.csic.es
Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA-CSIC)

La crisis de la agricultura, junto con otros cambios económicos, sociodemográficos e institucionales, hacen necesaria una revitalización del medio rural. Desde una perspectiva territorial se pone de manifiesto la importancia de nuevas funciones tales como infraestructuras, conectividad territorial o desarrollo tecnológico. Una de las estrategias claves de la Unión Europea en el desarrollo rural ha sido la diversificación de las economías rurales para evitar su dependencia del sector agrario, aprove-

chando los recursos endógenos y las potencialidades de la población local. En este proceso de cambio, además de los factores anteriormente señalados, las mujeres están desempeñando un papel fundamental que conviene examinar. De ahí que las políticas de igualdad, junto con las últimas reformas de la Política Agraria Común (PAC), se hayan convertido en un elemento prioritario en este proceso de revitalización.

En este trabajo vamos a recoger los principales resultados de un estudio realizado por el Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA) sobre la situación de las mujeres del medio rural andaluz, en el que se combinaron técnicas cualitativas (entrevistas y grupos de discusión) y cuantitativas (encuesta a mujeres del medio rural de Andalucía)¹. El objetivo principal del que partió esta investigación fue la necesidad de profundizar en las experiencias de vida de dichas mujeres, prestando especial atención a las condiciones de inserción laboral en el mercado de trabajo. Asimismo, se analizaron las estrategias seguidas por las mujeres a la hora de compatibilizar su vida personal y laboral. Como veremos a continuación, los discursos de dichas mujeres reflejan sus actitudes y valores a la hora de sobre llevar un mundo tradicionalmente masculino, donde todavía la mujer sigue siendo la responsable del hogar y el cuidado de niños y ancianos (trabajo o no fuera de casa). De los resultados de dicho estudio se identificaron diferentes posiciones discursivas atendiendo a la ubicación de las mujeres en el mercado laboral. De un modo general, podríamos englobar a las mujeres del medio rural andaluz en torno a tres grandes grupos, atendiendo a cómo perciben su entorno y a la relación que mantienen con éste. Todas ellas comparten un rasgo común, a saber: un mayor deseo de autonomía e independencia económica, sin que ello signifique desatender el rol de madre, que aún sigue siendo el eje central de sus vidas y el elemento más problemático a la hora de trabajar fuera del hogar.

Uno de los aspectos fundamentales en esta investigación es la premisa con la que partimos a la hora de abordar este trabajo: la no existen-





cia (dentro del medio rural andaluz) de un grupo único y homogéneo al que podamos denominar “mujer rural”. Englobar a la totalidad de estas mujeres dentro de una sola categoría sería un error, puesto que son muchas las diferencias que separan sus condiciones de vida atendiendo a su situación laboral, a las características de su entorno, a su nivel educativo, a su edad, al tipo de familia de la que provienen o a sus aspiraciones, entre otros muchos factores. Estas variables son las que determinan las estrategias singulares seguidas a la hora de compatibilizar el tradicional rol de madre y el moderno papel de mujer trabajadora (sea asalariada o profesional autónoma). Por otra parte, en esta investigación tratamos de conocer cómo viven su condición de mujer trabajadora, teniendo en cuenta que, como dijimos anteriormente, el medio rural se encuentra en un continuo proceso de desarrollo y cambio social.

Este artículo presenta los resultados más llamativos de las distintas entrevistas en profundidad y grupos de discusión que se realizaron dentro del mencionado proyecto. La utilización de técnicas cualitativas nos permite conocer el trasfondo de las actitudes y comportamientos de las mujeres del medio rural andaluz. Veremos cómo las diferentes posibilidades que les ofrece su entorno marcan diferentes trayectorias, tales como la permanencia en el hogar, la aceptación de trabajos precarios (jornales en el campo, limpieza, cuidados a pequeños/as y a personas mayores, etc.) o la búsqueda de otros sectores de trabajo que posibiliten su realización personal y reconocimiento social.

Mercado de trabajo y condición de mujer en el medio rural

La actividad de las mujeres rurales se caracteriza por la combinación de distintos tipos de “trabajo” (dentro y fuera del hogar). Desafortunadamente, la mayoría de estos trabajos no cuentan con un reconocimiento social y económico, puesto que son actividades asociadas al rol de mujer (ama de casa, cuidadora, peón o ayuda familiar en la explotación agraria) y no consideradas dentro de las aportaciones formales a la economía del entorno rural.

En este trabajo partimos de la hipótesis de que la posición de las mujeres en el mercado laboral es un mecanismo explicativo de sus actitudes y estrategias vitales ante el medio rural en el que viven. Así, en términos generales, y utilizando tipos ideales, nos encontramos con tres tipos de mujeres, distribuidos a lo largo de un *continuum*. En un polo estarían las mujeres cuyas actividades se desarrollan totalmente al margen del mercado laboral, y en el otro polo, aquellas que presentan altos niveles de integración en el mercado de trabajo. Entre estos dos polos nos encontraríamos con situaciones intermedias: aquellas vividas por las mujeres con una participación parcial o precaria en la esfera laboral. Así, este *continuum* representaría tanto el grado de integración de la mujer en la economía formal como el modo de participación en la economía doméstica. En principio, parecería lógico pensar que, a mayor integración laboral, menor aportación a la economía doméstica y cuidado del hogar; sin embargo, se conoce que esta relación es bastante



▼ Otro aspecto que tienen en común la totalidad de las mujeres entrevistadas es el reconocimiento del peso que supone para ellas las tareas domésticas y el cuidado de los hijos

más compleja (Camarero et al., 2006). Veamos esta cuestión examinando las diferentes posiciones discursivas en cuanto a la ubicación de las mujeres en el mercado de trabajo.

En primer lugar nos encontramos con aquellas mujeres que presentan un discurso empresarial/comercial, caracterizado por la asunción del rol de pequeña comerciante, que identifican el sector industrial como masculino y que, del mismo modo, perciben el comercial como femenino. Así, la diversificación significa ocupar distintos tipos de comercios, pero no distintos sectores de actividad empresarial.

En segundo lugar aparece el discurso feminista, centrado en las dificultades para compatibilizar trabajo y familia, pero en el que no se percibe una clara división del mercado de trabajo en términos de género, puesto que la mayor parte de las mujeres que englobamos dentro de este discurso ocupan puestos de trabajo de “cuello blanco”, donde la presencia de hombres y mujeres es similar. Sin embargo, cabe decir que estas mujeres reconocen que, aun en estos puestos de mayor nivel de cualificación, hay empleos donde la presencia de mujeres es mayoritaria.

Por último encontramos el discurso estructural, con el que se identifican las mujeres que se perciben a sí mismas como sujetos situados en el escalafón más bajo de la estructura social, con todo lo que esto implica, a saber: no disponer de un nudo de relaciones sociales que les posibilite estar dentro de un mercado laboral regular. Estas últimas identifican, en mayor medida, la existencia de una división del mercado de trabajo relacionada con una separación de roles de género:

actividades internas (femeninas), que suponen una extensión de las tareas domésticas, y actividades externas (masculinas), que se desarrollan fuera de la esfera privada.

A pesar de la existencia de estos tres discursos diferenciados entre sí, hay una tendencia común entre las mujeres entrevistadas a deslegitimar y rechazar esa división de género, tendencia que, creemos, es fruto del cambio social acaecido en los últimos años. Las más jóvenes y las que presentan mayores niveles de formación (lo que suele ir unido) son las más críticas con la generización del trabajo. Las mujeres empresarias, por su parte, son las que presentan una identidad netamente empresarial y las que rechazan categorizaciones sociales, como la clase o el género. Otro aspecto que tienen en común la totalidad de las mujeres entrevistadas es el reconocimiento del peso que supone para ellas las tareas domésticas y el cuidado de los hijos. Examinemos a continuación este aspecto con mayor detenimiento.

Mercado de trabajo y maternidad

El concepto de generización que aquí utilizamos se refiere tanto a la segmentación de empleos remunerados entre hombres y mujeres como a la división del trabajo entre la esfera doméstica (cuidado de los hijos y mantenimiento del hogar) y la esfera pública (trabajo fuera del hogar). En el primer caso, la generización significa aceptar que todas las mujeres, independientemente de su situación laboral, están circunscritas a empleos tradicionalmente “femeninos”. En el segundo caso implica que el peso de lo doméstico recae sobre las mujeres, aunque este conflicto entre maternidad y trabajo emerge de distinta forma, según la posición ocupada en el eje que explicamos anteriormente. De este modo, nos encontramos con un discurso reivindicativo (que aflora principalmente en las mujeres jóvenes, que son las que se encuentran en periodo de crianza de hijos) y con un discurso más pasivo (en las mujeres de mayor edad que han finalizado este periodo de crianza, pero que el cuidado de la prole es reemplazado por el que prestan a otros familiares, como dependientes o ancianos).

Esta difícil interacción entre la esfera pública y la esfera privada es percibida de distinto modo según la posición ocupada en el mercado de trabajo y el nivel educativo, entre otras variables. Así, las mujeres jóvenes con mayor nivel educativo presentan un mayor conflicto entre el rol de tra-



▼
Las mujeres del medio rural andaluz se deciden a emprender en pequeñas empresas relacionadas con su trayectoria profesional, sus capacidades y las demandas de su propio entorno

bajadora y el de madre que las mujeres con estudios inferiores. De ahí que sus demandas principales se centren, además de en las mejoras en su entorno laboral inmediato, en ayudas y equipamientos para sus hijos. Las mujeres empresarias experimentan un conflicto entre el tiempo dedicado a los hijos y las necesidades de su negocio, mientras que las madres con trabajos asalariados y precarios ven la maternidad como un obstáculo a la propia inserción laboral y a las posibilidades de movilidad o ascenso laboral. Aquellas mujeres que no han logrado acceder al mercado de trabajo, y que han conseguido cierto estatus social a través del matrimonio, identifican el cuidado de los hijos como la causa principal de su reclusión en el entorno doméstico, frente a trabajos que exijan una gran dedicación y energía. Además, las mujeres empresarias también coinciden en señalar la maternidad como la principal dificultad a la hora de sobrellevar las obligaciones que conlleva liderar una empresa, aunque destacan como elemento positivo la calidad de vida del entorno rural a la hora de criar a los hijos.

El papel del capital social

Otro de los elementos que afloran en el discurso de las mujeres a la hora de valorar su posición en

el mercado de trabajo es la “suerte” de haber tenido o no apoyo social, bien sea familiar o institucional. Este capital social/relacional o “red de seguridad” (que protege a los individuos a la hora de emprender determinadas acciones) minimiza los costes de elección. Tiene, además, una importancia vital a la hora de optar a un puesto de trabajo o de emprender alguna actividad empresarial. Por ese motivo, podemos distinguir dos tipos de discursos respecto al capital social/relacional.

En el discurso integrador, expresado por las emprendedoras y asalariadas, el capital relacional adquiere una doble vertiente como apoyo moral y económico (proveniente del medio familiar), y como nudo de relaciones sociales del municipio donde habitan. Ambas dimensiones resultan elementos de vital importancia que posibilitan el inicio de la actividad emprendedora e impulsan el desarrollo de la misma. Podemos hablar, por tanto, de la existencia de una red familiar y una red comunitaria, que ayudan a minimizar el coste económico y emocional que supone emprender o acceder al mercado laboral vía asalariada o al mercado profesional. Todo ello se relaciona con la construcción social del género, donde los roles de mujer empresaria o asalariada chocan con elementos conflictivos.

En el caso concreto de las mujeres emprendedoras emerge un sentimiento de angustia generado por la falta de capital, medios y experiencia. Sin embargo, y una vez superado el proceso de emprendimiento, las mujeres se hacen con una red social (en especial, con la élite local) que les ayuda en la tramitación de documentación relativa al negocio. Del mismo modo, se desenvuelven con más seguridad con las entidades bancarias, lo que repercute en la consecución de avales financieros. Las mujeres del medio rural andaluz se deciden a emprender en pequeñas empresas relacionadas con su trayectoria profesional, sus capacidades y las demandas de su propio entorno. En algunos casos, el emprendimiento es resultado de la continuidad de un negocio familiar, y excepcionalmente se trata de actividades que impliquen una innovación tecnológica. Cabe señalar que, a pesar de las dificultades con las que afirman encontrarse, el emprendimiento en el medio rural ofrece muchas ventajas, como la menor confluencia de empresas que hay en los pueblos y, en especial, el apoyo de las redes sociales, que revierte en el reconocimiento social de los habitantes de su medio.

El discurso aislacionista, mostrado por las mu-



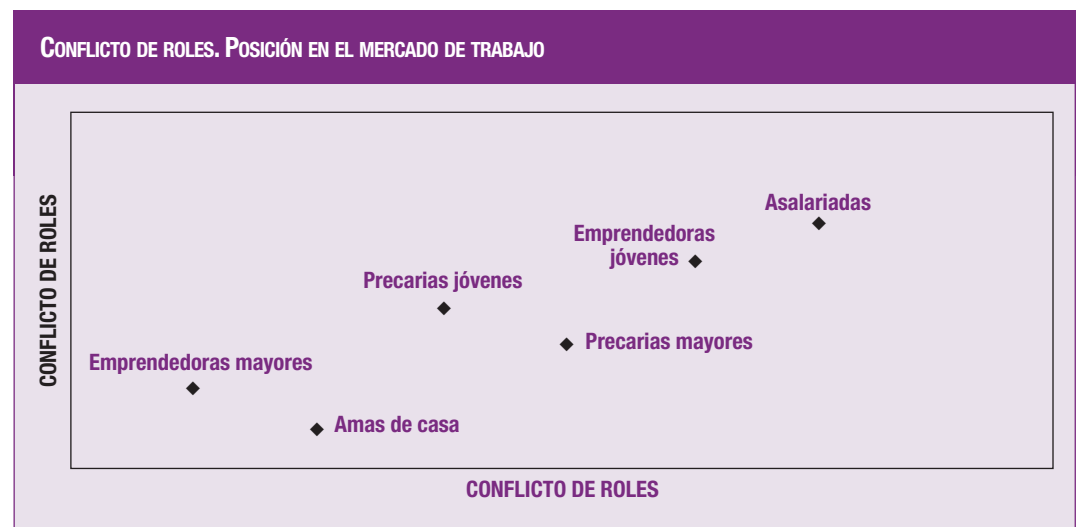
que diferencia el hogar familiar del centro de trabajo sea muy difusa. En todas estas mujeres destaca el escaso uso que hacen de la mediación social como forma de conseguir integración laboral, así como la falta de percepción de este déficit de capital social. Las mujeres se ven envueltas en un conflicto de roles en su intento por compatibilizar la esfera doméstica y la pública.

La posición más conciliadora emerge en las mujeres con una mayor vinculación al ámbito doméstico, puesto que muchas de ellas no realizan una búsqueda activa de empleo. El grupo de asalariadas es el que presenta un discurso más “feminista”, de modo que su percepción de la compatibilidad entre maternidad y trabajo es la más conflictiva. En su discurso se dejan entrever elementos de cambio social en lo que respecta a la situación y retos a los que han de hacer frente las mujeres. Además, al tratarse de mujeres jóvenes con una alta cualificación, han tenido que supeditar la promoción laboral al cuidado de los hijos.

eres que presentan una inserción laboral irregular en el mercado de trabajo, emerge en ausencia de capital social/relacional. Dicha carencia resulta vital en la medida en que se constituye como un mecanismo explicativo de esta posición laboral precaria. Las redes sociales informales facilitan la compatibilidad entre la esfera laboral y doméstica, y tienen más peso en las mujeres con una situación precaria y en las asalariadas. Ello se debe a la poca movilidad que experimentan estas últimas, que hace que la línea

Obstáculos a la inserción laboral

De los resultados de nuestro estudio se deducen dos grandes obstáculos para la inserción laboral de las mujeres del medio rural andaluz. Por un lado, la tenencia de hijos, que acabamos de comentar y que es, sin lugar a dudas, el acontecimiento que cambia la trayectoria vital y laboral de estas mujeres. Por otro lado nos encontramos con una falta de confianza en las políticas de desarrollo local. Éstas son percibidas como ineficaces, pues, según la mayoría de las mujeres en-



trevistadas, estos recursos institucionales no son de fácil acceso para ellas.

Según la opinión de estas mujeres, la gestión de las ayudas es de una enorme complejidad y la resolución de éstas de gran lentitud, existiendo también poca formación práctica y real para la inserción de las mujeres en el mercado laboral. Este aspecto tiene una gran repercusión en el caso de las mujeres emprendedoras, y la edad juega además un papel importante. De este modo, mientras que las jóvenes se centran en las dificultades de compatibilizar maternidad y actividad empresarial, las mayores comentan las ventajas de tener un negocio propio por la flexibilidad en cuanto a espacios y tiempo se refiere, ya que el comercio (la principal actividad por la que se deciden emprender) está inserto en el medio en el que se habita, posibilitando reajustes de horarios en función de las necesidades domésticas.

La importancia del efecto *commuting*, o el traslado entre la zona de residencia y la de trabajo, aparece de forma diferenciada en los distintos grupos de mujeres, de manera que mientras que es casi inexistente en las empresarias y precarias (por razones distintas), en las asalariadas se muestra más relevante.

La importancia del entorno rural

Teniendo en cuenta que el espacio territorial se constituye como un elemento clave de los actuales procesos de desarrollo rural, es importante analizar cómo es percibido por las mujeres. Uno de los principales motivos por los que las mujeres se lanzan a emprender es como repuesta a la falta de trabajo en el medio rural y al deseo de sentirse sujetos activos. Se trata de un fenómeno de emprendimiento por necesidad, aunque no sea exclusivamente de naturaleza económica, sino consecuencia de una inquietud personal. Dicho emprendimiento, debido a la escasez de oferta de trabajo que existe en los pueblos, se lleva a cabo principalmente en el sector servicios. Para las que optan por crear su propio negocio, el hecho de desarrollar su actividad en el pueblo facilita la compatibilidad del trabajo con la esfera doméstica. Esto mismo les ocurre a las asalariadas, que, a pesar de que siguen teniendo muchos problemas a la hora de organizar sus vidas, no tienen que desplazarse a otras zonas para trabajar. Las empresarias se afanan más por mantener una clientela fija, y los horarios resultan más flexibles que en las ciudades.



Sin embargo, también se atisba en ambos grupos una opinión negativa sobre las constricciones impuestas por el entorno, sobre todo en cuanto a control social se refiere.

Por otra parte, las mujeres en condiciones laborales precarias y las amas de casa mantienen un discurso crítico sobre el pueblo donde habitan. Esto es debido a la falta de medios y posibilidades que éste les ofrece, mencionando en muchas ocasiones la existencia de más recursos y ayudas en otros pueblos del entorno o localidades principales de la provincia. Es decir, reivindican la carencia que tienen los pueblos pequeños en comparación con las urbes, añadiendo el hecho de que las personas que no encuentran nada en su medio, han de optar por irse a los grandes pueblos o ciudades en busca de empleo.

Centrándonos en el discurso emprendedor, las afirmaciones giran en torno a estos cuatro puntos. Las mujeres emprendedoras presentan una autoidentificación como pequeña comerciante, ensalzando en su discurso la vocación y la dedicación al negocio. Esta identidad queda más clara en el caso de las mujeres más jóvenes. Además, esta autoidentificación como pequeñas empresarias y comerciantes vocacionales se ve reforzada en las críticas efectuadas a funcionarios, asalariadas y beneficiarias del PER que, según las mujeres emprendedoras, manifiestan una falta de apego a su trabajo. Además, surge un

conflicto con los grandes empresarios (“los otros empresarios”), que se contraponen a la figura de pequeña comerciante con la cual se identifican. Mientras que las más jóvenes critican duramente la competencia de los centros comerciales, las mujeres del grupo de mayor edad vinculan al empresario con la posesión de un negocio industrial de producción a gran escala.

Percepción sobre las instituciones públicas

A grandes rasgos, podemos englobar las instituciones públicas dentro de dos grandes grupos: como entidades que conceden ayudas de apoyo económico o como promotoras de empleo público a través de las políticas de fomento y de formación de personal.

El discurso de las empresarias, sobre todo las más jóvenes, se basa en la continua crítica a las ayudas que han recibido en calidad de profesionales autónomas por parte de las instituciones. A pesar de su fuerte rol empresarial, el hecho de ser madres hace que figure en su discurso la demanda de ayudas para compatibilizar el trabajo con la atención al hogar y la familia. Es decir, solicitan la creación de guarderías y ludotecas para liberarse, en cierta medida, de las tareas típicas de la crianza de los hijos, y poder dedicarse a su profesión. Por otra parte afirman que los trámites necesarios para emprender un negocio son lentos, tediosos y entorpecen la actividad empresarial, por lo que la valoración que hacen las emprendedoras de las instituciones públicas no es muy positiva. Por tanto, demandan de las políticas públicas que mejoren el proceso de adjudicación de las ayudas, puesto que son cons-

cientes de que, a pesar de las limitaciones de los pueblos, su trabajo es fruto de riqueza para su entorno y se enorgullecen de su creatividad y capacidad de trabajo. Tampoco adquieren un papel relevante las asociaciones de mujeres en la vida de estas empresarias, ya que consideran que las actividades de dichas asociaciones no suelen conectar con las necesidades de las mujeres emprendedoras.

Por otro lado, y como polo totalmente opuesto, nos encontramos con las mujeres en situación precaria. No es de extrañar que, teniendo en cuenta que dichas mujeres ocupan la peor posición de todo el entramado sociolaboral, sean las que más expectativas tengan sobre las ayudas públicas y, por lo tanto, las que más exigen a las instituciones. A lo largo de su discurso se observa una posición de fuerte demanda de empleo, dando por hecho, en casi todos los casos, que es el Estado (y las instituciones a su cargo) el que tiene la responsabilidad de darles trabajo. El discurso de estas mujeres se centra, por tanto, en una gran inconformidad y queja con el Estado por la falta de trabajo que les ofrece, y en la reivindicación de empleos para las mujeres. Esto, como cabe esperar, se da más en las mujeres precarias mayores, ya que las más jóvenes, aparte de solicitar trabajo (en empresas y fábricas), contienen en su discurso elementos relacionados con la formación y las políticas de empleo.

Por último nos encontramos con el grupo de mujeres que no ocupan tanto una posición extrema en este *continuum* sino que, al construir un discurso sobre las instituciones públicas más culturalista, se sitúan en un punto medio de este eje. Nos estamos refiriendo a las mujeres asalariadas. En este grupo llama la atención cómo

▼
El discurso de las empresarias, sobre todo las más jóvenes, se basa en la continua crítica a las ayudas que han recibido en calidad de profesionales autónomas por parte de las





▼
Las amas de casa, al no tener intención ni necesidad de acceder al mercado laboral, lo que demandan de las instituciones públicas son políticas que promuevan actividades de ocio y esparcimiento

las demandas (o lo que esperan ellas) de lo público giran en torno al conflicto “compatibilidad trabajo-hogar” (en especial, el peso de la maternidad). Son mujeres jóvenes, en edad de ser madres, que tienen cubiertas sus necesidades laborales, pero que solicitan ayudas a la maternidad para que este hecho no les haga abandonar sus puestos de trabajo. A todo ello se le une el hecho de ser el grupo de mujeres con una identidad feminista más fuerte. Además, en el caso de mujeres asalariadas con un mayor nivel de estudios, esta situación revierte en mayor información sobre los organismos e instituciones encargados de hacer llegar dichas ayudas. Sin embargo, en el caso de las mujeres asalariadas con una formación básica surge una actitud pasiva ante los condicionamientos sociales que afectan la inserción laboral femenina. Por este motivo, en este grupo aparece de nuevo una generización laboral de los distintos sectores de empleo y una conciencia clara de los puestos de trabajo a los que pueden optar o no por el hecho de ser mujer. Esto repercute en una deficiente información sobre las ofertas existentes laborales, así como sobre las distintas ayudas institucionales y vías de obtención de las mismas, haciendo que el proceso de transmisión de conocimiento esté mediado por redes sociales que promueven el boca a boca.

Así, y basándonos una vez más en nuestra hipótesis de partida (la posición de las mujeres en el mercado laboral muestra un alto grado explicativo de sus actitudes y estrategias), vemos claramente cómo la valoración de las ayudas insti-

tucionales varía en función de la situación personal (laboral). Es decir, el grado de necesidad y la valoración de las ayudas y apoyos institucionales varían de acuerdo con sus estrategias de vida. Tanto es así que, por ejemplo, las amas de casa, al no tener intención ni necesidad de acceder al mercado laboral, lo que demandan de las instituciones públicas son políticas que promuevan actividades de ocio y esparcimiento. Este grupo está formado por mujeres casadas, de mayor edad, y con un aceptable estatus social y económico, que han criado a sus hijos, y que disponen de tiempo para emplearlo en hobbies o en actividades que las ayuden a relacionarse socialmente.

Conclusiones

La posición de las mujeres del medio rural andaluz en el mercado laboral es un mecanismo explicativo de las actitudes y estrategias vitales ante el medio en el que viven. Esto se refleja en tres posiciones discursivas: un discurso empresarial/comercial (caracterizado por la asunción del rol de pequeña comerciante); un discurso feminista (centrado en las dificultades para compatibilizar trabajo y familia), y un discurso estructural (en el que las mujeres se identifican a sí mismas como grupo que forma parte de la clase social baja).

A modo de resumen de lo expuesto a lo largo de este trabajo podemos decir que las posiciones discursivas de las mujeres rurales en torno a sus

trayectorias laborales difieren de unas a otras en función de su posición en el mercado de trabajo. Debemos tener en cuenta, además, la generación a la que pertenecen y el impacto del cambio. De este modo, pese a que la influencia del matrimonio y la tenencia de hijos en las trayectorias laborales es mayor en las mujeres precarias y en las amas de casa (por razones distintas según hemos visto), las más jóvenes muestran un discurso más favorable a la realización de todo tipo de trabajos y no sólo aquellos que suponen extensión de las tareas domésticas.

Debido a los cambios que se han producido en las mujeres rurales en las últimas décadas, manifiestan una menor asunción del rol de madre y de esposa, surgiendo así nuevas actitudes en torno a la demanda de mayor autonomía e independencia económica. Pero a pesar de ese cambio en la mentalidad de las mujeres, el rol de madre sigue siendo el eje central de sus vidas y el mayor obstáculo a la hora de trabajar fuera del hogar. Además, emerge un discurso generizador de la actividad laboral, que ubica a hombres y mujeres en distintos segmentos del mercado de trabajo, y que coexiste, al mismo tiempo, con un discurso más paritario. Este último fenómeno no constituye un freno radical hacia el emprendimiento o el trabajo remunerado, aunque dificulta que las mujeres se desenvuelvan con plena igualdad en su entorno, originando distintas estrategias vitales de confrontación.

Por tanto, podemos afirmar que se han conseguido importantes avances en la inserción de la mujer rural en el mercado de trabajo y en su liberación con roles tradicionales que relegaban a la mujer al ámbito doméstico. Sin embargo, aún son muchos los obstáculos que impiden acceder y controlar los recursos productivos y los puestos de responsabilidad, en la medida en que lo hacen los hombres. Más difícil resulta liberar a estas mujeres del peso de la maternidad y aliviar la falta de apoyo o de recursos institucionales que ayuden a conciliar la esfera pública y la esfera privada de las madres trabajadoras.

Por otra parte, la mayoría de las mujeres del medio rural que no han emprendido ninguna actividad viven en una situación a medio camino entre el papel tradicional de soporte de la familia y el de colaboradora de la explotación familiar. Estas mujeres trabajan a jornada completa, pero su trabajo no es reconocido socialmente, ni aparece en las estadísticas oficiales al tratarse de un trabajo invisible que permanece oculto en favor de las actividades que se consideran características de sus roles de madre, esposa o hija. ■



▼ Nota

¹ Nos referimos al proyecto "Condiciones de vida, actitudes y comportamiento de las mujeres del medio rural andaluz respecto a su inserción en el mercado de trabajo y a las políticas de desarrollo local", desarrollado en el Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA), en el marco del convenio firmado en 2007 entre el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y el Instituto Andaluz de la Mujer.

▼ Referencias bibliográficas

- BERICAT, E. y L. A. CAMARERO (1994), *Trabajadoras y trabajos en la Andalucía rural: situación sociolaboral de la mujer rural en Andalucía*, Instituto Andaluz de la Mujer, Sevilla.
- CAMARERO, L. A. et al. (2006), *El trabajo desvelado: Trayectorias ocupacionales de las mujeres rurales en España*, Instituto de la Mujer, Madrid.
- CAMARERO L. A. et al. (2005), *Emprendedoras rurales*, Centro Fundación Tomás y Valiente de la UNED-Alzira (Valencia).
- CHAMORRO, L. y C. CRUCES et al. (2002), *Mujeres empresarias y mujeres políticas en el medio rural andaluz*, Universidad de Sevilla/Junta de Andalucía, Sevilla.
- MOYANO, E. (2007), "Capital social y dinámicas de desarrollo", en M. Lattuada, M. Manzanal y G. Neiman (comp.), *Desarrollo Rural: organizaciones, instituciones y territorios*. Buenos Aires, Ed. Ciccus, pp. 103-129.
- SAMPEDRO, R. y L. A. CAMARERO (2007), "Mujeres empresarias. El sujeto pendiente del desarrollo rural", *Revista Internacional de Sociología*, Vol. LXV, nº 48, CSIC.
- WOOLCOCK, M. y P. NARAYAN (2000), "Capital social: Implicaciones para la teoría, la investigación y las políticas de desarrollo", *World Bank Research Observer*, New York.