



Entre Noche y Día no hay Pared

Mujeres en el Medio Rural



ENTRE NOCHE Y DÍA NO HAY PARED

Mujeres en el Medio Rural

María Inmaculada Hervás Moreno (Coordinadora)

Edita: Red Aragonesa de Desarrollo Rural
Coordina: María Inmaculada Hervás Moreno
1ª edición: octubre 2014
© De las autoras

ISBN: 978-84-697-1284-9
Depósito Legal: HU-316/2014

Maquetación e impresión:
Imprenta Moisés. Barbastro

Diseño de la cubierta:
Beatriz Gimeno

Los textos de esta publicación pueden reproducirse total o parcialmente siempre y cuando se indique su autoría y procedencia.

PRÓLOGO

ENTRE NOCHE Y DÍA NO HAY PARED. MUJERES EN EL MEDIO RURAL

El impulso de las políticas de igualdad y de género ha favorecido y ayudado claramente a incorporar a las mujeres al mercado laboral, a sacarlas del olvido y a otorgarles visibilidad no sólo en el ámbito familiar (donde diferentes estudios siguen confirmando que son mayoritariamente imprescindibles), sino también en el aspecto laboral y social. La introducción y extensión de estas políticas coincidió con la normalización *algo forzada* de este proceso gracias a la presión ejercida por los diversos colectivos de mujeres, que propiciaron la participación pública de las mismas en todos los niveles, empezando por el nivel político (defendidas principalmente por partidos de izquierdas con unas determinadas *cuotas* mínimas) y continuando por el resto de ámbitos como el académico, el empresarial y el asociativo, entre otros. Un camino que en España tomó fuerza en la década de los años 80 del pasado siglo, y que no entendía ni de límites ni de fronteras. Con la fuerza interior que imprime a una causa el saber que se está reivindicando algo justo y racional, poco a poco, las mujeres han ido consiguiendo llegar a cualquier institución de rango local o internacional, pasando por el nacional o el europeo. Sin embargo, la amenaza de sufrir un retroceso en la representatividad público-política siempre permanece¹.

Y, si hoy estamos aquí las mujeres en pie de igualdad (por lo menos legal), es gracias a que nuestras madres, y las madres de nuestras madres y, a su vez, las madres de éstas, empezaron a despejar el camino silenciosamente con más o menos fortuna. Para la inmensa mayoría de ellas, ni el mejor de sus sueños podía

1. La Comisión Europea, máxima institución europea, para la legislatura 2010-2014 que finalizó en julio, contó con 9 Comisarias de un total de 27. Para el actual mandato que se está conformando en septiembre de 2014, tan sólo se han propuesto cuatro mujeres en una Europa de 28 países miembros. De confirmarse esta tendencia, la presencia de las mujeres en la Institución sufriría un serio retroceso. España es uno de los países que no ha designado a una mujer para esta Comisión.

imaginar dónde hemos llegado. En sus vidas, atadas a la tierra y a la familia por cadenas forjadas con el hierro de la tradición ancestral, conocieron poco el descanso. Para ellas, entre noche y día no había pared. Lo oía decir a mi abuela, una mujer castellano-manchega emigrada a Barcelona, que a buen seguro, lo habría escuchado de la suya. Y lo volví a escuchar en tierras altoaragonesas a raíz de las investigaciones realizadas durante varios años por la senda de los Estudios de Geografía en las que compartí amena conversación con mujeres del medio rural del Pirineo.

Reflexionando de nuevo sobre su sentido, caí en la cuenta que era una frase atemporal y que, en pleno siglo XXI, todavía mantenía intacta su vigencia metafóricamente hablando. A día de hoy, al menos en el terreno legal, las mujeres podemos conseguir cualquier meta que nos propongamos y en cualquier medio geográfico que decidamos ya que no hay *pared* que nos lo impida. Con cierta dosis de empoderamiento y de autoestima, y un proyecto vital e ilusionante en mente, las mujeres están demostrando que con tan sólo no encontrar excesivas trabas (laborales, administrativas, sociales, familiares, etc.), somos capaces de salir adelante incluso instalándose en el pueblo más pequeño y remoto del medio rural. Y las páginas siguientes de esta publicación así lo atestiguan.

Las investigadoras que protagonizan las siguientes páginas², nos reafirman lo expuesto con hechos, y nos hablan de la vital importancia de mantener vivo y cuidado el medio rural y a sus gentes; además, con cifras encima de la mesa, nos demuestran que otra forma de vivir es posible. Nos hacen ver cuán caducos y dañinos son los estereotipos de género y, frente a ellos, nos sugieren más amplitud de miras y eliminar todo tipo de prejuicios.

Así pues, los artículos que siguen a estas líneas están dedicados a ellas, a todas las mujeres cuyas vidas se podían condensar en siete palabras: *entre noche y día no hay pared*. Pero también a las mujeres de hoy y de mañana para que no olviden que entre la libertad de hacer algo y el poder hacerlo, no hay peor muro que el interior de cada una.

No quisiera finalizar las presentes líneas sin agradecer tanto a la Diputación de Huesca, en concreto a su presidente, Antonio Cosculluela Bergua, como a la Red Aragonesa de Desarrollo Rural, en especial a su presidenta, Lourdes Arruebo de Lope, la buena acogida que desde el primer momento mostraron al proyecto de realizar esta primera Jornada académico-reivindicativa en el séptimo aniversario de la celebración del Día Internacional de la Mujer Rural.

2. Todos los artículos de la presente publicación son inéditos. Algunos se expusieron en la I Jornada del Día Internacional de la Mujer Rural; otros se redactaron para la mencionada ocasión, que tuvo lugar el 14/10/2014 en Barbastro (Huesca).

ÍNDICE

El mantenimiento del medio rural y las políticas de desarrollo <i>Antonio Cosculluela Bergua</i>	9
El futuro del medio rural necesita a las mujeres <i>Lourdes Arruebo de Lope</i>	17
El Día de la Mujer Rural. Significado y posibilidades <i>Luisa María Frutos Mejías</i>	25
Perspectivas sobre el papel de las mujeres en el desarrollo local <i>María Luz Hernández Navarro</i>	45
Mujeres y turismo rural en Castilla y León <i>Milagros Alario Trigueros</i>	67
Emprendedoras en el medio rural. La visualización de la multifuncionalidad del territorio <i>Ana Castelló Puig y María Inmaculada Hervás Moreno</i>	91
Nuevas formas de emprender en el mundo rural: hacia una economía feminista en Aragón <i>María Añover López</i>	117
Mujeres emprendedoras con la metodología LEADER en las zonas de montaña del Pirineo aragonés <i>María Inmaculada Hervás Moreno y Ana Castelló Puig</i>	151
Las Matriarcas, conservadoras de la cultura organizativa e intervención social en espacios rurales de Galicia. Una ojeada evolutiva <i>Alicia González Barreiro</i>	193
El turismo rural en los medios de comunicación digitales. Imagen y presencia <i>María Gómez y Patiño y María Inmaculada Hervás Moreno</i>	201
Notas biográficas de las autoras	231

“Es importante que la sociedad, que las políticas públicas, continúen acompañando a la mujer para liberarla de responsabilidades que, en realidad, son de todos y deben ser asumidas y resueltas entre todos. Así como es importante que se potencien las políticas que fomentan la igualdad de oportunidades entre el medio rural y urbano, y entre mujeres y hombres”.

Antonio Cosculluela Bergua

Alcalde de Barbastro
Presidente de la Diputación Provincial de Huesca

EL MANTENIMIENTO DEL MEDIO RURAL Y LAS POLÍTICAS DE DESARROLLO

Antonio Cosculluela Bergua¹

Los campesinos no tienen quien les escriba, titulaba Jaime Izquierdo un artículo suyo muy reciente. Las campesinas, *todavía menos*, añado yo.

Jaime, buen conocedor del mundo rural asturiano, viene a decir que una de las carencias más severas del medio rural es la falta de intelectuales que escriban del medio desde el medio, no desde la ciudad.

Que hemos creado estructuras de papel de protección del medio, en nombre del medio, desde las ciudades y desde la perspectiva de una sociedad industrializada que minusvalora el conocimiento que se atesora en el medio rural.

Que nos hemos alejado de la realidad del territorio y que hemos desposeído a los gestores del medio natural, los habitantes del territorio, del control sobre el medio. Que cuanto se escribe y se teoriza, se hace sin ellos. Que eso sería impensable en otros países, como la vecina Francia, y que nos conduce a un futuro en el que el mantenimiento del medio natural y rural será insostenible.

Pues bien, hoy creo que estamos dando un paso en la buena dirección con la celebración de esta Jornada que, por primera vez, aúna sinergias de la Universidad y de la Red Aragonesa de Desarrollo Rural en favor de la visualización de la mujer que

1. Alcalde de Barbastro y Presidente de la Diputación Provincial de Huesca. Intervención en la inauguración de la Jornada que con motivo de la celebración del Día Internacional de la Mujer Rural se celebró en Barbastro (Huesca) el 14 de octubre de 2014, bajo el lema *Presente y futuro de las mujeres en el desarrollo local*.



vive y/o trabaja en el medio rural. Estáis aquí personas del mundo de la investigación académica, representantes de instituciones y organizaciones, técnicos del desarrollo rural y local, habitantes y emprendedoras del medio rural. Unas sois la voz de la realidad y otras tenéis la capacidad de dar forma a esa voz, de expresarla, de intelectualizarla. De escribirla. Ése es el camino. Y yo, tanto a nivel institucional como personal, celebro esta iniciativa.

Estamos en Barbastro, capital del Somontano, una comarca representativa del medio rural aragonés, incardinada a su vez en la provincia de Huesca; una provincia que cuenta con una naturaleza espléndida y contrastada, con numerosos espacios protegidos de alto valor ecológico, con un importante patrimonio arquitectónico y, lo más importante, con un patrimonio humano difícilmente superable.

Hombres y mujeres que habitan un amplísimo territorio de más de 15.600 km², que supone más de 7 veces la extensión de la provincia de Guipúzcoa, que casi dobla a la Comunidad de Madrid o que supera en un tercio a la Comunidad Foral Navarra.

218.000 habitantes, distribuidos en más de 700 núcleos de población, organizados en 202 ayuntamientos. Tras una densidad aparente de 13 habitantes por km², tan sólo 7 municipios superan los 5.000 habitantes: en ellos se concentra más del 50% del total de la población de la provincia. La gran mayoría, 129 Ayuntamientos, se mueven en la franja entre los 100 y los 500 habitantes. En Huesca, hablar de medio rural, es hablar de la práctica totalidad de la provincia.

Amplitud territorial, dispersión poblacional, baja densidad, envejecimiento y masculinización, son los rasgos distintivos de nuestro medio rural. Sin embargo, esa población es la que mantiene vivo el territorio, nuestra mayor riqueza. De ahí, nuestro compromiso, sostenido a lo largo del tiempo, para invertir esas tendencias. Inversiones en comunicaciones, luz, agua, pavimentaciones, en patrimonio, en servicios públicos, en desarrollo, han llegado en los últimos 35 años a nuestros pueblos. Objetivo: hacer la vida un poco más amable para sus habitantes, frenar la despoblación.

Sí, falta todavía; pero es mucho lo que ha cambiado esta provincia en ese tiempo. Nuestros pueblos han cambiado para bien. Han cambiado para todos, y, especialmente, para las mujeres.

En el medio rural la mujer ha venido siendo fundamental. Trabajando fuera y dentro de la casa, se ha constituido en núcleo de la familia y en pieza social clave.



Ha asumido labores de soporte económico, familiar y social; además, a su cargo están los niños, los abuelos de la casa y los enfermos.

El precio fue alto. Poco tiempo quedó para el desarrollo personal y, eso, hizo que el mundo rural fuese poco atractivo para la mujer; cada vez menos, cuanto más iban cambiando las formas de vida, especialmente la de la mujer. De ahí la masculinización de la sociedad rural; una masculinización que aboca a los pueblos a desaparecer.

De ahí, también, el esfuerzo de las instituciones para mejorar las condiciones de nuestros núcleos y facilitar la vida en el medio rural. Y ha merecido la pena. En Huesca, ha parado la sangría de población; muchos pueblos se han estabilizado y algunos vienen repuntando desde hace unos 15 años.

En este territorio, en los años 90, se pusieron en marcha las primeras Mancomunidades, una iniciativa importante que, con el paso del tiempo, adquirió todavía mayor relevancia.

El primer servicio mancomunado en la provincia de Huesca fue el Servicio Social de Base; después se pondrían en marcha los Servicios de Ayuda a Domicilio. Paulatinamente, el cuidado de los mayores se iba transformando en una cuestión social, que ya no tenía por qué ser resuelta sólo en el seno familiar; y asumida individual y calladamente por la mujer. Así pasó a formar parte de las políticas públicas y se transformó en foco de generación de empleo remunerado, mayoritariamente para la mujer.

El refuerzo de las residencias, los pisos de acogida, los Centros de Día, han supuesto una ayuda fundamental para aligerar la presión sobre las mujeres del medio rural, aspecto que fue reforzado hace unos años con la aplicación de la Ley de Dependencia.

En el otro extremo, los niños. La preocupación constante de las mujeres por proporcionarles una educación adecuada. Ahí, hemos pasado de unos años 60 de cierre de escuelas, a décadas de lucha por mantenerlas abiertas, y a asistir a la puesta en marcha de escuelas infantiles y aulas de 0-3 años. Mejores institutos, nuevas tecnologías al servicio de la enseñanza y numerosas rutas de transporte escolar; acaban de conformar; en nuestros días, un sistema educativo para el medio rural que ha acortado, muy notablemente, la brecha que lo separaba del medio urbano.



Lo mismo ha ocurrido con la sanidad. Adiós a las iguales. Consultorios, Centros de Salud, Centro de Atención Continuada, Hospitales, Unidad Móvil de Mama. Medios materiales y humanos para mejorar la prestación de un servicio sensible para toda la población y, especialmente, para la mujer, la cuidadora de la familia por antonomasia.

Ganar en infraestructuras y servicios, significa ganar en calidad de vida, en seguridad y confianza, y, significa también ganar tiempo para uno mismo. Es una oportunidad para crecer como personas, para desarrollar nuestras habilidades, nuestras potencialidades, y hacer realidad nuestros sueños.

Las mujeres rurales entendieron muy rápido el impulso público para generar nuevas economías en el medio rural. Han sabido canalizar su tiempo y sus energías. Ellas fueron las protagonistas de los planes de Turismo Rural y de Turismo Verde. Ganaron ellas, ganó el patrimonio familiar, y ganaron los pueblos en su conjunto.

A día de hoy, las mujeres siguen siendo las protagonistas de los Programas de Desarrollo Rural. En muchos Centros de Desarrollo, el número de iniciativas presentadas por mujeres superan el 50% del total, especialmente en materia de turismo y servicios. Y esta capacidad emprendedora, sumamente positiva para toda la sociedad, merece ser acompañada y alimentada.

Educación de Adultos, cursos de formación, de emprendedores, cuentan con una asistencia mayoritariamente femenina. Mujeres son, también, las usuarias mayoritarias de la Red de Telecentros que hemos ido abriendo en nuestra provincia. Desde unos 200 puntos es posible el acceso público y gratuito a internet, a la información y a la formación, y también es una forma de contribuir a ampliar las oportunidades de autoempleo con horario flexible y fácilmente conciliable.

Todas son cuestiones que suman, que inciden en dos temas fundamentales para la mujer del medio rural: la conciliación de la vida familiar y el empleo, y el desarrollo personal y social. Cuando la vida familiar es compleja y exigente, cuando absorbe hasta anular a la persona, es difícil hablar de empleo remunerado y de desarrollo personal. Y, no digamos, de conciliación.

Es importante que la sociedad, que las políticas públicas, continúen acompañando a la mujer para liberarla de responsabilidades que, en realidad, son de todos y deben ser asumidas y resueltas por todos. Y también es importante que continúen las políticas que fomentan la igualdad de oportunidades entre el medio rural y urbano, y entre mujeres y hombres.



Estamos pasando un tiempo de crisis que ha alcanzado a todos pero, especialmente, al medio rural. La aplicación de la normativa sobre Titularidad Compartida o de la Ley de Dependencia, van al ralentí. Y, si es duro en todas partes, aquí lo es más: el repliegue de la población que venía dando estos servicios, ha sido mayor en un medio rural que se queda sin opciones. Recortes en educación –escuelas, tablets, centros de secundaria, rutas de transporte, comedor–, en Centros de Salud y consultorios, en servicios sociales, inciden muy negativamente en la calidad de vida de nuestros pueblos. Y, afecta singularmente, en la de las mujeres rurales.

Las políticas de desarrollo rural deben ser una línea política prioritaria. Una estrategia para mantener vivo el territorio. La provincia de Huesca, la Comunidad Autónoma de Aragón, incluso nuestro país, no pueden dar la espalda al medio rural porque somos mayoritariamente rurales.

Ciudades y pueblos somos complementarios, somos necesarios los unos para los otros. Tan complementarios como son hombres y mujeres. Las conquistas de la mujer rural, son nuestras conquistas. Las mejoras que repercuten directamente en las mujeres nos hacen mejores a todos. A toda la sociedad. Y nuestra sociedad no puede renunciar a todo lo conseguido, ni a continuar mejorando la calidad de vida de todos y de todas. Y en ese compromiso siempre nos encontraremos.



“Si las mujeres abandonaron los pueblos, fue por no sentirse cómodas en ellos. Por carecer de expectativas personales de futuro. Con el tiempo, esa tendencia fue corrigiéndose a través de las mejoras de infraestructuras y servicios públicos en nuestros pueblos, y de la puesta en marcha de programas de desarrollo rural que incentivaron una reactivación económica en la que sí cabían las mujeres”.

Lourdes Arruebo de Lope

Presidenta de la Red Aragonesa de Desarrollo Rural

EL FUTURO DEL MEDIO RURAL NECESITA A LAS MUJERES

Lourdes Arruebo de Lope¹

Para mí, como mujer rural que soy –y *montañesa*, para más señas– resulta especialmente gratificante e interesante la celebración de esta Jornada.

Las mujeres fuimos durante mucho tiempo como la cara oculta de la luna. Una porción imprescindible para la buena marcha del universo, pero invisible.

Conforme nuestra sociedad avanzó, nosotras avanzamos. En algún tema, incluso me atrevería a decir que hemos ido por delante.

Las mujeres hemos cambiado, y mucho. Nuestro rol ya no es el que era. Ni nuestra actitud, ni nuestras exigencias, ni nuestras expectativas. Hemos conseguido luz propia. La reflejamos y la compartimos. Y eso me llena de satisfacción. Es enriquecedor para todos.

Sin embargo, no estamos en el mejor momento. Determinados posicionamientos, de personas relevantes y con capacidad de decisión, parecen encaminadas a recluirnos de nuevo en la sombra, a recordarnos que el mundo rural es la parte más débil de la cadena y que nosotras somos el último eslabón.

Y, cuando nuestro mundo se resiente, pagamos el precio que pagan todos, pero siempre con *un plus de más*. Es lo que pasa cuando viajas en el furgón de cola y el tren retrocede: en el retroceso, entonces sí que vas en cabeza.

1. Presidenta de la Red Aragonesa de Desarrollo Rural.



Pero aceptar esa regresión es complicado cuando has avanzado tanto como hemos avanzado.

Y nuestro avance ha sido compartido. Ha ido de la mano de la transformación del mundo rural en su conjunto. Y ahí los programas de desarrollo rural han tenido mucho que ver:

En el año 91, por primera vez en Aragón, se concurre a una convocatoria dotada con fondos europeos para desarrollo rural.

Se trata de una experiencia novedosa planteada desde diferentes territorios de Huesca, Zaragoza y Teruel. Serán pioneros el Maestrazgo, Daroca-Calamocha y Ribagorza-Sobrarbe. Para gestionar los programa se crean asociaciones sin ánimo de lucro, constituidas por representantes territoriales. Son las primeras juntas LEADER.

Vistos los buenos resultados, la experiencia se extiende y otros territorios irán optando a los programas LEADER. Es en el año 2000 cuando LEADER alcanza la totalidad del territorio rural de Aragón: 95,3% del territorio, 713 municipios y el 44% de la población.

El objetivo que se persigue es dinamizar y diversificar la economía rural, a través de la financiación de proyectos innovadores y novedosos. Y la fórmula para conseguirlo es que sean las personas del territorio quienes diseñen su estrategia de desarrollo conjunto y quienes seleccionen los proyectos a subvencionar. Ese método participativo, que hace protagonistas de su futuro a los habitantes de un territorio, es lo que ha acabado llamándose método LEADER.

A lo largo de todos estos años, la participación en las Juntas gestoras de los programas de desarrollo rural ha ido abriéndose a la ciudadanía. De unas primeras Juntas fundamentalmente institucionales, se ha pasado a unas Juntas y unas Asambleas con participación mayoritaria de organizaciones sociales, económicas y culturales, con representación y arraigo en el territorio. Son lo que dentro de esta programación europea se denomina GAL: Grupos de Acción Local. Ellos son los que elaboran y gestionan los programas de desarrollo local para su territorio.

Conforme los Grupos de Acción Local fueron avanzando en su trabajo, vieron la necesidad de organizarse para compartir experiencias y, también, generar estrategias conjuntas en temas determinados para todo el territorio rural de nuestra Comunidad Autónoma. Nació así la Red Aragonesa de Desarrollo Rural.



Integrada por todos los Grupos de Acción Local de Aragón, en pie de igualdad –de ahí la idea de red–, llevamos más de quince años trabajando por y para el medio rural aragonés.

Y aquí estamos hoy, Día Internacional de la Mujer Rural, para hablar de un tema crucial en desarrollo rural: la mujer.

A nivel global somos el 50% de la población, pero en nuestros territorios rurales esa estadística se rompe. Hablamos muy a menudo del envejecimiento de la población rural, pero otro rasgo muy marcado es la masculinización.

Y ése es un dato determinante. La mujer es clave como soporte social y como impulsora de actividades económicas. Es clave para la supervivencia del medio rural.

Por eso esta Jornada es importante para todos y está dirigida a todos: hombres y mujeres. Se trata de hacer visibles a las mujeres rurales, de hacer comprensible su realidad, con sus fortalezas y sus debilidades, para poder apuntar a un futuro que haga posible –o, incluso, si somos más ambiciosos, atractiva– su permanencia en nuestros pueblos. Va en ello el futuro de todos, de la sociedad rural en su conjunto, de los territorios rurales.

A tenor de nuestra experiencia, desde la Red Aragonesa de Desarrollo Rural queremos dejar constancia de que, dentro de su universo, la mujer rural tiene una mayor capacidad de adaptación, más iniciativa. Es más emprendedora, más receptiva a los incentivos, más abierta, con mayor ambición de aprendizaje. Impulsa y protagoniza la renovación de las economías familiares a través de la puesta en marcha de servicios, turismo o generando recursos a través de la transformación agroalimentaria. Reinventa la forma de gestionar y rentabilizar el patrimonio, en provecho propio y del conjunto: eso es el turismo rural, por ejemplo. Las mujeres son mayoritarias en los cursos de formación y las primeras estrechando la brecha digital.

Frente a todas esas fortalezas, una debilidad: el número. Si a la baja densidad demográfica en las zonas rurales sumamos la masculinización, nos encontramos con una población femenina doblemente mermada. Traducido a la realidad: soledad y poco peso social y político. Y eso es preciso combatirlo.

Si las mujeres abandonaron los pueblos, fue por no sentirse cómodas en ellos. Por carecer de expectativas personales de futuro. Esa tendencia fue corrigiéndose a través de las mejoras de infraestructuras y servicios públicos en nuestros pueblos,



y de la puesta en marcha de programas de desarrollo rural que incentivaron una reactivación económica en la que sí cabían las mujeres.

Con todos esos mimbres, con más tiempo liberado, con un entorno social, económico y político más favorable, con un espíritu asociativo creciente, parecía que estábamos en el buen camino. Que la espiral se había roto. Pero, no.

La crisis ha castigado a todos, pero principalmente al medio rural. Aquí no se suben las *ratios*: se suprimen servicios. Y el recorte de servicios –*sean educativos, sociales o de salud*– recae doblemente sobre la mujer.

Ésa es la amenaza que se cierne sobre nosotras. Los recortes o la inaplicación de determinadas normas, llámese Ley de Dependencia o Titularidad Compartida, castigan nuestro tiempo y cercenan nuestras expectativas. Pero hemos hecho frente a dificultades mayores y ya no es tiempo de retroceder. No, cuando ahora sabemos que las cosas pueden ser de otra manera.

El futuro del medio rural necesita a las mujeres, y las mujeres necesitamos unos mínimos para continuar en ese medio. Labor de todos es lograrlo.

Sin olvidar una cuestión: el medio rural en Aragón es la regla, no la excepción. Si los territorios rurales se desertizan, perderemos todos. Todo Aragón y todo el país. Y eso no es interesante para nadie.

Por eso, como Presidenta de la Red Aragonesa de Desarrollo Rural quiero hacer un llamamiento a instituciones y organismos para que se impliquen en políticas activas que impulsen el medio rural.

Y, como ejemplo, aquí tenemos dos: la Universidad de Zaragoza y la Diputación de Huesca, a quienes muestro nuestro agradecimiento no sólo por su participación en esta Jornada, sino también por la sensibilidad que vienen demostrando hacia el medio rural, sus habitantes y sus necesidades.

He hablado del pasado y del presente. Aunque esta tarde lo hagamos con mayor profundidad, quiero hablar también del futuro. Invitar a todos a apostar por él, desde nuestros pueblos.

Tras un período de arduas negociaciones, vamos a poner en pie un nuevo programa de desarrollo rural. Con tesón y con el mismo espíritu que han animado al programa LEADER desde sus comienzos: esperanza, trabajo y futuro.



Un nuevo programa es una oportunidad para afrontar los grandes retos del mundo rural, más allá de la agricultura. Los fondos que vamos a gestionar –*Fondo Social, FEDER y FEADER*– son una puerta abierta a la esperanza. Y la esperanza es el principio de todo cambio.

El trabajo pone en valor la esperanza. Sin él no se hacen realidad los sueños, no se aprovechan las oportunidades y no se crea futuro.

Nosotras, mantenedoras, creadoras y creativas, impulsoras de la vida y de los cambios en nuestros pueblos lo sabemos mejor que nadie.

Espero que esta Jornada sea verdaderamente de interés. A todas y todos, muchas gracias por vuestra atención.

Jornada
DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER RURAL

Lourdes Arruebo de Lope

Presidenta de la Red Aragonesa de Desarrollo Rural de Aragón

Centro de Congresos y Exposiciones de Barbastro
14 de octubre de 2014



“En el medio rural, la toma de decisiones de las mujeres está claramente relacionada con el deseo de ser independientes económicamente, de realizarse como personas y de poner en valor lo que saben hacer. Posiblemente por eso entre los sectores posibles de ocupación es el sector servicios el que supone la cifra más alta de empleo o emprendimiento”.

Luisa María Frutos Mejías

Catedrática Geografía y Ordenación del Territorio
Universidad de Zaragoza

EL DÍA DE LA MUJER RURAL. SIGNIFICADO Y POSIBILIDADES

Luisa María Frutos Mejías¹

I. Introducción

Desde hace varias décadas quienes investigan el medio rural se han preocupado de modo explícito de las mujeres que lo habitan, destacando su papel en la sociedad rural tradicional, los cambios actuales y las posibilidades de futuro, poniendo el acento en la importancia que tiene visibilizar su trabajo, sin el cual no hubiera sido posible la actividad agraria tradicional y el mantenimiento de la vida en los pueblos. A un tiempo se han planteado los problemas a los que se han enfrentado para poder independizarse, montar sus propios negocios y sobrevivir en una sociedad básicamente machista, donde su papel quedaba claramente relegado al de esposa, madre y cuidadora, no obstante que se echase mano de ella para el trabajo en el campo, en la granja y el abastecimiento de alimentos y vestido para la familia.

A escala internacional también las instituciones se han hecho eco de la importancia que tiene amparar su asentamiento en estas zonas que han perdido tanta población, especialmente femenina, y apoyar las posibilidades de que encuentran un trabajo que les permita esa independencia y esa realización personal. En primer lugar, porque una cuarta parte de la población mundial son mujeres rurales (más de 1.6 billones) y aunque esta cifra sea menor en los países desarrollados, se ocupan tanto de las tareas de reproducción como de producción;

1. Catedrática Geografía y Ordenación del Territorio. Universidad de Zaragoza.



en segundo lugar, porque sin mujeres no hay futuro demográfico en el campo; en tercer lugar, porque es imprescindible avanzar en el proceso de igualdad entre los géneros y no es posible dejar al margen el mundo rural.

2. El Día Internacional de la Mujer Rural: su significado

Los movimientos feministas que se han ido consolidando a lo largo del siglo XX han luchado por conseguir la igualdad entre los géneros en materia jurídica y laboral, el empoderamiento de las mujeres y su capacidad para tomar decisiones sobre su vida y su adscripción sexual. Pero en las últimas décadas se han puesto de relieve también las diferencias entre ellas, tanto en razón de su país de nacimiento y su cultura como de su clase social y su lugar de residencia en el ámbito rural o en el urbano. Los problemas a los que se enfrentan en cada caso, las opciones para solucionarlos y su propia mentalidad tienen caracteres distintos, que habían quedado enmascarados al considerar la homogeneidad de todas las mujeres.

La evidencia de las desigualdades de género y sus consecuencias en la vida social y económica llevaron a la ONU, recién creada después de la Segunda Guerra Mundial, a crear la *Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer* en febrero de 1947, formada por 15 representantes, todas ellas mujeres. En la Asamblea General celebrada en 1972 con motivo de su 25 aniversario, se puso de manifiesto que a pesar de haberse conseguido algunos avances e incorporado estas ideas a la Declaración de los Derechos Humanos, la discriminación seguía siendo muy general, tomando la decisión de declarar 1975 como el Año Internacional de Naciones Unidas para la Mujer; organizando simultáneamente una Conferencia Mundial Sobre las Mujeres, que se celebró en México y fue la primera de las cuatro celebradas hasta ahora. Igualmente se declaró el periodo 1975-1985 *El Decenio de Naciones Unidas para el Avance de las Mujeres*, se crearon organismos sobre diversas cuestiones y se impulsó la investigación sobre la situación femenina en el mundo para promover no solo el bienestar sino la igualdad real entre los dos géneros, de modo que la ONU avalaba y legitimaba las denuncias y reivindicaciones de los movimientos feministas. A esa primera conferencia pudieron asistir, además de las delegadas, 4.000 mujeres gracias a las tribunas brindadas a las ONG's (GIMÉNEZ ARMENTÍA, 2007).

Las sucesivas conferencias celebradas en Copenhague (1980), en Nairobi (1985) y en Beijing (Pekín) en 1995, avanzaron en acciones y declaraciones, siempre con



el Foro paralelo de las ONG's. En la Declaración y Plataforma de Acción de esa IV Conferencia de Beijing, las mujeres de los países en desarrollo instaron por poner el acento en las diferencias a las que se ha aludido más arriba, considerando que había quedado enmascarada por la labor de las mujeres del primer mundo, pioneras en la defensa del género, recogiendo explícitamente esta idea de la diversidad en el punto 4 de la Resolución de dicha Conferencia (Comisión de las Naciones Unidas, 1995; Fundación Cumbre Mundial de la Mujer WWSF, 2013). Es a partir de este momento cuando se plantea, igualmente, el papel específico de las mujeres rurales, siendo el Foro de las organizaciones no gubernamentales quien señala su papel en el mundo y propone la celebración del Día de la Mujer Rural, fijando como fecha el 15 de octubre, un día antes del Día Internacional de la Alimentación, buscando resaltar el papel que han tenido siempre en el desarrollo sostenible, la producción y aseguramiento de alimentos en el mundo, actividades que normalmente pasan desapercibidas (FLORES PUIG, 2012).

A partir de esa fecha se han organizado celebraciones y acontecimientos en más de 100 países alrededor del mundo. La Fundación Cumbre Mundial de la Mujer también publica, cada año "una Carta Abierta a las Mujeres Rurales del Mundo" con un tema preciso, que son enviadas a unas 20.000 ONG's, a las organizaciones de desarrollo y de derechos humanos y a los medios de comunicación (Fundación Cumbre Mundial de la Mujer WWSF, 2013). Más recientemente, en 2008, la ONU ha asumido igualmente las condiciones específicas en que se desarrolla la vida y la actividad de las mujeres rurales y declara esa misma fecha de 15 de octubre de cada año Día Internacional para las Mujeres Rurales. En España esta celebración cuenta ya con varias convocatorias, aun antes de la declaración oficial de la ONU, siendo la Asociación de Mujeres y Familias del Ámbito Rural (AMFAR), fundada en 1991, la primera en promoverla, con el apoyo de las federaciones de Desarrollo Rural y del Ministerio para la Igualdad.

También los Objetivos del Milenio (2000-2015) tienen como tercer objetivo "Promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer", prestando especial atención a las mujeres rurales, especialmente a las del mundo en vías de desarrollo, cuya situación está todavía muy lejos de conseguir la igualdad, el bienestar y el grado de desarrollo adecuado, pese a los avances a los que se refiere el Informe de 2013 en el acceso a la enseñanza de las niñas o el avance en el terreno laboral, con diferencias muy notables entre países. Pero la posibilidad de tomar decisiones, acceder a estudios superiores o tener oportunidades de empleo, tal como señala dicho Informe, deja mucho espacio para lograr mejoras.



En suma, podemos preguntarnos por qué todavía, a estas alturas del siglo XXI y después de tantas declaraciones, resoluciones y manifiestos es necesario dedicar un día a las reivindicaciones de las mujeres rurales, incluso en los países desarrollados. Es evidente que desde los organismos de las Naciones Unidas y otros como la CEPAL y la propia Unión Europea reconocen que hay que seguir actuando para conseguir que la mitad del género humano tenga igual reconocimiento que la otra mitad, especialmente en el medio rural, donde todavía queda mucho por hacer en materia de visibilidad, igualdad de oportunidades y empoderamiento, pese al reconocimiento de la labor histórica de las mujeres y su importancia actual para el mantenimiento de la familia y la economía de los pueblos. Así, en 2002, en el Consejo de Ministros de Agricultura de la Unión Europea reconocieron que las mujeres desempeñan un papel clave en la vida de las comunidades rurales, más allá de su vinculación a la actividad económica, sea en la agricultura o en otros trabajos, ya que participan en mayor medida que los hombres en la vida familiar y en la de sus pueblos, debiendo conciliar la vida familiar y laboral. Del mismo modo se puso de relieve que más de un tercio del trabajo agrícola lo ejercen las mujeres aunque mayoritariamente trabajan a tiempo parcial, las asalariadas permanentes proporcionan dos tercios del trabajo femenino, una de cada cinco explotaciones está dirigida por ellas, siendo su tamaño inferior al de las regidas por hombres, mientras una de cada dos es cónyuge del titular y trabaja como tal, obviando la titularidad compartida (FERNÁNDEZ LANDAURO, 2002).

Y no puede ignorarse que las mujeres rurales son las principales suministradoras de alimentos, tanto en muchos países de África en los que aportan entre el 60 y el 80% de la mano de los que producen, como en el Caribe, donde encabezan aproximadamente el 30% de las labores rurales, o en Asia donde aportan el 50% de la producción regional. En 2010 la FAO señalaba que en América Latina y el Caribe las mujeres rurales –que suman más de 60 millones– son responsables de más de la mitad de la producción de alimentos, desempeñan un papel importante en la preservación de la biodiversidad y garantizan la soberanía y seguridad alimentaria desde la producción de alimentos saludables. Sin embargo, viven en situación de desigualdad social, política y económica con apenas el 30% de titularidad de la tierra, del 10% de los créditos y del 5% de la asistencia técnica. Por ello afirma que es necesario trabajar en políticas públicas para promover la igualdad de género en el mundo rural.



Pero, como señala QUINTILLANA (2002), pese a hablar en todos los foros del papel protagonista de las mujeres en el desarrollo rural, todavía les afecta una doble discriminación: por ser mujeres y por ser rurales. El Diagnóstico de la Igualdad de Género en el Medio Rural, publicado por el MARM (2011), reconoce, igualmente, que en ese medio, las desigualdades de género se ven acentuadas, y a pesar de las muchas políticas y actuaciones puestas en marcha, queda mucha distancia por acortar.

Así que es imprescindible que en el día que internacionalmente se les dedica, las reivindicaciones vayan acompañadas de acciones.

3. La situación actual de las mujeres rurales en España: luces y sombras

Al finalizar la década de los noventa del pasado siglo, algunos estudios estimaban, a partir del Padrón de 2000, que en España había unos cinco millones de mujeres en municipios no urbanos, incluyendo en este concepto la clasificación del INE que considera claramente rurales los de menos de 2.000 habitantes e intermedios los que tienen entre 2.000 y 10.000. Esto significaba que un 23% del total de mujeres empadronadas en España podían considerarse rurales, aunque solamente un 7% residían en los municipios más pequeños (ALARIO TRIGUERO, 2002; MARTÍNEZ LEÓN y MIGUEL GÓMEZ, 2000). Pero en 2013 se ponían de manifiesto que en los municipios calificados como rurales esta cifra había disminuido hasta poco más de 2,7 millones, mientras se había incrementado ligeramente en los intermedios semiurbanos hasta superar los 7 millones (*figura 1*). Es, por tanto, una cifra elevada, pero también se ha constatado que la pérdida de población femenina por emigración es uno de los principales problemas del medio rural, ya que sin mujeres en edad activa y reproductora, los pueblos están abocados a una muerte biológica, sobre lo que ya se ha llamado reiteradamente la atención tanto en la UE como en España, donde la proporción de mujeres en las zonas rurales se reduce aún más en el grupo de edades comprendidas entre 25 y 44 años. La situación se agrava en las zonas rurales aisladas, donde ya en 1998, la proporción de mujeres de 25 a 44 años era sólo del 40% (COMISIÓN EUROPEA. DIRECCIÓN GENERAL DE AGRICULTURA, 2000; ALARIO TRIGUERO, 2002). Otro tanto ocurre de Aragón, donde entre 1998 y 2007, la población femenina en los pequeños municipios pasó del 48,5% al 47,4% sobre el total censado y en los intermedios del 49,4 al 48,4, pese a haberse incrementado el número de habitantes en la mayoría de éstos (FRUTOS, CASTELLÓ, HERNÁNDEZ, 2008).



Figura 1. Mujeres empadronadas en España por zonas. 2000-2013

ESPAÑA	2000	%mujeres 2000*	total 2013	% mujeres 2013*
TOTALES/% mujeres	40.499.790	51,06	47.129.783	50,78
Zona Urbana(1)	30.796.529	51,48	37.316.525	51,20
Capital	13.906.345	52,47	15.127.527	52,40
Zona Intermedia (2)	6.663.168	50,07	7.039.499	49,63
Zona Rural (3)	3.040.093	48,96	2.773.759	48,05
Municipios > de 101 hab.	55.828	46,35	70.230	43,63
Municipios 101 a 500 hab.	713.858	48,12	668.369	46,82

1)municipios de más de 20.000 hab.; 2) municipios de 2001 a 20.000; 3) municipios de menos de 2000

* Los % se refieren al número de mujeres en relación con los hombres en cada zona

Fuente: Inatituto de la Mujer, según datos de los Padrones del INE, 2014

Este déficit femenino en el medio rural se debe fundamentalmente a la emigración y es selectivo, porque afecta a las más emprendedoras o formadas dejando una muesca en las pirámides de edades que en los datos estadísticos queda enmascarada por la mayor longevidad de las mujeres y un porcentaje más alto de ellas que de hombres en la cúspide de esas pirámides. Las consecuencias demográficas son claras: índice de feminidad bajo, especialmente entre los 20 y los 50 años, baja natalidad y, en suma, desequilibrio que igualmente afecta a la vida social, la estabilidad y futuro de los pueblos y el desarrollo. Así, como señalan MARTÍNEZ LEÓN y MIGUEL GÓMEZ (2000: 3) “el perfil típico de la mujer rural es el de una mujer casada de 50 años, con una media 2,3 hijos y que dedica diariamente cinco horas a actividades fuera del hogar y ocho a las tareas domésticas”, aunque no todas ellas trabajan fuera de casa. Hay alguna diferencia entre las mujeres casadas y solteras, como es lógico (*figura 2*).

Figura 2. Situación laboral de las mujeres rurales

situación	casadas	solteras
trabajo doméstico	37,7	6,2
trabajo con o sin contrato	47,9	54,4
desempleo	10,1	19,6
pensionista	3,6	3,4
estudiante	0,3	15,7

Fuente: MARMA. Diagnóstico de igualdad de género en el m. rural. 2011



Una de las causas principales de esa pérdida de población femenina es la falta de oportunidades de empleo, sumándose a ello la propia estructura social y el rol adjudicado tradicionalmente a ellas. En Aragón, esto se evidencia en la baja Tasa Femenina de Actividad en las zonas calificadas como rurales, predominantemente en torno al 25-35%, muy inferior a la media nacional del 51% en 2013, pese al notable incremento del último decenio. En contraste, la proporción de mujeres denominadas inactivas, dedicadas al trabajo en su hogar, constituyen el grueso de esta categoría y de la población femenina. Sirva de ilustración la selección de comarcas aragonesas que expresa la *figura 3* (FRUTOS, CASTELLÓ, HERNÁNDEZ, 2006). Ambas situaciones son similares a las nacionales y apenas se han modificado en estos años de crisis hasta mediados de 2014.

Figura 3. Indicaciones sobre la actividad laboral femenina en zonas rurales aragonesas

1.Comarcas rurales	tasa actividad	R. general*	agrario ajena	agrario propia	R. autónomo	% paro **
Campo de Belchite	29,2	46,6	11,5	14,4	32,6	67,9
Matarranya	29,2	53,5	3,9	36,6	34,7	45,9
Maestrazgo	28,6	38,1	4,3	30,1	30,4	49,4
Gudar-Javalambre	34,2	35,2	16,4	33,5	30,1	52,8
2.Comarcas rurales	tasa actividad	R. general*	agrario ajena	agrario propia	R. autónomo	% paro **
Sobrarbe	36,1	46,9	0,0	14,5	29,2	53,1
Campo de Daroca	26,9	37,3	19,6	15,9	30,0	57,8
Bajo Martín	27,6	26,5	10,8	24,3	35,4	64,3
3.Comarcas rurales	tasa actividad	R. general*	agrario ajena	agrario propia	R. autónomo	% paro **
La Litera	34,2	33,2	22,1	20,6	30,1	60,9
Monegros	28,9	42,9	16,7	30,5	25,8	58,5
Caspe	36,4	45,0	17,9	18,5	34,3	63,2
Valdejalón	35,4	38,1	4,3	13,4	30,4	57,2
Jiloca	28,1	34,0	11,1	29,4	31,6	51,0
medias Aragón	48,0	41,8	19,5	24,1	31,3	54,9

* Los valores de los regímenes de la SS, en % sobre el total de cada uno; ** % de parados sobre el total de parados

1: Comarcas con todos los municipios de menos de 2000 habitantes; 2: con solo la cabecera de más de 2000 habitantes

3: cabecera y uno o dos municipios de mas de 2000 sin llegar a 10.000 habitantes

Fuente:Frutos, Castelló, Hernández, 2006. datos del INE, diciembre de 2007 y enero de 2008.

Aunque el medio rural, en general ha expulsado una cantidad de población a lo largo del último medio siglo que en algunos casos alcanza el 60 ó 70% del censo, las mujeres han participado más intensamente en esa huida. Las causas de esta emigración femenina han sido reconocidas por todos los estudiosos del tema, y se mantienen pese a la mejora en las últimas décadas: las características socioeconómicas del medio rural condicionan la participación de las mujeres en la vida económica y su visibilidad, a eso se suma el gran peso de las empresas



familiares y de los autónomos, donde las mujeres ocupan una posición de “ayuda” poco reconocida y condicionada por las relaciones familiares, la menor participación del trabajo asalariado, la baja cualificación de muchas de ellas y, esencialmente, la menor oferta de puestos de trabajo, en muchos casos con contratos estacionales o poco adecuados para las que han alcanzado estudios superiores, bajos salarios y escasa consideración social. A esto podemos sumar la tradición de que las explotaciones agrarias fueran regentadas por varones y el concepto, no adscrito solamente al medio rural, de la existencia de una segregación horizontal, con trabajos “femeninos” y “masculinos” (COMISIÓN EUROPEA, 2000; LANGREO, 2005; AÑOVER, 2012, entre otros). Por esta razón, el perfil predominante de las mujeres residentes en el medio rural es el de ama de casa dedicada a las tradicionales tareas de reproducción y cuidado, no solo en los países en vías de desarrollo sino en los desarrollados, incluyendo España. No obstante algo se mueve en este medio rural y algunas pioneras han visto oportunidades y han decidido emprender tanto trabajos agropecuarios como de servicios y, en menor medida, industriales.

3.1. Las mujeres agricultoras y ganaderas

En todos los casos, la población activa femenina en el sector agropecuario español es muy inferior al número de hombres, como resultado de una estructura socioeconómica histórica y estereotipada, aunque hay diferencias regionales significativas, en función de esa misma estructura social y el sistema agrario correspondiente (*figura 4*).

Esa misma estructura ha relegado a las mujeres a la jefatura de las explotaciones en toda Europa, no superando el 30% del empoderamiento respecto a los hombres, salvo en un caso aislado, como el de Letonia, donde no obstante, no se alcanza el 50%. En España la discriminación se mantiene pues si en 1991 el 36% de las explotaciones agrarias estaban regidas por mujeres, en 2009 era solamente el 21%, gestionando sobre todo explotaciones de menos de 5 hectáreas y en muchos casos solo nominalmente dueñas de la explotación, alcanzada por viudedad, como queda patente en la *figura 5*. Además, tal como señalan MARTÍNEZ LEÓN y MIGUEL GÓMEZ (2000), del total de explotaciones españolas que cuentan con una mujer como titular, el 71% se encuentra en zonas desfavorecidas, de montaña o marginales.

Sin embargo, los censos agrarios incluyen un alto porcentaje de mano de obra familiar, calificada como “ayuda”, constituida esencialmente por las cónyuges. En 1999 el 62% de esa ayuda eran mujeres, especialmente en explotaciones



Figura 4. Población activa agraria femenina sobre el total del sector

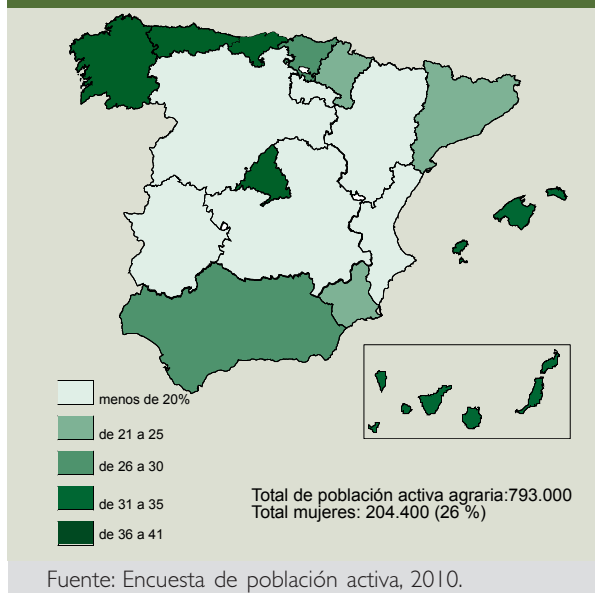
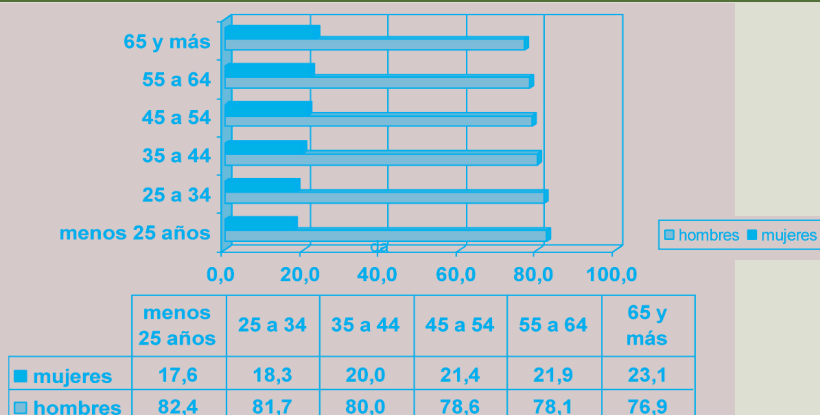


Figura 5. La jefatura en las explotaciones agrarias españolas por sexos



Fuente: Censo Agrario de 2009. Elaboración propia.



Figura 6. La ayuda familiar (cónyuges) en las explotaciones agrarias españolas



Fuente: Censo Agrario de 1999. Elaboración propia.
% sobre las explotaciones censadas

con tierras (figura 6). El Censo de 2009 recoge de otro modo la información, pero sigue constando que la mano de obra femenina representaba una parte importante del tiempo trabajado.

De estas trabajadoras de la empresa agraria familiar, se estima que el 82% no perciben remuneración alguna por su actividad y, de éstas, casi un 60% no cotiza a la Seguridad Social (MERINO CHACÓN, 2002). Por esta razón, la Unión Europea ha trabajado en las últimas décadas en elaborar normas para estas cónyuges, cuyo fin último es la obtención de la titularidad compartida, que también ha sido una de las grandes e históricas reivindicaciones de AMFAR, ya que no solo visibiliza el trabajo realizado por las mujeres en el campo, sino que permite que tengan sus propias prestaciones sociales y el disfrute de sus propias prestaciones sociales, ya que hasta hace unos pocos años esta opción les estaba negada, quedando adscritas a la seguridad social del marido. Sin embargo hasta ahora el efecto en España no ha sido todo lo eficaz que se esperaba, quizá porque la crisis hace que resulte difícil abonar las cuotas correspondientes, o porque no todas las mujeres de agricultores que apoyan la explotación con su trabajo son conscientes de lo que supondría para ellas (MARTÍNEZ LEÓN y MIGUEL GÓMEZ, 2002; MUÑIZ ESPADA, 2002; AMFAR, 2014).

El otro gran reto de las agricultoras y ganaderas que trabajan por cuenta propia es ganar protagonismo en las cooperativas, porque hasta ahora su situación



en ellas y en las organizaciones profesionales agrarias, tal como señalaba LANGREO (2005) hace casi una década, es un reflejo de lo que pasa en el conjunto del sistema agrario, donde la presencia en ellas es menor que la de los hombres, y la situación apenas se ha modificado.

Sin embargo, no se puede decir que no haya emprendedoras, generalmente bastante jóvenes, que han tomado las riendas de explotaciones ganaderas y agrícolas, muchas veces con el marchamo ecológico y de sostenibilidad del medio ambiente. Su ejemplo ha de ser difundido y en el día de la mujer rural hay que demostrar qué capacidad existe y apoyar a las emprendedoras.

3.2. Otras oportunidades: empleadas y autónomas en actividades no agrarias

Como se ha advertido más arriba, la falta de oferta de trabajo en el medio rural ha impulsado a las mujeres a emigrar hacia las ciudades, en busca de oportunidades acordes con sus expectativas y/o con su formación, ya que el número de mujeres de origen rural cualificadas, como ya se apuntó, es significativo. Porque muchas de ellas tienen estudios medios o superiores, especialmente en edades comprendidas entre los 25 y los 45 años.

Una oportunidad tradicional de conseguir algunos ingresos propios y un cierto grado de empoderamiento es el llamado trabajo informal o trabajo a domicilio, que ha ocupado desde hace décadas a una parte de la población femenina en zonas rurales próximas a áreas urbanas, con industria de confección, de cuero y calzado, de juguetes etc, constituyendo un tipo de trabajo claramente generizado. Tal como indica LORÉS (1997), este tipo de actividad “se mantiene por la falta de regulación efectiva, los bajos costes laborales y la existencia de grandes bolsas de mano de obra muy poco cualificada. Por su parte, ellas ven en la flexibilidad de horarios la mayor ventaja, ya que les permite obtener ingresos y compatibilizar el trabajo con el que realizan para la familia”. Pero también alimenta un segmento de la economía sumergida pues no siempre tienen seguridad social y aunque existen ventajas para esas mujeres, tal como se ha dicho, también inconvenientes, como el necesitar un espacio en su domicilio y a veces la maquinaria pertinente, largas jornadas laborales al compatibilizar la actividad productiva y reproductiva y tener que hacer entregas a plazos fijos, aislamiento, subempleo por los bajos salarios y precariedad.

Pero también hay actualmente más mujeres que quieren quedarse en el pueblo, bien sea como empleadas de alguna de las empresas existentes, casi siempre de



servicios, o montando su propio negocio, contando con la ayuda prestada por los programas de desarrollo rural, con el apoyo familiar o por sus propios medios. Esta diversificación de la actividad femenina en el medio rural, con sus luces y sombras, como señalaba SABATÉ (1992) hace ya más de una década, ha permitido visibilizar a las mujeres, pero todavía queda mucho por investigar en torno a este tema, aunque hay ya bastantes trabajos que con mayor o menor profundidad han indagado en las oportunidades que existen, la toma de decisiones de estas mujeres, el tipo de negocio en el que trabajan y las dificultades o estímulos que se han encontrado en el proceso, especialmente al poner en marcha un negocio propio (BAYLINA y GARCÍA RAMÓN, 2000; LANGREO NAVARRO y BENITO GARCÍA, 2005; ALARIO, PASCUAL y BARAJA, 2009; SAMPEDRO, 2007; AÑOVER, 2012, entre otros).

La toma de decisiones está claramente relacionada con el deseo de ser independientes económicamente, de realizarse como personas y de poner en valor lo que saben hacer. Posiblemente por eso entre los sectores posibles de ocupación es el sector servicios el que supone la cifra más alta de empleo o emprendimiento, en torno al 70%, en la línea del papel tradicional de cuidadora, en guarderías o residencias de mayores, o de los trabajos considerados típicamente femeninos, como administrativa, peluquera, dependienta o propietaria de pequeño comercio, y sobre todo el turismo. Un segmento muy reducido de estas mujeres ejerce su profesión liberal y a la vez reside en el medio rural, sean médicas, farmacéuticas o veterinarias, a las que hay que sumar las dedicadas a la enseñanza. El resto se divide entre la industria, en buena medida relacionada con la agricultura, que muchas veces tiene carácter temporal; la ocupación más alta en éste se da en Cataluña, Castilla-La Mancha, Murcia, Navarra, Comunidad Valenciana, La Rioja y Aragón (LANGREO NAVARRO y BENITO GARCÍA, 2005). También la artesanía se ha incrementado, con fuertes lazos con el turismo y apoyo de las Iniciativas LEADER o los Programas de Desarrollo Rural. La construcción supone un porcentaje muy bajo pero interesante por lo novedoso.

Una actividad relativamente reciente es el teletrabajo, sea por cuenta ajena o, las más de las veces, por cuenta propia, que se incorpora tímidamente al medio rural en España a partir de los años 70. Para que las mujeres rurales puedan desarrollar actividades de este tipo se precisa una buena cobertura informática, cosa que no siempre ocurre en los pueblos, especialmente en los más pequeños. También aquí se observa la segregación horizontal (*figura 7*), tal como algunos estudios han puesto de manifiesto, con una fuerte terciarización (CABALLÉ, 2000; BLANCO ROMERO, 2000).



Figura 7. Teletrabajo por sectores y sexos	
Secretaría, administración	100% mujeres
Consultoría, proyectos	15% mujeres
Educación, formación	60% mujeres
Venta, marketing	35% mujeres
Servicios financieros	2% mujeres
Investigación, periodismo	65% mujeres
Traducción, grafismo	65% mujeres
Fuente: Blanco Romero, 2000.	

El teletrabajo tiene algunas de las ventajas e inconvenientes del trabajo a domicilio: permite fijar el domicilio libremente, flexibilidad horaria, compatibilizar la vida familiar y el trabajo pero también aislamiento, dificultad para promocionarse e inseguridad laboral.

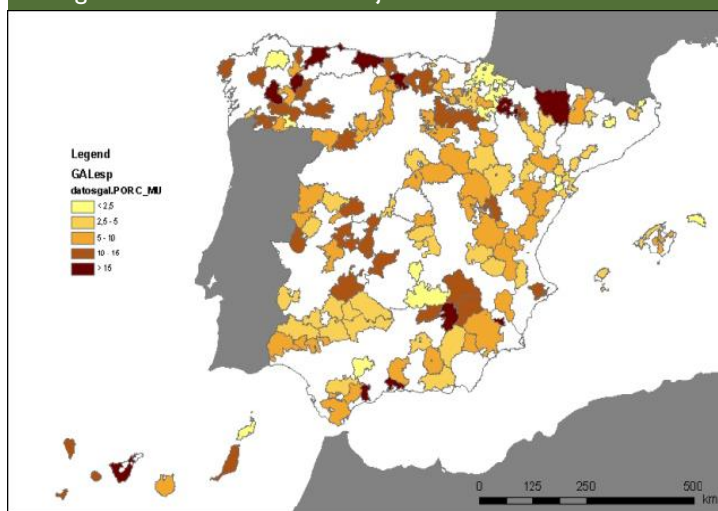
En cuanto a las autónomas, verdaderas emprendedoras en la dinamización del medio rural, dentro del esquema general del tipo de negocios que ponen en marcha, con o sin apoyo de las instituciones y solventando los problemas que este emprendimiento conlleva, las hay en todas las regiones españolas, tal como se pone de relieve en numerosos trabajos sobre el tema ya citados.

La Unión Europea ha tratado de fomentar la incorporación de las mujeres al mercado laboral, especialmente como emprendedoras o autónomas, a través de los Planes de Desarrollo Rural y de iniciativas diversas de entre las cuales destacan ECUAL, NOW y LEADER, gestionada ésta última en sucesivas convocatorias por los Grupos de Acción Local (GAL). Sobre los resultados y acciones de estos Programas e iniciativas en el conjunto del desarrollo rural se ha escrito mucho, pero no tanto sobre el papel de las mujeres rurales en ese desarrollo. Y sin embargo, como indica OLMO (2002), NOW II ha permitido mediante, la formación, la orientación profesional y el estímulo a las empresarias, la creación de más de 60 empresas en sectores como artesanía, turismo rural, alimentación o geriatría. Igualmente a través de las ayudas posibles de los LEADER, ellas han invertido en pequeños negocios en un porcentaje significativo, como ilustra la *figura 8*, aunque solo se refiera a un periodo.

Para ese periodo, los expedientes de solicitud fueron el 35,8% sobre el total y las inversiones supusieron el 35% del periodo y se orientaron sobre todo a turismo (66%), pero también en PYMES (19,4) y en valoración de



Figura 8. Inversión de las mujeres rurales en LEADER II



Porcentajes sobre el total invertido en el total de empresas acogidas al LEADER II

Fuente: Mujeres emprendedoras en el desarrollo rural.

Atlas Regional de España. 2004-07. Ministerio de Trabajo y Asuntos sociales. Instituto de la Mujer.

productos agrarios (9%), muy por encima de la media de las inversiones totales en esas Medidas. En Aragón las comarcas adscritas a las Iniciativas LEADER se han multiplicado desde el arranque en el periodo 1995-1999 hasta el actual, cubriendo todo el territorio. Algunos datos elaborados por FRUTOS, CASTELLÓ, HERNÁNDEZ (2006) dan fe de la acogida que han tenido entre las mujeres rurales (*figuras 9 y 10*).

Figura 9. Proyectos en el mundo rural aragonés (1996-2006)

Iniciativas	TOTAL	MUJERES	MUJERES/TOT
LEADER II	3.428	286	8,3
LEADER+	3.041	337	11,1
PRODER	1.566	169	10,8
TOTAL	8.035	1.341	16,7

Fuente: Gobierno de Aragón (Leader+ y Proder)
Martínez Garrido (dir.), 2007 (LEADER II). Elaboración propia



Figura 10. Inversiones totales en proyectos (1996-2006)

Iniciativas Europeas	TOTAL	MUJERES	MEDIA PROYECTOS TOTALES	MEDIA PROYECTOS MUJERES
LEADER II	167.502.257	12.174.593	48.863	42.569
LEADER+	245.787.537	22.844.472	80.825	67.788
PRODER	115.844.310	12.937.817	73.975	76.555
TOTAL	525.134.105	47.956.882	65.356	35.762
Fuente: Gobierno de Aragón (Leader+ y Proder), Martínez Garrido (dir) (2007) (Leader II)				

Una de las cuestiones que deben abordarse todavía es el estímulo al asociacionismo y el trabajo en red. De hecho, aunque las mujeres rurales ya participan en muchas asociaciones, pocas veces lo hacen en agrupaciones profesionales o en cooperativas y apenas están presentes en las relacionadas con el desarrollo económico, como los GAL y PRODER [distintas (LANGREO NAVARRO y BENITO GARCÍA, 2005)].

Así, a pesar del panorama poco atractivo que ofrece el medio rural a las mujeres, éstas han asumido los retos de participar en su desarrollo personal y local. No obstante, queda mucho por hacer y, por ello, sigue siendo importante, aún en los países desarrollados, dedicar un día a visibilizarlas, ya que ellas constituyen el mayor capital humano en que se puede apoyar ese mundo rural (OLMO, 2002) y, como afirma ALARIO (2002), las nuevas generaciones de mujeres rurales no aceptan los modelos tradicionales de inserción en el medio a través del matrimonio y de un trabajo reproductivo, complicado con la ayuda familiar en explotaciones agrarias y empresas familiares, buscando romper estos roles con la formación que las habilite para otros trabajos o la búsqueda por ellas mismas de otras salidas.

A modo de conclusión

Todo lo expuesto anteriormente nos permite afirmar, parafraseando a FERNÁNDEZ LANDAURO (2002), que el futuro del mundo rural depende en buena parte del papel que se otorgue a las mujeres y a los servicios y de las medidas que se ofrezcan para ejercer su vida profesional y personal, sin limitaciones. Y es, sin duda, una tarea pendiente, en la que ellas deben tener un papel activo que les permita abordar mejor los retos a los que se ha aludido y a la vez mentalizar a la sociedad y a las administraciones de lo que está en juego, que no es sino ese futuro.



También puede asegurarse que sigue vigente la idea que al respecto expresó el Secretario General de las Naciones Unidas Kofi Annan, en el análisis del Estado de la Población Mundial de 2005: el empoderamiento de las mujeres puede ser uno de los motores más eficaces del desarrollo.

Podemos terminar con una frase tomada de Javier Rico, en el Foro sobre Desarrollo Rural, celebrado en Cáceres en 2010: el futuro ya está aquí y las mujeres quieren pilotarlo.

Referencias bibliográficas

- ALARIO TRIGUERO, M. (2002): Retos y oportunidades de las mujeres jóvenes en el medio rural. En *Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural. Jornada Temática sobre políticas de relevo generacional e incorporación de la mujer al mundo rural*. Madrid, 2002.
- ALARIO, M., PASCUAL, H. y BARAJA, E. (2009): Segregación laboral de las mujeres en la industria rural: el caso de Castilla y León, *Boletín de la AGE*, nº 50, pp. 173-192.
- AÑOVER, M. (2012): *Mujeres empresarias: Acciones y estrategias en Aragón*. Tesis doctoral.
- ASOCIACIÓN DE MUJERES Y FAMILIAS DEL ÁMBITO RURAL AMFAR (2014): La titularidad compartida. www.mujerrural.com
- BAYLINA, M., GARCÍA RAMÓN, M. D. (eds.). (2000): *El nuevo papel de la mujer en el desarrollo rural*. Barcelona. Oikos-Tau.
- BLANCO ROMERO, A. (2000): Mujer y teletrabajo. En BAYLINA, M., GARCÍA RAMÓN, M. D., (eds.) (2000). *El nuevo papel de la mujer en el desarrollo rural*. Barcelona. Oikos-Tau, pp. 311-326.
- CABALLÉ I RIVERA, A. (2000): El teletrabajo entendido como forma de trabajo. En BAYLINA, M. GARCÍA RAMÓN, M. D., (eds.) (2000): *El nuevo papel de la mujer en el desarrollo rural*. Barcelona. Oikos-Tau, pp. 291-310.
- COMISIÓN EUROPEA. DIRECCIÓN GENERAL DE AGRICULTURA (2000): *Participación de las mujeres en el desarrollo rural. Un futuro cierto para la Europa rural*. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.
- FAO. SOFA (2010): El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2010-11. Las Mujeres en la Agricultura. <http://www.fao.org/publications/sofa/es/>
- FERNÁNDEZ LANDAURO, I. (2002): Las mujeres rurales y la contribución al desarrollo del medio rural. En *Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural. Jornada Temática sobre políticas de relevo generacional e incorporación de la mujer al mundo rural*. Madrid.
- FLORES PUIG, Y. A. (2012): *¿Por qué celebrar el día internacional de la mujer rural?*. Oxfam México. <http://oxfamMexico.org/crece/por-que-celebrar-el-dia-internacional-de-la-mujer-rural/>



- FRUTOS, L. M., CASTELLÓ, A., HERNÁNDEZ, M. L. (2008): El déficit de población femenina y su importancia en los problemas demográficos estructurales de los espacios rurales: el caso de Aragón. En LÓPEZ TRIGAL, L., ABELLÁN GARCÍA, A., GORDEAU, D. (coord.): *Envejecimiento, despoblación y territorio*. León. Publicaciones de la Universidad de León, pp. 163-174.
- FUNDACIÓN CUMBRE MUNDIAL DE LA MUJER WWSF (2013): *Conferencias mundiales sobre la mujer*. <http://www.unwomen.org/es/how-we-work/intergovernmental-support/world-conferences-on-women>
- GIMÉNEZ ARMENTÍA, P. (2007): El decenio de las Naciones Unidas para el avance de las mujeres. *Mar oceana: Revista del humanismo español e iberoamericano*, pp. 53-68.
- LANGREO NAVARRO, A. (2005): Las mujeres en el medio rural y en la agricultura. *Agricultura Familiar en España. Foro de Cáceres: El Desarrollo Rural y Sostenible*. Cáceres. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. Versión pdf.
- LANGREO NAVARRO, A., BENITO GARCÍA, I. (2005): La mujer en la agricultura y en el medio rural. *Agricultura Familiar en España. Fundación de Estudios Rurales*, pp. 104-128.
- LORÉS DOMINGO, C. (1998): Género y Desarrollo rural. UNED. El línea, versión pdf.
- MARTÍNEZ LEÓN, I. M., MIGUEL GÓMEZ, M. D. (2000): La importancia de la mujer en el medio rural español. *Área temática IV. Igualdad de Oportunidades. Género*. En línea pdf.
- MERINO CHACÓN, M. D. (2002): Situación de la mujer rural española. En *Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural. Jornada Temática sobre políticas de relevo generacional e incorporación de la mujer al mundo rural*. Madrid.
- MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, MEDIO RURAL Y MARINO MARM (2011): *Diagnóstico de la Igualdad de Género en el Medio Rural*. Madrid.
- MUÑIZ ESPADA, E. (2002): Relaciones entre las experiencias agrarias y el mundo rural a través de la actividad de las mujeres. En *Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural. Jornada Temática sobre políticas de relevo generacional e incorporación de la mujer al mundo rural*. Madrid.
- NIETO FIGUERAS, N. (2006): Las mujeres y el cooperativismo en los procesos de desarrollo local. Algunos ejemplos de la provincia de Málaga, *Documents D'Anàlisi Geogràfica* 47, pp. 31-52.
- OLMO VAQUERIZO, T. (2002): El papel de las mujeres en el medio rural. En *Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural. Jornada Temática sobre políticas de relevo generacional e incorporación de la mujer al mundo rural*. Madrid.
- ONU MUJERES (2014): Hechos y Cifras. Empoderamiento económico. <http://www.unwomen.org/es/what-we-do/economic-empowerment/facts-and-figures#sthash.a5N07kfx.dpuf>



- QUINTANILLA BARBA, C. (2002): Las mujeres rurales construyen su futuro. En *Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural. Jornada Temática sobre políticas de relevo generacional e incorporación de la mujer al mundo rural*. Madrid.
- SABATÉ, A. (1992): Trabajo, género y diversificación económica en las zonas rurales. *Treballs de Geografia*, 44, pp. 99-107.
- SAMPEDRO, R. (2007): Mujeres empresarias en la España Rural. Sujeto pendiente de desarrollo. *Revista Internacional de Sociología* (RIS), V. LXV, 48, pp. 121-146.



“La participación de la mujer en los procesos de gobernanza de los territorios en los que vive, es fundamental. De ahí que, uno de los desafíos más significativos a los que deben hacer frente los próximos programas de desarrollo rural consista en localizar los obstáculos que se oponen a la plena participación de las mujeres en la vida económica y pública local, para así crear iniciativas específicas en su favor”.

María Luz Hernández Navarro

Profesora Departamento Geografía y Ordenación del Territorio
Universidad de Zaragoza

PERSPECTIVAS SOBRE EL PAPEL DE LAS MUJERES EN EL DESARROLLO LOCAL

María Luz Hernández Navarro¹

I. Introducción

En las últimas décadas, las mujeres rurales de toda Europa han sido factores clave en el desarrollo y la aplicación de estrategias de desarrollo local, que han mejorado sustancialmente tanto las condiciones de vida de los territorios rurales de la Unión Europea, como sus perspectivas de futuro. De alguna manera podría decirse que la evolución que ha ido sufriendo el concepto, los métodos y la práctica del desarrollo local en el medio rural y la cuestión de género, han sido hasta cierto punto complementarias y con un objetivo común, que es la mejora de las condiciones de vida de los territorios y, por lo tanto, de sus habitantes.

Hasta la década de los años 70 del siglo pasado, la cuestión de género era prácticamente ignorada en las políticas ligadas al desarrollo. Podemos situar la causa fundamental en el mantenimiento de los roles que tradicionalmente han ejercido las mujeres, ligados al entorno doméstico y cuyo mantenimiento no se cuestionaba, ni en los países más ricos ni en los más pobres. Baste señalar las dificultades que han sufrido las mujeres en relación con la titularidad o cotitularidad de las explotaciones agrarias y el trabajo desarrollado en las mismas.

1. Profesora Titular Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio. Universidad de Zaragoza.



En España se han realizado muchos estudios sobre el trabajo de las mujeres en las zonas rurales que muestran la relevancia del trabajo femenino para la supervivencia de la viabilidad económica de las explotaciones agrarias, mientras se ha estado infravalorando. Entre algunos de estos trabajos destacan los de GARCÍA RAMÓN y ot. (1994), GARCÍA RAMÓN y BAYLINA (2000).

Dada la importancia que tiene el trabajo en términos socioeconómicos y también en la propia valoración personal y social, los primeros estudios sobre mujeres en el mundo rural, se centraron en el mundo del trabajo (BAYLINA y SALAMAÑA, 2006). De la explotación familiar agraria se pasó a analizar la pluriactividad en las mismas explotaciones y a la posición de las mujeres en el mercado laboral en general y sus restricciones de acceso (ALARIO, 2009), de forma paralela a la evolución del concepto y los métodos del desarrollo local y el desarrollo rural. Por tanto, los análisis sobre los cambios económicos van de la mano con los estudios sobre las estrategias de supervivencia de las zonas rurales, su desarrollo y su futuro, en el contexto de la desagrarización y de las nuevas funciones y usuarios de lo rural (BAYLINA y SALAMAÑA, 2006).

En definitiva, las mujeres son un grupo heterogéneo y muy diverso dentro del mundo rural, tanto por su edad, por su formación, por sus aspiraciones, por sus circunstancias personales, familiares y profesionales y sus capacidades como por las propias características de los territorios en los que viven. Ahora bien, en colaboración con el conjunto de la sociedad, las mujeres han desarrollado estrategias innovadoras y competitivas y han mejorado las condiciones de vida en sus territorios. Para conseguir un desarrollo territorial duradero, es imprescindible el empoderamiento de las mujeres, que éstas desarrollen sus potencialidades, que participen en la vida socioeconómica de sus territorios y en la planificación territorial.

2. El enfoque local-rural y la perspectiva de género

El término **desarrollo** ha sufrido una metamorfosis como ninguna otra, desde hace poco más de medio siglo y son abundantísimos los estudios que se han ocupado de la cuestión (HIDALGO CAPITÁN, 2011; MARTÍNEZ COLL, 2001; CASTELLÓ, 2005, por citar algunos de ellos).

Frente a las ideas en las que el desarrollo era sinónimo de progreso, crecimiento económico e industrialización y era la locomotora de la economía,



pronto surgió una preocupación por los espacios que, por esa misma dinámica, iban quedando relegados. Y esa preocupación fue el germen que hizo crecer el desarrollo local. CALATRAVA (1995) indica que sus orígenes están en el desarrollo de comunidades tras la segunda guerra mundial y que surgió a la vez en dos países tan distintos como Estados Unidos y la India. En el primero para corregir los efectos de la industrialización en algunas zonas rurales y en el segundo para resolver los problemas de subdesarrollo del conjunto del país. Se ha de tener en cuenta que el planteamiento del desarrollo local no nació específicamente para zonas rurales, no obstante y por sus características, es en ellas donde alcanza mayor especificidad teórica y vigencia (CALATRAVA, 2002).

En la actualidad, el paradigma de desarrollo más extendido recupera la dimensión territorial, que considera el desarrollo integral del territorio como factor causal del desarrollo, superando el mero crecimiento. Hace referencia a un cambio social y se entiende como un proceso de mejora sostenible y diversificada, basada en la utilización de recursos propios, que implica reducción de las desigualdades entre territorios bien sean rurales o rurales y urbanos. Se trata de un **enfoque ascendente**, que favorece la inserción de lo local en lo global, traspasando así los límites del localismo y propiciando un desarrollo con rostro humano y sostenible, basado en la potenciación de las capacidades de las personas que habitaban en el territorio.

Es bien conocido que uno de los rasgos más definitorios del **desarrollo local** es la puesta en valor de los recursos endógenos que el modelo de desarrollo global de acumulación de industria y servicios en zonas urbanas no ha sido capaz de movilizar o que incluso los ha arrinconado y discriminado. Estos recursos han de ser reconocidos y valorados por la población de sus propios territorios, que han de movilizar tanto sus potencialidades materiales como las personales y su propia capacidad como sociedad. En la mayor parte de las ocasiones, el apoyo institucional es imprescindible.

Con mucha frecuencia, las potencialidades relacionadas con los recursos movilizables en las zonas rurales están ligadas, de alguna manera, a los roles de género vigentes en el sistema sociocultural de cada comunidad local y ésta es, entre otras, una razón por la que el tema de género en el desarrollo ha ido adquiriendo cada vez más relevancia conforme se ha ido profundizando, tanto en la evolución teórica del concepto como en su práctica, tanto en los países ricos como en los pobres (CALATRAVA, 2002).



Todos los autores que se ocupan del tema coinciden en que hasta los años 70 la **cuestión del género** fue prácticamente ignorada en las políticas de desarrollo. Todo lo más, se procuraron algunas acciones destinadas a mantener el rol que las mujeres jugaban en ese momento, dentro del enfoque que se llamó *Mujeres en el Desarrollo* (MED) (CALATRAVA, 2002; MARM, 2011a). En los años 80 surgió el enfoque *Género y Desarrollo* (GYD), con un cambio de enfoque en el planteamiento, incorporando el concepto de empoderamiento de las mujeres. Éste es un término acuñado en la Conferencia Mundial de las Mujeres en Beijing (Pekin) en 1995 para referirse al aumento de la participación de las mujeres en los procesos de toma de decisiones y acceso al poder. Y como es lógico, para conseguirlo es necesario identificar cuáles son las necesidades prácticas y estratégicas de las mujeres. En la actualidad y dando un paso más, el paradigma *Planificación de Género* (PD) considera que se ha de modificar el rol que juegan y han jugado las mujeres en la sociedad hasta lograr la igualdad entre hombres y mujeres, igualdad en la división del trabajo y capacidad de decisión en el hogar, igualdad en el mercado laboral y en la participación en los procesos de decisión sobre sociedades y territorios.

En definitiva, el desarrollo y el papel que juegan las mujeres en él han ido evolucionando desde las teorías ligadas a la modernización y al crecimiento económico, hasta la actualidad, más centrado en la mejora de la calidad de vida y el aumento del bienestar personal.

Todos los programas y planificaciones de desarrollo actuales, incorporan el enfoque de género como una exigencia. La *Declaración del Río* (1992), que asumió el desarrollo sostenible, reconoció también entre sus principios que las mujeres desempeñan un papel fundamental en el desarrollo y en la ordenación del medio ambiente, insistiendo en que la plena participación de las mujeres es imprescindible para alcanzar un desarrollo sostenible. La *Estrategia de Lisboa* (2000) y la *Estrategia Europea 2020* (2010), que da continuidad a la anterior, consideran que la igualdad entre hombres y mujeres supone una condición necesaria para lograr un crecimiento inteligente, sostenible e incluyente, que mejore el empleo y la cohesión social y territorial.

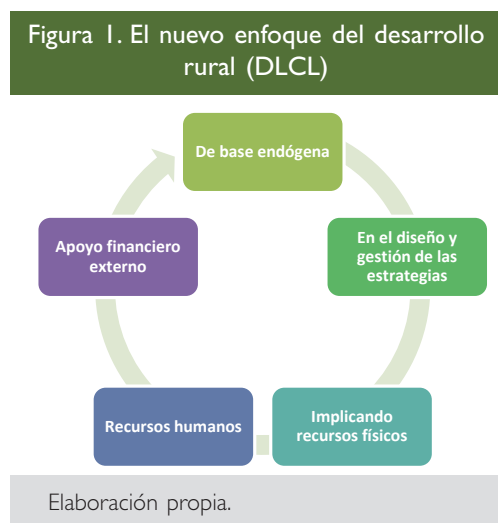
El principio de igualdad se aplica también en la política europea de **desarrollo rural**, que aparece por primera vez en el *Reglamento CE 1257/1999, sobre la ayuda al desarrollo rural a cargo del FEOGA*, que establece entre sus actuaciones que la eliminación de las desigualdades entre hombres y mujeres y el fomento



de iguales oportunidades para ambos mediante el apoyo a proyectos cuya iniciativa y ejecución corra a cargo de mujeres. Las orientaciones de la entonces Iniciativa Comunitaria **LEADER +** (2000-2006) establecen un *apoyo prioritario a las estrategias que tengan por objeto un incremento de las oportunidades de empleo y de las actividades destinadas a mujeres y jóvenes*. A partir de ahí los reglamentos posteriores que regulan el desarrollo rural se mantienen en el apoyo preferente a mujeres y jóvenes, hasta el actual *Reglamento UE 1305/2013* y la propuesta del *Programa de Desarrollo Rural de Aragón 2014-2020*, en nuestro caso.

En definitiva, si bien aunque los estudios teóricos han sido abundantes, y la declaración de intenciones, todavía mucho más, podemos decir que la cuestión de género todavía no se encuentra adecuadamente considerada en las políticas y estrategias de desarrollo rural, manteniéndose, en la mayor y mejor parte de las ocasiones, dentro de los primeros enfoques, es decir, programando acciones para incorporar a las mujeres dichos programas, otorgándoles ventajas, muchas veces económicas. Y lo mismo podríamos decir de los jóvenes.

En el último periodo de programación la Unión Europea pide a las autoridades nacionales, regionales y locales que apliquen el **desarrollo local conducido por las comunidades locales** (DLCL).



Este DLCL es un enfoque con base local, fundamentado en el territorio y protagonizado por la sociedad local. Por tanto, es importante el enfoque y el papel que tiene la sociedad local y sus actores en el diseño de las estrategias de desarrollo, unas estrategias basadas, principalmente, en la puesta en valor de los recursos existentes en el territorio (ESPARCIA y ESCRIBANO, 2013).

Este enfoque, muy basado en las enseñanzas de LEADER, puede suponer una nueva oportunidad para el empoderamiento de las mujeres y para que éstas desplieguen todas sus potencialidades en desarrollo local.



Figura 2. Principios del desarrollo local conducido por las comunidades locales



3. Algunas dificultades de las mujeres en el medio rural

La emigración de las mujeres hacia zonas urbanas ha provocado una masculinización y una escasa población femenina, sobre todo joven que dificulta el relevo generacional (MARM, 2011 b) y compromete el desarrollo (FRUTOS y ot. 2009a).

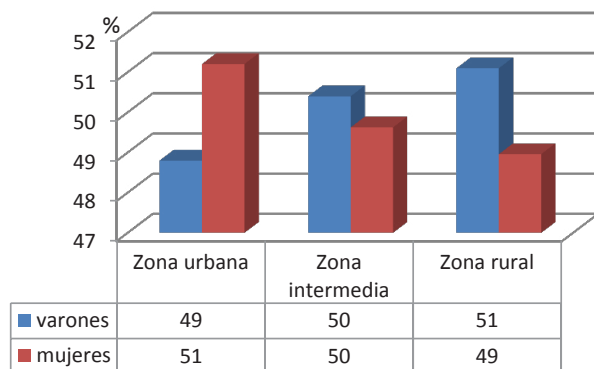
Este éxodo femenino, con su máxima expresión en los años 70, respondía también a un deseo de las mujeres de romper con su papel secundario en las familias ("ayuda agraria"). Lo que las llevó a buscar trabajos y salarios que les permitiesen su autonomía e identidad profesional.

La *figura 3* expresa el predominio de los hombres en las zonas rurales, fruto de la evolución sociodemográfica de las últimas décadas.

Las mujeres de las zonas rurales desean permanecer en sus pueblos y contribuir a mejorar las condiciones de la vida de los mismos, pero con frecuencia se enfrentan a situaciones que disminuyen su calidad de vida y que dificultan su permanencia. Veamos cuáles son algunas dificultades que han de afrontar las mujeres que viven



Figura 3. Porcentaje de hombres y mujeres, según zonas urbanas, intermedias y rurales en España. 2013



Elaboración propia.

en el medio rural (CE, 2000; GARCÍA SANZ, 2002; MARTÍNEZ y de MIGUEL, 2006; VILADOMIÚ y ot. 2010).

Las mujeres, sobre todo las más jóvenes, tienen una **formación** académica media o alta. Eso es una ventaja por cuanto capacita para el desarrollo de actividades profesionales y para su participación social. No obstante, no es sencillo que encuentren trabajos adaptados a su formación (GARCÍA SANZ, 2002; CE, 2000). Y por otro lado,

la necesidad de formación es una de las reivindicaciones tradicionales de las mujeres (MARTÍNEZ y DE MIGUEL, 2006), ya que ésta le permite adecuarse a las nuevas necesidades culturales, profesionales y organizativas. Esta ampliación de su formación es también imprescindible para que las mujeres puedan adaptarse a los cambios que está viviendo el mundo rural en las últimas décadas, e integrarse en la diversificación económica apoyada por las iniciativas públicas, como veremos algo más adelante. No sólo por las ayudas económicas que se pueden recibir, sino, sobre todo, por las posibilidades que ofrece el enfoque ascendente y participativo del método de desarrollo rural más extendido y aceptado en la actualidad.

Esta formación permite que algunas mujeres se replanteen en clave empresarial, actividades que han desarrollado las mujeres tradicionalmente, transformándolas en actividades económicas que pueden llegar a ser una importante fuente de ingresos y un condicionante de las decisiones de empresa, tradicionalmente masculinas (MILLAN, 2002).

La **falta de servicios**, en general, es otra de las dificultades, entre las que encontramos, además, tanto las **culturales, asistenciales, sanitarias, o de transporte**. En este último caso, agravado además, por la existencia de unos horarios no siempre



compatibles con las necesidades laborales, educativas o sanitarias. La encuesta que realizó el MARM (2011b) reveló que algo menos del 30% de los habitantes del medio rural estaban satisfechos con el transporte público o la atención a personas dependientes. La satisfacción con los servicios de atención a la infancia (42%), la sanidad (49%) o la educación (52%) es algo mayor, pero siempre se mantiene en niveles insuficientes.

La **falta de servicios asistenciales**, sobre todo para el cuidado de niños y mayores son uno de los frenos que experimentan las mujeres ante su incorporación al mercado laboral, frente a la aún dominancia del rol tradicional de las mujeres, dedicadas al cuidado de la casa y la familia. Sería beneficiosa la creación de centros locales de asistencia infantil, centros de día y microresidencias para la población dependiente de las mujeres (MARTÍNEZ y DE MIGUEL, 2006; MARM, 2011b; CASELLAS y ot., 2013). Ligada a estas cuestiones, las mujeres del medio rural demandan la existencia de posibilidades de empleo, también a media jornada.

En general, aun se sigue apreciando abundancia de economía sumergida y **precariedad** en el empleo, especialmente de mujeres (VVAA., 2011).

4. Algunos logros conseguidos

Muchas de estas dificultades, comunes a mujeres de todas las zonas rurales de España, Europa y también de Aragón, han sido, no obstante, el germen de la puesta en marcha de muchas actividades ligadas a programas de desarrollo rural (FRUTOS y ot. 2009b; HERNÁNDEZ y ot. 2013). En las últimas décadas se ha producido un proceso de desagrarización de la sociedad rural, y una diversificación económica paralela. Las renovadas relaciones entre lo rural y lo urbano posibilitan que aparezcan diferentes oportunidades de trabajo en el medio rural, por supuesto también para las mujeres, no desvinculadas de la propia iniciativa de este colectivo, que actúan como promotoras y que han tomado un mayor grado de protagonismo en la sociedad civil y en los procesos de desarrollo rural.

Hay que tener en cuenta que las Organizaciones de Mujeres Rurales están llevando a cabo una inigualable labor de movilización y concienciación social, trabajando para combatir las relaciones desiguales entre hombres y mujeres en el medio rural y promoviendo la incorporación de las mujeres en todos los ámbitos de la sociedad rural.



LEADER, como apoyo institucional, pero sobre todo como método, ha sido fundamental en la consecución de logros por parte de las mujeres rurales y del conjunto de la sociedad. Nació a principios de los 90 con el objeto de fomentar estrategias innovadoras de desarrollo sostenible y de calidad, y por tanto destinada a la experimentación de nuevas formas de valorización de patrimonio natural y cultural, de mejora de empleo y de la mejora de la calidad de organización de las respectivas comunidades rurales. Tras más de 20 años podemos afirmar que LEADER ha sido básico en el papel de las mujeres en desarrollo rural por dos motivos: LEADER ha sido y es uno de los pilares del desarrollo rural y de la **diversificación** económica y de la multifuncionalidad. Y, además, está favoreciendo la **participación** de las mujeres en los procesos de desarrollo de sus comarcas, promoviendo la creación de iniciativas empresariales innovadoras por parte de éstas.

En el último período de programación, y en consonancia con los principios de la Unión Europea en materia de desarrollo rural, se han priorizado las actuaciones llevadas a cabo por mujeres, aunque según veámos unos párrafos más arriba, este planteamiento de favorecer a las mujeres, como a los jóvenes, puede resultar insuficiente.

Los Grupos de Acción Local de toda España y en particular de Aragón, coinciden en valorar muy positivamente tanto la incorporación de un número creciente de mujeres en la gobernanza de las zonas rurales, como sus aportaciones. Ello ha propiciado también que cada vez sea mayor el número de mujeres que promueven proyectos en zonas rurales, incluidas las más despobladas (VV.AA., 2011).

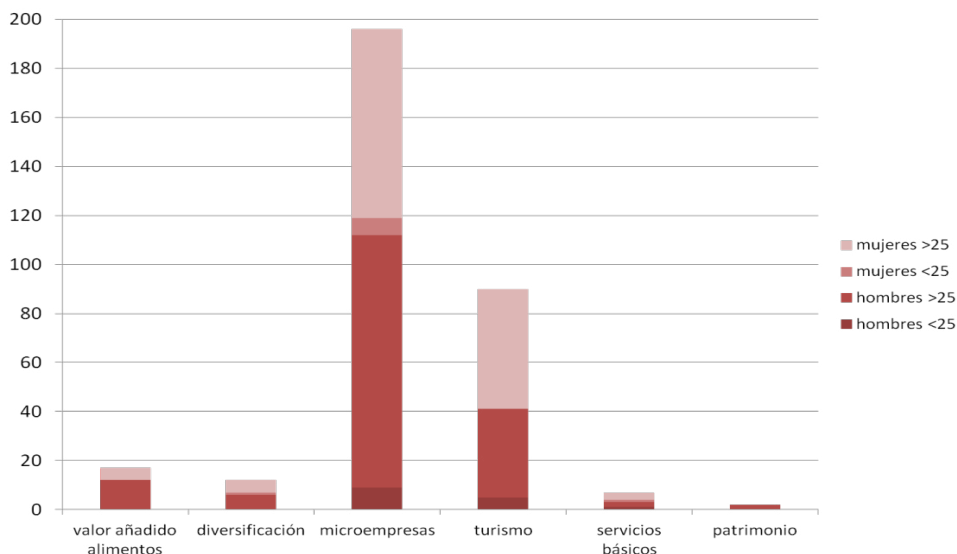
Vamos a ver, a continuación, algunos resultados de LEADER en Aragón y tomaremos como referencia el periodo de programación 2007-2013 para ejemplificarlo.

Podemos afirmar que LEADER, desde sus comienzos ha contribuido de manera significativa, junto a otros instrumentos, como el Fondo Social Europeo, a una mayor presencia de las mujeres en el mundo laboral, en particular como promotoras de iniciativas económicas diversas (turismo rural, actividades agroalimentarias, artesanales, etc.) así como iniciativas sociales.

Las siguientes *figuras* nos muestran los proyectos iniciados, la inversión y el empleo creado.



Figura 4. Proyectos empresariales iniciados por mujeres y hombres, según edad en método LEADER (eje 4) del Programa de Desarrollo Rural de Aragón (2007-2013)



Fuente: Gobierno de Aragón. Elaboración propia.

En general, los resultados muestran que los proyectos iniciados por personas mayores de 25 años, son los más abundantes, como es lógico. Dentro de ellos, los hombres son responsables de un número mayor de ellos, excepto en las empresas dedicadas al turismo, que junto con las empresas de tamaño muy pequeño, son las actividades preferidas de los emprendedores. En toda España sucede lo mismo respecto al turismo rural (VV.AA., 2011). El turismo se ha considerado una actividad factible para mujeres, por los escasos requerimientos de formación y es similar al trabajo doméstico, por lo que se suele percibir como una extensión del mismo. No obstante, las mujeres con estudios superiores, sobre todo universitarios parecen seguir otro patrón empresarial, más favorable a la autonomía y a la independencia de la familia (VILADOMIÚ y ot., 2010).

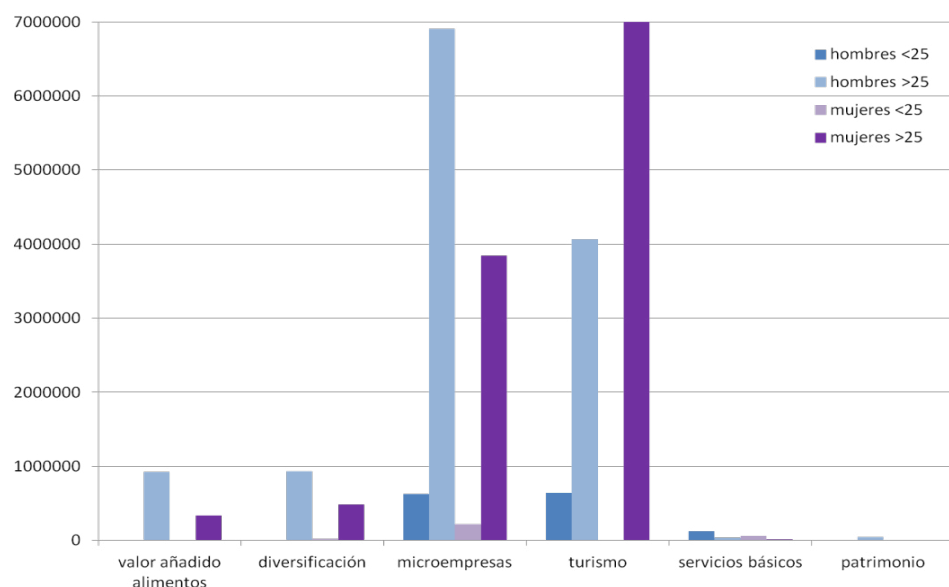
En general, las características más comunes a las emprendedoras las definen preferentemente como mujeres en torno a los 40-45 años, y las clasifican como dos tipos de mujeres: bien mujeres jóvenes formadas pero sin oportunidades



laborales cualificadas, o bien mujeres sin mucha formación, pero con los hijos ya mayores y no dependientes de ellas.

Una de las razones que las impulsan a emprender es la propia limitación del mercado laboral de las zonas rurales y la incapacidad para encontrar empleos adecuados.

Figura 5. Inversiones empresariales realizadas por mujeres y hombres, según edad en método LEADER (eje 4) del Programa de Desarrollo Rural de Aragón (2007-2013)

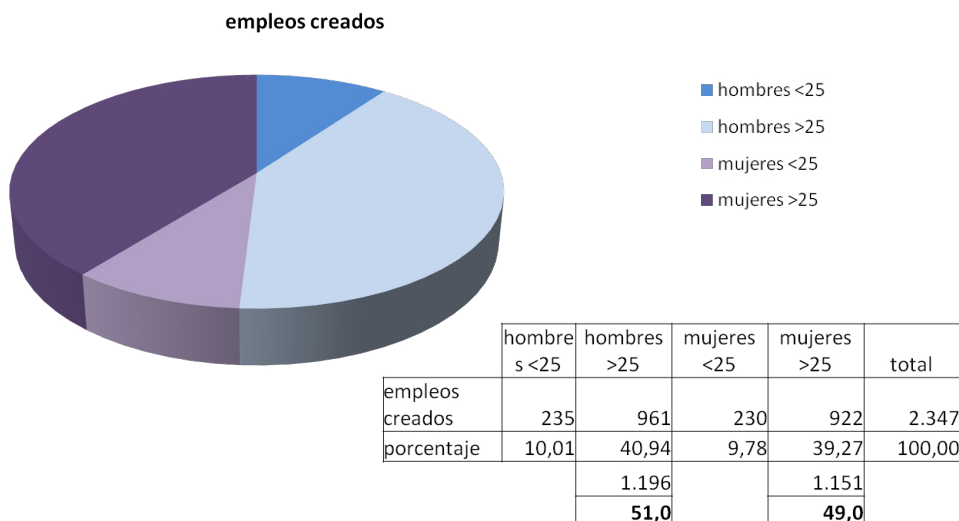


Fuente: Gobierno de Aragón. Elaboración propia.

De nuevo, las inversiones mayores corresponden a las mujeres de más edad en todos los sectores económicos. El turismo, como ya hemos indicado, sigue siendo el subsector económico que más inversión económica mueve. Los servicios básicos a la población todavía siguen siendo un sector poco promovido, con un gran potencial, por la propia carencia de los mismos en el medio rural, que hemos señalado como una limitación.



Figura 6. Empleo creado en método LEADER (eje 4) del Programa de Desarrollo Rural de Aragón (2007-2013)



Fuente: Gobierno de Aragón. Elaboración propia.

Los puestos de trabajo creados están muy equilibrados entre mujeres (49%) y hombres (51%) y lógicamente más abundantes entre los de más de 25 años, con un ligero predominio de los hombres.

Esto nos indica que, a pesar de las dificultades, que no son pocas, el papel de las mujeres en el desarrollo rural es creciente, que las perspectivas son favorables y que hay un cierto cambio de tendencia respecto a décadas anteriores.

Todo es posible, en gran parte, porque las mujeres aportan un valor añadido en el desarrollo rural –comparativamente mayor que otros colectivos– como es el compromiso con los proyectos, su capacidad de toma de decisiones y de asunción de riesgos, su cualificación –al menos informal– para un gran número de actividades y, en general, una actitud muy positiva de cara al esfuerzo colectivo que es el desarrollo de los territorios rurales (VV.AA., 2011).



5. Posibilidades y perspectivas de futuro de las mujeres rurales

Las estrategias y políticas de desarrollo rural pueden no obtener los frutos deseados si no se abordan de forma directa los problemas que las afectan. Es indudable que si ha habido un **colectivo que ha sabido adaptarse** a la diversificación de la sociedad rural y a la desaparición de muchos empleos en el sector primario, ha sido la mujer. Además, las mujeres rurales, sobre todo las más jóvenes, cuentan con una importante formación, interés por la innovación y el cambio y deseo de superación y de integración laboral. Todo ello puede canalizar los procesos de cambio de la sociedad rural (GARCÍA SANZ, 2004). Como sugeríamos al comienzo, el enfoque de género más oportuno no consiste únicamente en apoyar las iniciativas más extendidas a las mujeres. Favorecerlas significa apoyar los proyectos en los que ellas más participan: nuevas empresas, pequeñas iniciativas, sector servicios, como servicios personales, comercio. En definitiva se trata de hacer transversal el enfoque de género en cualquier programación de desarrollo. No obstante, no es una tarea fácil, ya que supone cambios en el propio colectivo de mujeres, en el conjunto de la población local y en los responsables de las estructuras de poder, incluida la Administración Pública.

En muy pocas zonas de la Europa rural la **demanda de servicios** destinados al cuidado de niños, mayores y discapacitados se puede satisfacer a partir de las infraestructuras existentes y que acaban asumiendo las mujeres. La solución a este problema puede ir acompañada de la creación de empleo local, como se está haciendo a iniciativa de algunos Grupos de Acción Local. En el caso de Aragón, este tipo de actividades aún son minoritarias. Consideramos que es todavía uno de los nichos de creación de empleo que revierten además positivamente sobre los habitantes de esos territorios y uno de los factores importantes que pueden contribuir a fijar población, quizá el problema más sangrante de las zonas rurales.

Otros sectores en los que también es posible la creación de nuevas actividades son el sector de las comunicaciones y la mejora del medio ambiente.

Uno de los aspectos que demandan las mujeres y a los que no se ha prestado suficiente atención, a nuestro modo de ver, son los **servicios empresariales** de ayuda a los proyectos y empresas de mujeres. Si bien una vez abierta la actividad, las mujeres necesitan servicios adecuados al tamaño y sector de su empresa (como asistencia técnica, acceso al crédito o participación de empresarios con experiencia como mentores), antes de iniciar la actividad, las mujeres suelen preferir participar



en cursos específicos para ellas (CE, 2000). Ambos sectores son también actividades en las que las mujeres pueden participar preferentemente.

La importancia que tenía la incorporación y el **protagonismo** de las mujeres en el desarrollo rural se puso de relieve desde los primeros momentos, y lo fue no sólo desde el punto de vista económico (por la capacidad de toma de decisiones y emprendedurismo de las mujeres) sino sobre todo desde el punto de vista social (las mujeres como elemento de articulación familiar y social) y desde la perspectiva de la igualdad, de cara a corregir la tradicional marginación social y laboral que han sufrido las mujeres, especialmente en las áreas rurales.

Por ello, la participación de la mujer en los **procesos de gobernanza** de los territorios en los que viven es fundamental. GARCÍA SANZ (2004) anima a fomentar activamente y apoyar la presencia de mujeres en los procesos de planificación territorial y en sus evaluaciones, tanto en las asambleas generales como en los equipos directivos. Las redes y organizaciones en las que participan las mujeres suponen importantes recursos para la igualdad y para el desarrollo rural. Son un importante cauce de participación y gobernanza para el desarrollo rural, que mejora la cohesión social y territorial.

Por otra parte, CASELLAS y ot. (2013) indican que las mujeres emprendedoras en actividades económicas y creación de nuevas empresas tienen más voluntad de participar activamente en la gobernanza local.

No obstante, las mujeres también debemos hacer un **esfuerzo** de integración en los círculos de decisión de territorios y de reforzar y defender su posición delante de las instituciones. Si bien hay que contar que en las actividades públicas las mujeres suelen mostrar un carácter más conciliador y más sensibilidad por los temas sociales, con todo lo que ello supone, también es cierto que las mujeres la suelen interpretar como un acto de voluntad individual que implica sacrificios personales y profesionales, lo que también es cierto, indudablemente. En otras ocasiones, las expectativas del rol del género limitan las actividades de las mujeres, condicionando su participación y liderazgo tanto en calidad de emprendedoras como en política local.

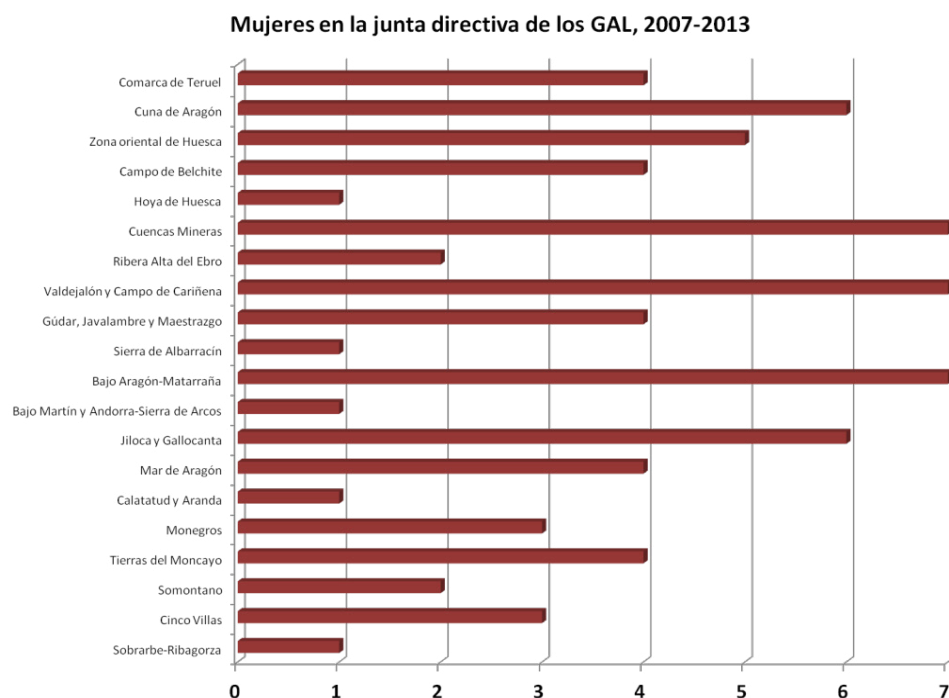
La participación de la mujer en las Juntas Directivas de los GAL ha aumentado significativamente desde el comienzo de la aplicación de las iniciativas, llegando actualmente a porcentajes entre el 20 y el 30%. En toda España ha habido avances significativos en la presencia y representación de mujeres en los Grupos de Acción



Local, sobre todo en el último periodo de programación (2007-2013). Pero esta participación, todavía muy mejorable, es más destacable si la comparamos con el papel real que la mujer sigue teniendo en la toma de decisiones económicas en la sociedad rural.

La siguiente *figura* nos muestra la participación de las mujeres en los Grupos de Acción Local de Aragón en el periodo 2007-2014.

Figura 7. Participación de mujeres en las Juntas Directivas de los GAL de Aragón (2007-2013)



Fuente: Gobierno de Aragón. Elaboración propia.

Si bien en algunos grupos se han incorporado de forma significativa a los órganos de decisión, en otros su participación es meramente testimonial, como en Sobrarbe-Ribagorza, Calatayud y Aranda, Bajo Martín, Sierra de Albarracín y Hoya de Huesca.



Un trabajo reciente sobre LEADER en España (1991-2011) (VV.AA., 2011) recoge en la siguiente tabla los puntos fuertes y débiles detectados en la presencia de mujeres en los Grupos de Acción Local.

Figura 8. Fortalezas y debilidades de la participación de las mujeres en los Grupos de Acción Local en España (1911-2011)

Fortalezas	Debilidades
La perspectiva de género ha aparecido y se ha desarrollado en zonas rurales en parte gracias al FSE.	Pese a la mayor presencia de mujeres, falta organizar una verdadera perspectiva integral de género en las áreas rurales.
La perspectiva de género enriquece los debates y permite decisiones más ajustadas a la situación y necesidades reales.	Débil cultura real de la igualdad en el seno de los GAL, como reflejo de las tendencias sociales.
Los colectivos de mujeres aportan compromiso y cualificación y actitud positiva por el desarrollo rural.	Reducido número de colectivos de mujeres organizados y eficaces en tareas de desarrollo y como socios del GAL.
Papel fundamental de las mujeres como promotoras de turismo rural, actividades artesanales, actividades agroalimentarias.	Escasa representación en las administraciones públicas locales y también en los GAL.
Creciente participación en equipos técnicos.	Dificultades para acceso de mujeres a tareas de dirección y de responsabilidad en el seno de los GAL (ej. conciliación de vida familiar y laboral)
Se han puesto en marcha programas específicos de formación de las mujeres.	La representatividad real en los órganos de decisión continua siendo reducida en comparación con su presencia en el GAL.

Modificado de VV.AA. (2011).

Podemos seguir reclamando una mayor participación de las mujeres en los órganos de dirección, pero probablemente esto no será posible de manera significativa si no se producen avances sociales que permitan a las mujeres asumir estas responsabilidades añadidas. También sigue siendo necesario un trabajo previo fundamental, porque son aún muchas las zonas rurales en las que las mujeres no están organizadas ni articuladas adecuadamente de cara a una mayor presencia en los programas de desarrollo rural. Los GAL tienen aún margen amplio para profundizar en esta vía, y no quedarse con la ya casi tradicional promoción de



actividades lideradas por mujeres. Se ha de pasar a una fase posterior, de organización de los colectivos de emprendedoras, y a partir de ahí a alcanzar y mantener su presencia en los órganos de dirección (VV.AA., 2011).

La evolución favorable que siguen las mujeres como colectivo ayudará sin duda a superar las dificultades y potenciar las fortalezas. Esta articulación como colectivo está facilitando la incorporación del enfoque de género en las Estrategias de Desarrollo, que debe de estar presente en todas sus fases, tanto en la planificación, en la gestión y también en la evaluación de las mismas.

La **evaluación** está insuficientemente considerada en los procesos de desarrollo, aunque desde nuestro punto de vista es uno de los aspectos más importantes de la planificación para el desarrollo local, ya que es un instrumento de mejora tanto en la gestión interna de los programas, la gestión de los organismos y como mecanismo de aprendizaje. Es un aspecto al que el colectivo de mujeres deberemos estar especialmente sensibles.

En definitiva, uno de los **desafíos** más significativos a los que deben hacer frente los programas de desarrollo rural consiste en localizar los obstáculos que se oponen a la plena participación de las mujeres en la vida económica y pública local y crear iniciativas específicas en su favor.

Como dice la Comisión Europea (2000), *el esfuerzo sostenido de integración de la igualdad de oportunidades en el desarrollo rural por parte de todos los actores y en todos los sectores generará grandes beneficios, no sólo para las vidas de las mujeres, los hombres y los niños de las zonas rurales en tanto que individuos sino también para la viabilidad y la sostenibilidad de las economías y comunidades rurales de toda Europa.*

Bibliografía

- ALARIO TRIGUEROS, M. (2002): Retos y oportunidades de las mujeres jóvenes en el medio rural. Jornada Temática sobre Políticas de relevo generacional e incorporación de la mujer al mundo rural, *Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural*. Madrid.
- ALARIO TRIGUEROS, M. (2009): Estereotipos de género en la segregación laboral de las mujeres rurales, Fundación de Estudios Rurales: *Agricultura Familiar en España 2009*. Madrid, pp. 116-121.
- BAYLINA, M. y SALAMAÑA, I. (2006): El lugar del género en geografía rural. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 41, pp. 99-112.



- BOISIER, S. (2005): ¿Hay Espacio para el Desarrollo Local en la Globalización? Revista de la CEPAL, n° 86, agosto, pp. 47-62. Santiago de Chile, Chile.
- CASTELLÓ PUIG, A. (2005): Desarrollo rural: el método. *Desarrollo Rural. Aragón, ayer, hoy, mañana*, Gobierno de Aragón, pp. 31-33. Zaragoza.
- CALATRAVA REQUENA, J. (2002): Mujer y desarrollo rural en la globalización: de los proyectos asistenciales a la planificación de género. *Información Comercial Española*, n° 803, Madrid, pp. 73-90.
- CASELLAS, A., TULLA, A. F., VERA, A., y PALLARÈS, M. (2013): Gobernanza local y espacio rural: un análisis territorial desde la perspectiva de género. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, n° 62, pp. 379-402.
- COMUNIDADES EUROPEAS (2000): Participación de las mujeres en el desarrollo rural. Un futuro cierto para la Europa rural, Comisión Europea, Dirección General de Agricultura, 27 p. Disponible en http://ec.europa.eu/agriculture/publi/women/broch_es.pdf.
- ESPARCIA, J. y ESCRIBANO, J. (2013): ¿Hacia estrategias de desarrollo local integrado? *Anuario UPA*, pp. 114-121. Disponible en http://www.upa.es/anuario_2013/pag_114-121_esparcia-escribano.pdf
- FRUTOS MEJÍAS, L. M., CASTELLÓ PUIG, A. y HERNÁNDEZ NAVARRO, M. L. (2009a): El déficit de población femenina y su importancia en los problemas demográficos estructurales de los espacios rurales: El caso de Aragón. En LÓPEZ TRIGAL, L., ABELLÁN GARCÍA, A., GORDEAU, D. (coord.) *Envejecimiento, despoblación y territorio*. Universidad de León, León, pp. 163-174.
- FRUTOS MEJÍAS, L. M., CASTELLÓ PUIG, A. y HERNÁNDEZ NAVARRO, M. L. (2009b): Desarrollo y turismo rural: una perspectiva sobre Aragón. *Serie Geográfica*, vol. 15, pp. 93-115.
- GARCÍA RAMÓN, D., CRUZ, J. y SALAMAÑA, I. (1994): *Mujer y agricultura en España. Género, trabajo y contexto regional*, Barcelona, Oikos Tau.
- GARCÍA RAMÓN, M. D. y BAYLINA, M. (eds.) (2000): *El nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural*. Barcelona, Oikos Tau.
- GARCÍA SANZ, B. (2004): La mujer rural en los procesos de desarrollo de los pueblos. *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*, n° 55, pp. 107-120.
- HERNÁNDEZ NAVARRO, M. L., CASTELLÓ PUIG, A., ALONSO LOGROÑO, M. P. y PUEYO CAMPOS, A. (2013): Innovación y desarrollo endógeno en áreas rurales: el caso del Somontano de Barbastro (Huesca, España). *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 59 (3), pp. 501-522.
- HIDALGO CAPITÁN, A. L. (1998): *Pensamiento económico del desarrollo. De los mercantilistas al PNUD*. Universidad de Huelva. Huelva, España.
- HIDALGO CAPITÁN, A. L. (coord.) (2011): *Economía Política Global. Una introducción*. Eumed.net, Málaga. Disponible en <http://www.uhu.es/antonio.hidalgo/documentos/942.pdf>



- MARM (2011a): *Plan Estratégico para la Igualdad de género en el desarrollo sostenible del medio rural*. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Dirección General de Desarrollo Sostenible del Medio Rural, 58 p. Disponible en http://www.magrama.gob.es/es/medio-ambiente/temas/igualdad_genero_y_des_sostenible/plan_estrategico_para_la_igualdad_de_g%C3%89nero_2011-2014_tcm7-171026.pdf
- MARM (2011b): *Diagnóstico para la igualdad de género en el medio rural*. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Dirección General de Desarrollo Sostenible del Medio Rural, 340 p. Disponible en http://www.magrama.gob.es/es/medio-ambiente/temas/igualdad_genero_y_des_sostenible/DIAGN%C3%93STICO_COMPLETO_BAJA_tcm7-171812.pdf
- MARTÍNEZ COLL, J. C. (2001): El crecimiento económico. En *La economía de mercado, virtudes inconvenientes*. Disponible en <http://www.eumed.net/cursecon/manual.htm>
- MARTÍNEZ DE LEÓN, M. y DE MIGUEL GÓMEZ, M. D. (2006): La importancia de la mujer en el medio rural español. *VI Coloquio Ibérico de Estudios Rurales*, 17 p.
- MILLÁN JIMÉNEZ, M. A. (2002): Las mujeres en la agricultura y la ganadería. En *Jornada Temática sobre políticas de relevo generacional e incorporación de la mujer al mundo rural*. Madrid, noviembre.
- PALLARÈS, M., TULLA, A. F., CASELLAS, A. y VERA, A. (2014): Entre premios y recortes: el zigzagueante proceso de empoderamiento de las mujeres rurales, *Biblio 3W*, Revista bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales, vol. XIX, nº 1.057, 20 p. Disponible en <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-1057.htm>
- VILADOMIÚ L, ROSELL, J. y FRANCÉS, G. (2010): Factores determinantes de la participación de la mujer como promotoras de proyectos LEADER+. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 226, pp. 177-206.
- VV.AA. (2011): *LEADER en España, 1991-2011. Una contribución activa al desarrollo rural*. Madrid, MARM.



“El turismo en espacios rurales ha abierto la puerta al desarrollo de la actividad empresarial de las mujeres y, así, algo más de un tercio de las empresarias rurales en Castilla y León están vinculadas al sector de la hostelería. De hecho, podemos afirmar rotundamente que en esta Comunidad autónoma, sin mujeres no existiría el actual modelo de desarrollo de turismo en espacios rurales”.

Milagros Alario Trigueros

Profesora Departamento de Geografía
Universidad de Valladolid

MUJERES Y TURISMO RURAL EN CASTILLA Y LEÓN

Milagros Alario Trigueros¹

1. Las mujeres en el mercado laboral de los espacios rurales. Principios y limitaciones

Mucho se ha escrito sobre los problemas de inserción laboral de las mujeres en los espacios rurales y no es éste, momento ni lugar para repetir el análisis. El correcto planteamiento del tema propuesto obliga, sin embargo, a recordar, al menos, las claves de estos problemas.

Por un lado, sin duda, sus problemas están marcados de forma determinante por las desequilibradas relaciones entre sexos que se derivan del modelo patriarcal, que asigna funciones y roles de género difíciles de superar en contextos sociales y espaciales de mayor dificultad, como suelen ser los de los espacios rurales. Asignación en exclusiva de los roles reproductivos a las mujeres que deben organizar toda su vida en relación a las prioridades y necesidades de atención familiares, que condicionan su integración laboral a las posibilidades de conciliación con su “actividad principal” y que les hace entender el trabajo fuera del hogar más como una necesidad impuesta que como una forma de desarrollo personal, hasta el punto de que, durante mucho tiempo, el modelo social imponía como la aspiración de las mujeres, el casarse para “dejar de trabajar”. Por otro lado es necesario tener presentes sus dificultades para integrarse en unos mercados

1. Profesora Titular Departamento de Geografía. Universidad de Valladolid.



laborales marcados por la estrechez y la monoespecialización productiva agraria que ha dejado poco margen al desarrollo de otras opciones laborales, impulsando un fuerte y selectivo éxodo rural femenino y juvenil.

Todo ello, de forma coaligada, se han traducido en una menor tasa de actividad femenina, que no significa un menor volumen de trabajo, ya que ha sido, y aún es, generalizada la participación de las mujeres como ayudas familiares en las explotaciones o negocios familiares pero sin un reconocimiento legal ni retributivo.

Estos problemas, comunes a la mayor parte de los territorios de España, son especialmente graves en aquellos espacios, como Castilla y León, donde predomina un modelo de pequeños núcleos de población rural (más de 6.000 núcleos en 2.248 municipios) con sociedades muy marcadas por las relaciones de género y peso de las estructuras familiares tradicionales y donde lo rural se ha mantenido identificado casi exclusivamente con lo agrario. En este contexto socioterritorial, las opciones laborales fuera de las agrícolas y ganaderas han sido prácticamente inexistentes a partir del desarrollismo de los años 60, aunque, por supuesto, existen diferencias internas derivadas de un territorio regional muy amplio y diverso que introduce variantes muy significativas entre los espacios ganaderos más plurifuncionales, y las llanuras centrales de economía agraria casi exclusiva hasta los años noventa del siglo XX.

2. La diversificación de la economía rural en Castilla y León: el turismo rural como la gran oportunidad laboral para las mujeres

El desarrollo de actividades de ocio en espacios y alojamientos específicamente rurales se reguló en España por vez primera en los años sesenta, con el programa de "Vacaciones en Casas de Labranza", pero la falta de mercado capaz de absorber esa oferta hizo que acabara en una experiencia fallida que no puede ser considerada nada más que como un antecedente que planteó por primera vez las posibilidades de compatibilizar las actividades agrarias con otras complementarias². En el marco del I Plan de Desarrollo, se plantearon algunas propuestas para la expansión y ordenación del turismo de interior en la línea de promover la construcción de alojamientos (hoteles, apartamentos, residencias para trabajadores...) en áreas alternativas a las tradicionales y ya saturadas de sol y

2. FRANCO, F. (2003): "Turismo rural en Castilla y León", en BLANCO, A. (editor): *Castilla y León, presente y futuro del turismo*. Ed. Fundación Encuentro y Caja España. Madrid, 330 pp. Ver pp. 213 a 278.



playa, que impulsaron el desarrollo turístico de algunas áreas como es el caso de la Montaña Palentina³ y que consolidó en la construcción y puesta en marcha del Parador de Cervera, muy vinculado al potencial cinegético de la comarca.

Pero, como en el resto de los espacios rurales europeos, la puerta de los cambios en la estructura económica se abre con la reforma de los fondos estructurales y los cambios conceptuales y normativos de los que se deriva la puesta en marcha de las iniciativas comunitarias, que promueven la diversificación económica de los espacios rurales y la pluriactividad de sus unidades de renta, especialmente los Programas LEADER, a los que habrá que añadir pocos años más tarde los PRODER.

El nuevo modelo de desarrollo rural, conformado a partir de los principios expuestos en el Informe sobre el Mundo Rural elaborado por la Comisión Europea en 1988, concibe un espacio rural pluriactivo y diversificado, en el que se recupere la complejidad de usos a partir de los que se denominaron nuevas funciones. Entre éstas se encontraba, en lugar destacado sin duda, la actividad turística que habría de permitir la incorporación laboral de grupos con dificultades de inserción como las mujeres y los jóvenes.

El desarrollo del turismo rural encaja en el modelo postfordista del turismo, que despegó a partir de los años 80 y está vinculado con un cierto estancamiento de la demanda tradicional. Permite, a la vez, integrar nuevos espacios en los usos turísticos y adaptarse a las nuevas formas de la demanda emergente, especialmente urbana, que pide formas más flexibles y ágiles, que permite más viajes y de corta duración. La promoción del turismo rural se integró, así, fácilmente en las políticas de desarrollo rural y ha sido utilizado como una medida preferente de desarrollo regional de forma generalizada desde los años 90 del siglo pasado (AGUILASOCHO, D. 2006).

Como resultado de este proceso, la práctica totalidad de los programas de desarrollo rural, especialmente LEADER y PRODER financiados con importantes fondos europeos, han utilizado como estrategia de desarrollo, de forma prioritaria, la promoción del turismo rural, comenzando por las infraestructuras de alojamiento y servicios de hostelería y restauración y siguiendo con las actividades de turismo activo. Los resultados, con ser generalmente buenos, presentan algunas sombras derivadas de la falta de originalidad del modelo, ya que se han repetido miméticamente las propuestas en la mayor parte de los territorios,

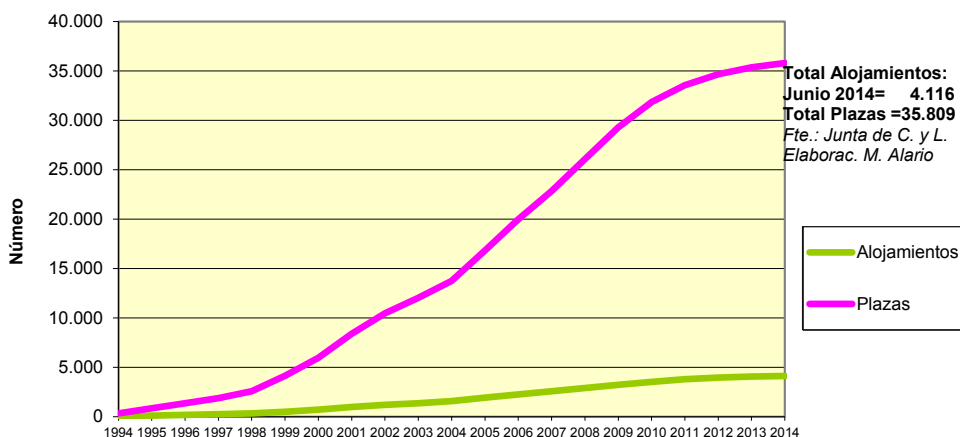
3. Ver AGUIÑA AGUERRI, M.I. (2003): *El desarrollo turístico en la Montaña Palentina*. Diputación Provincial de Palencia. Palencia, p. 231.



independientemente de sus condiciones sociales y espaciales específicas, con el objetivo de encajar en las líneas de ayuda propuestas por los programas. Por otra parte, debido a la fragmentación de la oferta y la prioridad de atender a viajes cortos, se ha orientado hacia una demanda muy puntual en el tiempo, lo que lastra sus resultados de ocupación, y compuesta básicamente por población urbana nacional.

En Castilla y León, desde principios de los años 90, con el primer programa LEADER, nuestros pueblos se lanzan a la promoción del desarrollo del turismo rural, apoyándose en el gran potencial que supone tener mucho territorio rural, gran número de pueblos y un patrimonio, tanto histórico-artístico como natural, impresionante. Aunque ya existía una cierta infraestructura de servicios turísticos de restaurantes, relacionada más bien con excursiones y con las necesidades de los inmigrantes retornados en verano a sus pueblos de origen, a partir del Plan Regional para el Desarrollo Turístico de la Comunidad Autónoma de Castilla y León de 1994 el crecimiento más espectacular de la oferta se centra en los alojamientos de turismo rural, regulados por él: Casas Rurales (tanto de alojamiento compartido como de alquiler completo), Posadas y Centros de Turismo Rural.

**Figura 1. Evolución de los Alojamientos y Plazas de Turismo Rural.
Castilla y León, 1994-2014**



De los 40 establecimientos con algo más de trescientas plazas, concentradas básicamente en tres provincias, Ávila, Burgos y Salamanca, que constituían la oferta regional en 1994 hemos pasado a los 4.116 establecimientos y casi 36.000 plazas en junio de 2014. Tras un despegue lento entre 1994 y 1998, se inicia un crecimiento a muy buen ritmo que abarca, con algunas fluctuaciones en el número de plazas, la primera década del siglo XXI. La crisis económica se manifiesta en este caso en una estabilización, especialmente en los dos últimos años, lo que no supone estancamiento sino que se producen aperturas y cierres que cambian la ubicación de la oferta. Como resultado, Castilla y León se consolida como la primera región en la oferta de turismo rural de España ya que en 2014 (junio) concentra un 22% de los alojamientos, un 21% de las plazas y un 22% de las personas ocupadas en el conjunto nacional.

Como puede verse en las *figuras 2 y 3* el peso fundamental de los alojamientos recae en el modelo de casa rural, especialmente la de alojamiento completo (CRA), que supone más del 77% de los establecimientos y casi el 57% de las plazas ofertadas. Efectivamente, se trata de una opción que encaja perfectamente en los principios del desarrollo rural y que se adecúa perfectamente

**Figura 2. Evolución de los Establecimientos de Turismo Rural.
Castilla y León, 1994-2014**

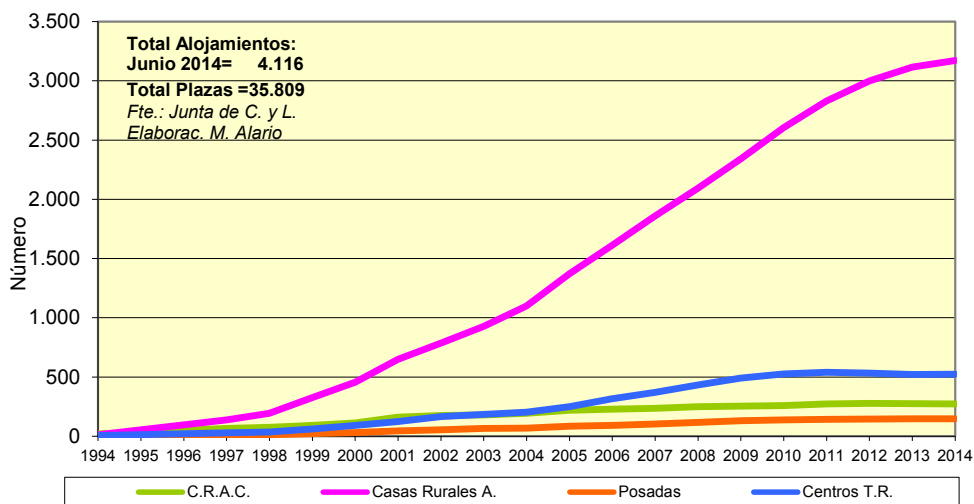
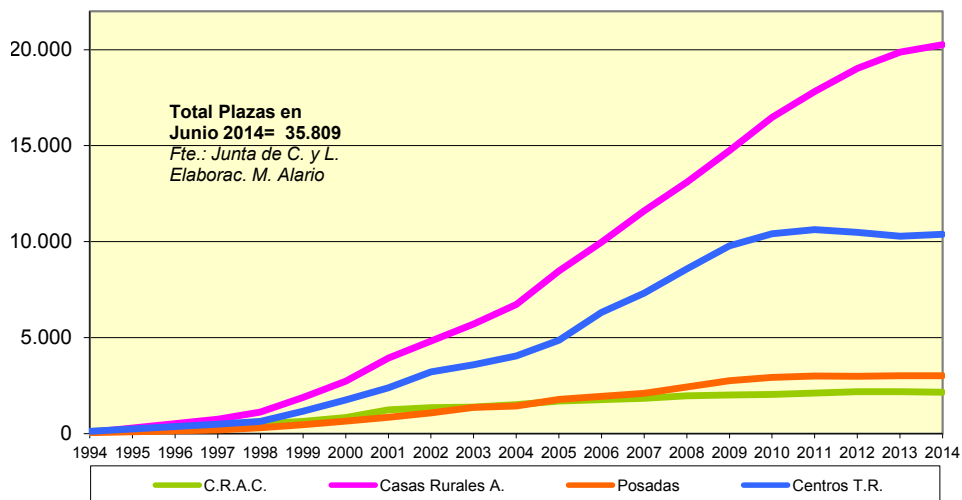


Figura 3. Evolución de las Plazas de Turismo Rural. Castilla y León, 1994-2014



a la situación social y económica de los espacios rurales. No exige una fuerte inversión y pueden resolverse muchas peticiones de ayudas LEADER con fondos relativamente escasos, es fácilmente dispersable en el territorio (más de 1.100 municipios tienen alguno de estos alojamientos en 2014), ya que no exige la existencia de otras actividades y/o servicios previos, puede ser asumida por iniciativas personales o familiares sin poner en riesgo el patrimonio familiar; e, incluso, sirve para mejorar parte de ese patrimonio inmobiliario de las familias (antiguas casas, cuadras u otro tipo de edificios), (ALARIO, M. 2006 y AGUILASOCHO, D., 2006). En este sentido, como ya se ha señalado, todos los Programas LEADER y PRODER de la región han apostado decididamente por este modelo de desarrollo rural, estableciendo líneas de financiación de estas iniciativas, de forma que la mayoría de las iniciativas empresariales han contado con subvenciones públicas, principalmente de un grupo LEADER o PRODER, para su implantación. (Rico, M., 2005 y 2009).

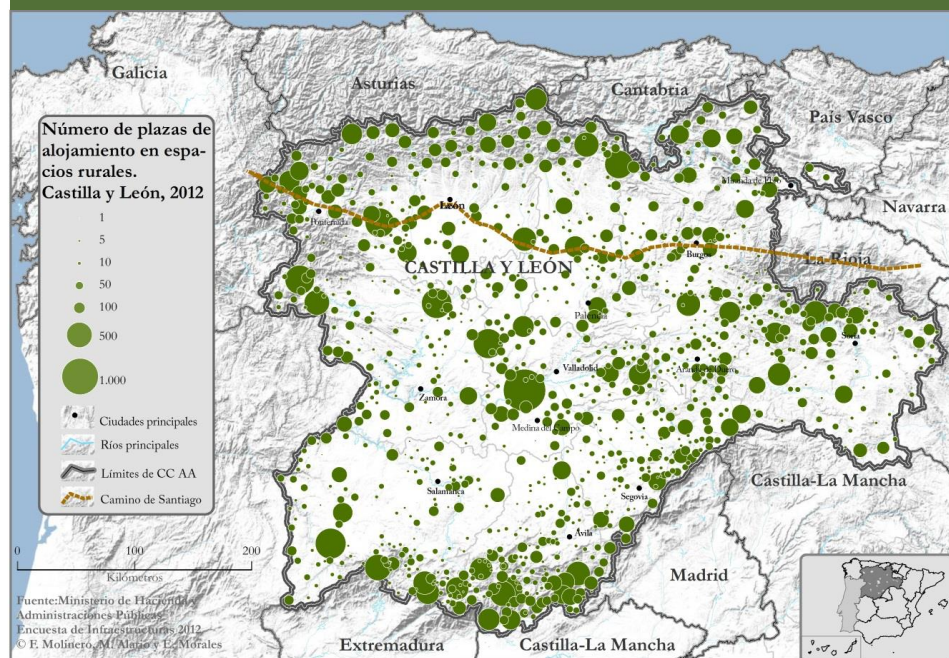
Se trata de pequeños alojamientos, con una media de poco más de 6 plazas por casa rural de alquiler completo, que no exigen atención permanente, ni siquiera en los períodos en los que se ocupa, ya que las relaciones con los turistas suelen reducirse, en la mayoría de los casos, al chequeo de la entrada y la salida,



a lo que hay que añadir el acondicionamiento previo y posterior a la ocupación. Por su propia concepción, su grado de ocupación es muy escaso, lo que unido a su tamaño las convierte en unidades económicas poco rentables de manera individualizada.

Similares problemas presentan las casas rurales de alquiler compartido (CRAC), con el 6,6% de los establecimientos y 6% de las plazas. Pensadas inicialmente como el modelo que podía promover mejor la pluriactividad de las familias agrarias de los espacios rurales, se han demostrado poco atractivas porque, tanto por parte de la oferta como por parte de la demanda, hay fuertes reticencias a compartir vivienda (AGUÑA, 2003). Incluso en la modificación actual de la normativa ha desaparecido esta categoría de alojamiento.

Figura 4. Distribución de plazas de alojamiento turístico en espacios rurales en Castilla y León



Opciones de negocio mucho más profesionales son los alojamientos de mayor tamaño como los Centros de Turismo Rural, en proceso de reconversión a Hoteles Rurales, y las Posadas, especialmente las de mayor categoría, Posadas Reales, pero suponen un número mucho más escaso, especialmente en los niveles de mayor calidad, como las Posadas Reales, con poco más de medio centenar en toda la región.

El impresionante desarrollo de alojamientos específicamente destinados a dar servicio a esta nueva demanda, ha provocado un cierto reduccionismo al identificar turismo rural con turismo de personas en alojamientos catalogados como de turismo rural, olvidando que con anterioridad, pero también de forma paralela, en los espacios rurales, se han construido muchos alojamientos “convencionales” (hoteles, hostales...) que, sin duda, están destinados, al menos en parte, a dar servicio a personas que se desplazan a estos espacios con fines de ocio, turistas. (ALARIO, 2005: 362).

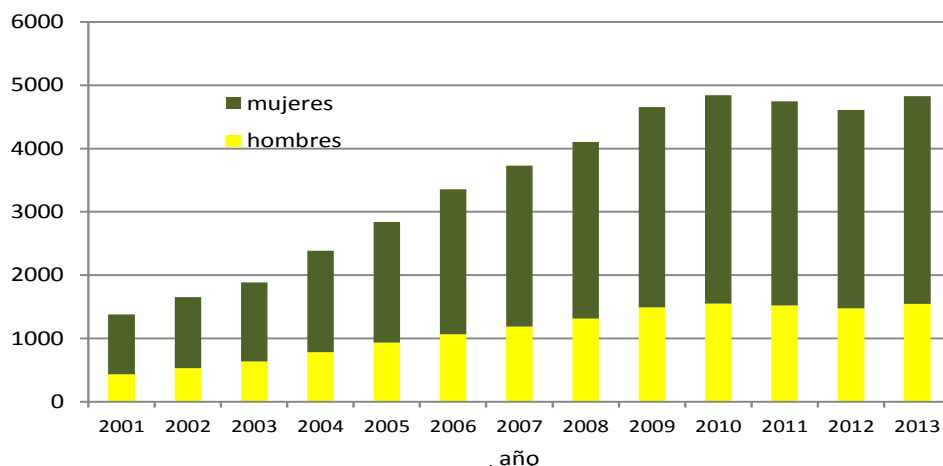
En el caso de los espacios rurales de Castilla y León hay un número nada desdeñable de establecimientos y plazas hoteleras convencionales, que es incluso algo superior a la oferta de Turismo Rural regulada (*figura 4*), y, por lo tanto, la valoración ajustada de lo que supone el turismo rural debería incorporar los flujos canalizados hacia alojamientos convencionales situados en núcleos rurales, así como la incidencia que, a nivel de empleo, tiene esta demanda sobre el sostenimiento de servicios específicos y complementarios (hostelería y restauración, empresas de turismo activo...), sin embargo, problemas de espacio nos impiden realizar esta valoración de forma completa. Por lo tanto vamos a centrarnos en el papel que las mujeres han tenido en el desarrollo de la oferta de alojamiento de turismo rural, así como en los efectos que estas opciones laborales tienen sobre la visibilidad de las mujeres rurales.

Respecto al grado de empleo que eso genera, los resultados cuantitativos son, sin duda, muy buenos: en las últimas dos décadas hemos pasado del escaso medio centenar nada más a casi los 5.000 empleos. Aunque, incomprensiblemente las fuentes oficiales no aportan la distribución por sexo desde 2008, si aplicamos la tendencia observada desde 2001 a 2008 podemos calcular que más de 3.000, un 68% del total, corresponde a empleos femeninos (ver *figuras 5, 6 y 7*).

El modelo de Casa Rural es, sin duda, el gran responsable de estas cifras. El 69% de los empleos vinculados a la oferta de alojamientos es de personal sin remunerar, precisamente la categoría en la que la participación de las mujeres tiene mayor importancia, como promotoras o trabajadoras. En 2014, el 51%



Figura 5. Empleados en Alojamientos de Turismo Rural. Castilla y León



Fuente: INE, Encuesta de ocupación de Alojamientos de Turismo Rural 2001-2013.

Figura 6. Personal ocupado en Alojamientos de Turismo Rural. Castilla y León 2001-2013

año	Personal empleado : Total	Personal empleado no remunerado: Ambos sexos	Personal empleado no remunerado: Varones	Personal empleado no remunerado: Mujeres	Personal empleado remunerado fijo: Ambos sexos	Personal empleado remunerado fijo: Varones	Personal empleado remunerado o fijo: Mujeres	Personal empleado remunerado o eventual: Ambos sexos	Personal empleado o remunerado eventual: Varones	Personal empleado o remunerado eventual: Mujeres	Total varones	Total mujeres
2001	1377	717	249	469	482	141	341	178	47	131	436	941
2002	1650	941	320	621	573	175	398	137	36	101	531	1119
2003	1883	1195	422	773	462	142	321	226	70	155	634	1249
2004	2386	1549	577	971	604	179	426	233	28	204	784	1602
2005	2842	1779	672	1107	739	214	525	323	48	275	934	1908
2006	3356	2080	758	1323	863	235	628	412	74	338	1067	2288
2007	3733	2170	792	1379	1171	328	844	391	68	322	1188	2545
2008	4103	2451	sd	sd	1380	sd	sd	272	sd	sd	1313	2790
2009	4656	2913	sd	sd	1483	sd	sd	260	sd	sd	1490	3166
2010	4845	3080	sd	sd	1504	sd	sd	261	sd	sd	1550	3294
2011	4746	3119	sd	sd	1366	sd	sd	261	sd	sd	1519	3227
2012	4608	3211	sd	sd	1187	sd	sd	210	sd	sd	1475	3133
2013	4825	3350	sd	sd	1183	sd	sd	291	sd	sd	1544	3281

Fuente: INE, Encuesta de ocupación en Alojamientos de Turismo Rural 2001-2013.

sd: sin datos. Desde 2008 la Encuesta no ofrece datos desagregados por sexo. En cursiva de 2008 a 2013 datos por sexo extrapolados.

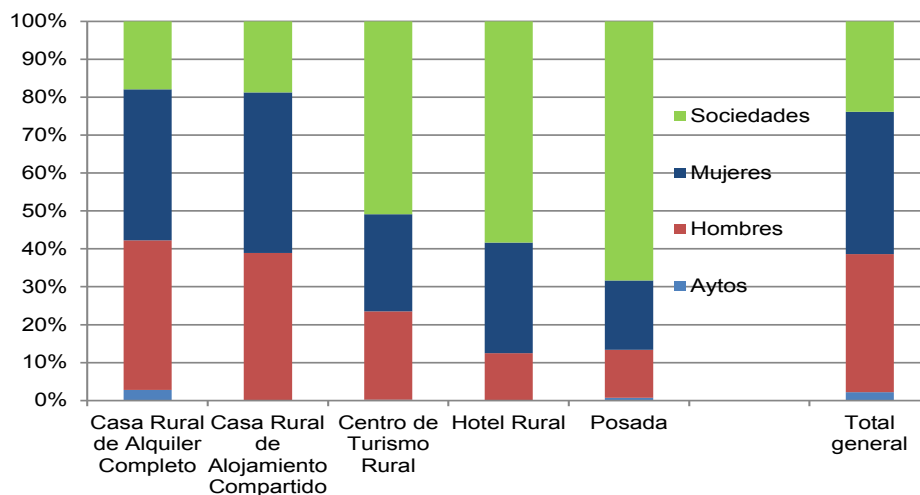


Figura 7. Personal ocupado en Alojamientos de Turismo Rural. Castilla y León 2001-2013
(% respecto al total)

año	Personal empleado: Total	Personal empleado no remunerado: Ambos sexos	Personal empleado no remunerado: Varones	Personal empleado no remunerado: Mujeres	Personal empleado remunerado o fijo: Ambos sexos	Personal empleado remunerado o fijo: Varones	Personal empleado remunerado o fijo: Mujeres	Personal empleado remunerado o eventual: Ambos sexos	Personal empleado o remunerado eventual: Varones	Personal empleado o remunerado eventual: Mujeres	Total varones	Total mujeres
2001	100	52	18	34	35	10	25	13	3	10	32	68
2002	100	57	19	38	35	11	24	8	2	6	32	68
2003	100	63	22	41	25	8	17	12	4	8	34	66
2004	100	65	24	41	25	7	18	10	1	9	33	67
2005	100	63	24	39	26	8	18	11	2	10	33	67
2006	100	62	23	39	26	7	19	12	2	10	32	68
2007	100	58	21	37	31	9	23	10	2	9	32	68
2008	100	60	sd	sd	34	sd	sd	7	sd	sd	sd	sd
2009	100	63	sd	sd	32	sd	sd	6	sd	sd	sd	sd
2010	100	64	sd	sd	31	sd	sd	5	sd	sd	sd	sd
2011	100	66	sd	sd	29	sd	sd	5	sd	sd	sd	sd
2012	100	70	sd	sd	26	sd	sd	5	sd	sd	sd	sd
2013	100	69	sd	sd	25	sd	sd	6	sd	sd	sd	sd

Fuente: INE, Encuesta de ocupación en Alojamientos de Turismo Rural 2001-2013.
sd: sin datos. Desde 2008 la Encuesta no ofrece datos desagregados por sexo.

Figura 8. Titulares de Alojamientos de Turismo Rural. Castilla y León 2014



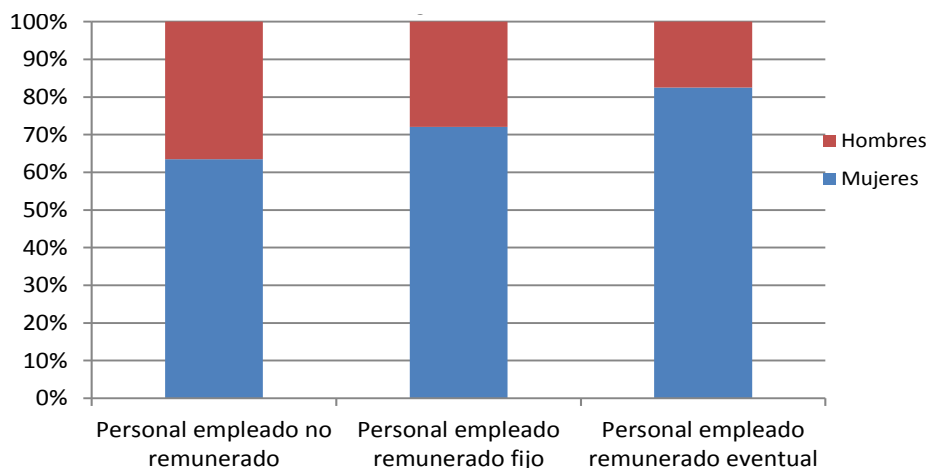
Fuente: Junta de Castilla y León. Elaboración M. Alario.



de los empresarios personas físicas de alojamientos rurales son mujeres. En el conjunto de titulares las mujeres suponen el 37,5%, un 36,7% los hombres y el resto distintos tipos de sociedades y Ayuntamientos (*figura 8*). La presencia femenina en el empresariado se reduce al ritmo que la opción económica se consolida y el peso de las personas físicas, en general, y de las mujeres, en particular; se ha reducido en casi cinco puntos porcentuales los últimos 10 años, al tiempo que ganan peso las sociedades, que incrementan su participación del 17 al 23%, Sociedades Anónimas, Limitadas, así como las Comunidades de Bienes que se consolidan en los niveles de alojamientos más grandes, Posadas, CTR y Hoteles Rurales, quizás por razones fiscales pero también porque la gestión pasa a tener mayor carácter empresarial.

Es perceptible, por lo tanto, una relación inversa entre la categoría y tamaño de los alojamientos y la presencia de empresarios personas físicas y de mujeres aunque el análisis de los trabajos de gestión ofrece una perspectiva interesante. En la gerencia de estas empresas turísticas promovidas por sociedades tiene un papel muy destacado la presencia de mujeres, así, por ejemplo en las Posadas Reales, la categoría de mayor nivel de calidad, el 46% de las gerentes son mujeres, y son absolutamente dominantes en el trabajo asalariado.

Figura 9. Personal ocupado por tipo y sexo. Castilla y León 2007*



Fuente: INE, Encuesta de ocupación en Alojamientos de Turismo Rural.

* Último año en que se ofrecen datos desagregados por sexo.



El absoluto predominio de las casas rurales, pequeñas empresas que no requieren gran número de horas de trabajo y que rara vez justifican la ocupación de la propia empresaria a tiempo completo, hacen que el volumen de trabajadores/as asalariados sea muy escaso. Menos de un tercio de las personas ocupadas en esta actividad son asalariados fijos o eventuales, 25% y 6% respectivamente en el 2014, y se corresponden generalmente con las necesidades de los alojamientos de mayor tamaño: *“solamente el 18,1% tiene contratados a trabajadores fijos y el 26,9% a trabajadores eventuales. En su mayoría se trata de alojamientos configurados como Posadas o Centros de Turismo Rural, en los que, debido a sus actividades propias (restauración, actividades lúdicas...) es necesaria una mayor cantidad de mano de obra. Por ello, en los demás casos se trata de una forma de «autoempleo», una manera que encuentran las mujeres para incorporarse al mercado laboral rural”* (Rico, 2005: 109). Hay que tener en cuenta, sin embargo, que estas cifras no reflejan un cierto mercado de trabajo oculto compuesto por aquellas mujeres que atienden la limpieza y el condicionamiento de casas rurales de empresariado que no reside en los pueblos y que recurre a familiares o vecinas del pueblo, en muchos casos inmigrantes, para que, esporádicamente, realicen estos trabajos sin figurar legalmente como trabajadoras ni siquiera eventuales, lo que traduce, de nuevo, la identificación de estos trabajos con las labores invisibles de cuidado tradicionalmente consideradas femeninas.

A los empleos directamente vinculados con la infraestructura de alojamientos de turismo rural hay que sumar los derivados de los alojamientos convencionales ubicados en espacios rurales y los de las actividades de hostelería, restauración y actividades turísticas, necesario complemento a la atención de alojamiento para los turistas.

Por lo que se refiere al conjunto de alojamientos convencionales, los datos oficiales del INE indican la existencia de 1.372 establecimientos con 59.621 plazas en el año 2013, que ocupan a 6.581 personas de media a lo largo del año. Si se mantienen los parámetros de distribución territorial de mediados de la década, con casi la mitad ubicados en municipios no urbanos, pueden suponer un número de plazas equivalente al 75% de las de alojamientos de turismo rural y aportarían unos 3.900 empleos femeninos en el conjunto de la región, buena parte de ellos también en espacios rurales (ALARIO, 2006). En cuanto a los empleos vinculados a la atención de los servicios de comida y bebida en municipios menores de 2.000 habitantes, las mujeres suponen el 64% de los trabajadores. En total, según el Censo de población de 2011, los servicios turísticos (alojamiento, comidas y bebidas y agencias) ocupan a unas 10.000 mujeres residentes en municipios menores de 2.000 habitantes.



Todos estos datos señalados hasta aquí nos indican que, sin duda, las mujeres tienen un papel fundamental en el desarrollo y mantenimiento de actividades turísticas. Podemos afirmar, sin duda, que en Castilla y León el turismo rural se ha desarrollado, y se mantiene, gracias al trabajo de las mujeres y que estas actividades son un elemento fundamental para facilitar su inserción laboral, a la par que han aportado mucho a la diversidad de actividades de nuestros pueblos. En conjunto, cerca del 13% de las mujeres residentes en municipios menores de 2.000 habitantes trabajan en servicios de alojamiento, restauración y hostelería. Un dato que casi triplica el peso de estas mismas actividades para los hombres. El turismo en espacios rurales ha abierto, también, la puerta al desarrollo de la actividad empresarial de las mujeres y, así, algo más de un tercio de las empresarias rurales en Castilla y León están vinculadas al sector de la hostelería.

Pero este análisis, puramente descriptivo y cuantitativo, no nos permite completar la visión del problema. Es necesario plantear otra ecuación ¿cómo afecta a las mujeres el desarrollo del turismo rural? ¿realmente ha supuesto la apertura de nuevas oportunidades de desarrollo profesional y personal? ¿en qué medida este proceso ha servido para avanzar en la igualdad entre mujeres y hombres en el medio rural?

3. Los efectos del desarrollo turístico en el desarrollo rural y la igualdad de género. ¿Cambio o consolidación de las relaciones patriarcales?

El objetivo fundamental de cualquier trabajo, entendido como una actividad visible por la que se obtienen unas rentas, es sin duda poder alcanzar la independencia económica que permita vivir con un nivel de calidad suficiente. En este sentido no podemos afirmar que el desarrollo del turismo rural haya permitido a sus trabajadoras alcanzar este objetivo.

El tipo de empleos generados se caracterizan por ser enormemente precarios. Son parciales porque su dedicación no justifica en la mayor parte de los casos la ocupación completa de una persona y son insuficientes porque su remuneración no alcanza para vivir de forma independiente. El modelo turístico desarrollado se caracteriza por la fuerte estacionalidad y por el bajo nivel de ocupación de los establecimientos, con un 11% de ocupación de las plazas de media anual en 2013 y 24% en fin de semana. Si añadimos a estos datos el pequeñísimo tamaño de la oferta, con unas 6/8 plazas como modelo más general en el caso de las casas rurales y unos relativamente bajos precios por



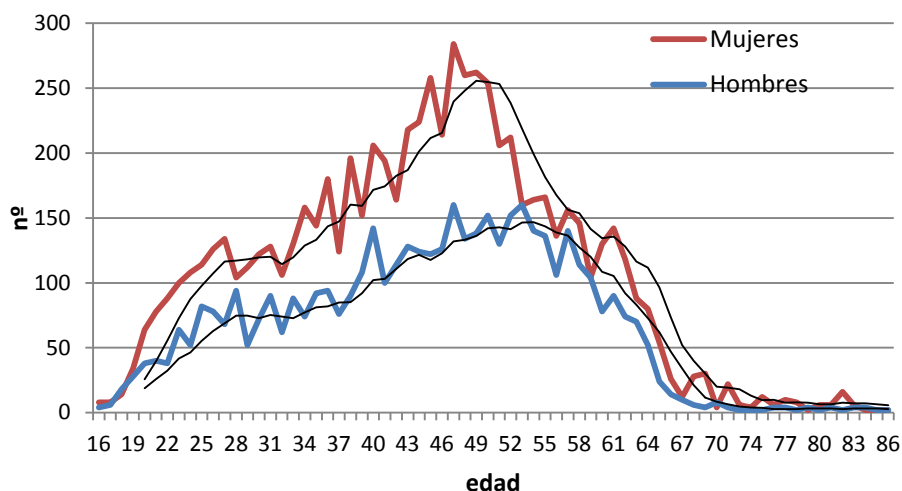
plaza, el resultado es que las rentas obtenidas por una empresa-tipo que cuenta con un único alojamiento de 6 plazas que se ocupa sólo en verano, vacaciones de Semana Santa y algo en Navidad, puentes y esporádicamente los fines de semana, son totalmente insuficientes para remunerar aunque sólo sea a la empresaria. Como consecuencia, las rentas en los casos de las Casas de Alquiler y de Alquiler Compartido representan un complemento para la renta familiar, de forma que *“el 41,7% compatibiliza el trabajo del establecimiento de turismo rural con otro tipo de trabajo... los ingresos procedentes de esta actividad productiva suponen un complemento a las rentas del hogar. En la mayoría de los casos en los que la mujer no tiene otro empleo, el marido sí que lo tiene, con lo que los ingresos familiares también proceden de varias fuentes”* (Rico, 2005: 107), Además, el grado de ocupación, uno de los grandes problemas del turismo rural, no sólo no mejora sino que tiende a empeorar⁴. En primer lugar porque el incremento de viajeros que ocupan alojamientos de turismo rural no está creciendo al mismo ritmo que la oferta (Rico, 2009: 287) y, en segundo lugar porque se viene detectando cada vez más la aparición de una oferta no regulada de alojamientos que dificulta aún más alcanzar los niveles de ocupación que se consideran óptimos para convertir esta actividad en renta principal, al menos en un 60% (ALARIO, M. y MORALES, E., 2012).

Este problema no afecta igual a todos los tipos de empresas. Es obviamente generalizado en el caso de las casas rurales que corresponden a empresarios personas físicas, que rara vez disponen de más de un alojamiento, pero es determinante en el caso de los alojamientos colectivos de calidad, especialmente los hoteles rurales y, sobre todo, las posadas que, concebidas y gestionadas con criterios empresariales, no pueden permitirse la supervivencia sin alcanzar un mínimo de rentabilidad. Otra cuestión relevante es valorar hasta qué punto estas actividades han servido para fijar población en el medio rural. Por lo que respecta a los perfiles dominantes de las trabajadoras residentes en municipios menores de 2.000 habitantes, el análisis de los microdatos del Censo de Población de 2011 arroja, como resultado, el predominio de un tipo medio de mujer adulta madura, entre 40 y 55 años (47%), casada (63%), con estudios medios (90%) y que en más de la mitad de los casos realiza su trabajo sin moverse de su propia casa (13%) o su mismo municipio de residencia (43%). En el caso de los hombres, los datos de trabajo en

4. En 2005 el grado de ocupación en fin de semana era de más del 33% y la media anual de ocupación de plazas de turismo rural superaba el 18%.



Figura 10. Ocupados/as en servicios de Turismo Rural por edad.
CyL mun.<2.000 hb. 2011



Fuente: INE. Microdatos Censo 2011. Elaboración M. Alario.

su propio domicilio son porcentualmente más importantes que en el caso de las mujeres (22%), debido posiblemente a que estos casos se correspondan con casas rurales de alquiler compartido donde la titularidad de la vivienda coincide con la del alojamiento rural, pero los datos de trabajo en el mismo municipio son diez puntos inferiores a los de las mujeres y su justificación, sin duda, diferente.

La lectura que podemos hacer de estos datos nos refiere, inmediatamente, al mantenimiento de los roles de género en un doble sentido. En primer lugar porque sigue vinculando las labores de cuidado, limpieza y atenciones básicas a las personas, con los “saberes femeninos” y, en segundo lugar, porque la prioridad del cuidado familiar sobre cualquier otra actividad de las mujeres las obliga a justificar la búsqueda o aceptación de trabajos que les permitan la conciliación laboral y familiar; que se asume como una exigencia exclusivamente femenina, de forma que, como señala Rico, “...la razón más frecuente que lleva a una mujer a abrir un negocio de turismo rural tiene que ver con el hecho de vivir en un ambiente rural, es decir, poder trabajar en el lugar donde vive. En este caso las mujeres ven muy importante



poder compatibilizar este trabajo con el trabajo doméstico y el cuidado de los hijos, además de no tener que desplazarse a otro municipio” (RICO, 2005: 108). Las casas rurales son el mejor exponente de este modelo de integración entre el trabajo productivo y el reproductivo y ello condiciona, también, la visión poco empresarial que muchas mujeres tienen de sus negocios (GAELAMA, E., 2008; SAMPEDRO, R., 2007).

Hay que destacar, también, el hecho de que se trata de mujeres que ya tienen una vinculación previa con el pueblo donde viven y trabajan, allí han formado su familia y allí suele estar el origen principal de las rentas familiares, por lo que, es dudoso que en este colectivo dominante podamos hablar de factor de fijación de población rural.

No es menos cierto que, aunque minoritarios, existen otros perfiles de trabajadoras, y sobre todo empresarias, de servicios de turismo rural, jóvenes sin cargas familiares (29%), con formación universitaria (14% en promotoras de alojamientos y 7% en servicios de comidas y bebidas), que apuestan por estos trabajos como una opción claramente profesional de la que vivir, y cuya apuesta supone también una opción por el medio rural. Ese colectivo es el especialmente significativo para el desarrollo rural y, más aún, los casos en que estas mujeres jóvenes bien formadas son nuevas pobladoras de núcleos rurales, un modelo en el que encaja el 8% de las ocupadas en turismo rural de entre 25 y 44 años que provienen de municipios urbanos mayores de 20.000 habitantes, desde donde se han trasladado en la última década⁵. Suelen ser mujeres que tenían, generalmente, trabajos en el sector de los servicios y que se trasladan a estos núcleos rurales buscando tranquilidad, mejor calidad de vida para sus familias y nuevas oportunidades de desarrollo profesional.

Por último, hay que hacer referencia a un conjunto de empresarias de alojamientos de turismo rural con un perfil muy peculiar; se trata de mujeres profesionales de servicios que, bien por vinculación afectiva con el medio rural o por puros intereses y oportunidades económicas, han invertido en la compra y rehabilitación de patrimonio rural para dedicarlo a este fin. Aunque no hay datos sobre su significado cuantitativo, tienen un efecto cualitativo grande, positivo porque inyectan recursos económicos en el medio rural y materializan la valoración positiva de los pueblos desde los espacios urbanos, pero también, en cierta medida negativo, ya que las rentas obtenidas no se quedan en el medio

5. Según microdatos del Censo de Población 2011. Elaboración propia.



rural (si bien suelen recurrir a mujeres residentes en el pueblo para la limpieza y acondicionamiento de la casa) y a que su grado de implicación en asociaciones profesionales de turismo rural no siempre es intensa.

En conjunto, pues, a día de hoy no podemos afirmar que el turismo rural en Castilla y León, constituye la opción fundamental de su desarrollo rural, ni el mayor ni mejor nicho profesional para sus mujeres, pero no cabe duda de que es uno de sus pilares fundamentales, junto con la industria agroalimentaria y los servicios a la población. El turismo rural aporta no sólo los valores tangibles de empleos y rentas vinculadas a él, las infraestructuras de servicios que permiten atender a la población residente y la vinculada a lo largo de todo el año, o la posibilidad de mejorar y conservar el patrimonio rural construido, sino otros intangibles, pero no menos importantes, como la visibilidad exterior de los espacios rurales, la valoración interna y externa de los paisajes rurales y su valor patrimonial como potencial recurso y, como tal, digno de ser conocido y protegido. Todo ello genera una mayor satisfacción de los propios habitantes rurales que ven reflejado su espacio en la imagen positiva de los visitantes. Su importancia actual y futura se traduce en una apuesta rotunda de las administraciones públicas por su desarrollo, sobre todo en la línea de potenciar la profesionalización del sector y la mejora de su calidad como medio para competir en mercados difíciles y cercanos a la saturación.

4. ¿De complemento de rentas a profesionalización? Hacia una mejora de la calidad en los servicios turísticos

Uno de los problemas con el que se encuentra este modelo de turismo rural, minifundista y de claro carácter complementario es su falta de profesionalidad. La idea inicial de que debía servir para que las familias rurales diversificaran sus rentas y complementaran las principales, generalmente procedentes de otras actividades, ha hecho que desde el principio se viera como una oportunidad de aprovechar saberes, tiempo disponible o patrimonio sin la necesidad de una formación específica y sin la realización de grandes esfuerzos, pero, al ritmo de la consolidación del modelo, se han ido produciendo cambios tanto en la oferta como en la demanda. Con el tiempo se ha ido poniendo de manifiesto que lo que en principio servía, la oferta pura y simple de un lugar donde pasar unos días por un módico precio, con mínimas comodidades, en contacto con la naturaleza y las formas de vida rurales, hoy se considera insuficiente por parte de una demanda que quiere unas infraestructuras de calidad con acceso a servicios de atención y



complementarios similares a los de otros tipos de alojamientos convencionales y que exige un trato profesional. Mientras, por el lado de la oferta hay un colectivo cada vez mayor que apuesta por la conversión de estos negocios en verdaderos trabajos de los que pueda llegar a vivir y opta por la formación especializada, a la par que por la ampliación del negocio, para ganar mercado e incrementar sus rentas. De esta forma, cada vez más, se va viendo un crecimiento de las sociedades o incluso personas físicas, tanto hombres como mujeres, que tienen más de dos o tres casas rurales o alojamientos más grandes como CTR, Hoteles Rurales o Posadas, que se dedican en exclusiva a esa actividad como opción profesional. Con ser los que mejor han respondido a la necesidad de profesionalización son, también, el colectivo que más está sufriendo la crisis actual de la reducción de la demanda y, sobre todo, del acortamiento de las estancias.

Se trata sin embargo, de un movimiento que aún es limitado sobre todo en el caso de las mujeres ya que *“...el 40,4% de las empresarias de alojamientos rurales no ha recibido ningún curso formativo que apoye su negocio de turismo rural (a pesar de que)... la mayoría de mujeres no tenía experiencia profesional en actividades de turismo rural antes de instalar su propio negocio”* (RICO, 2005: 107-108). Es más, su relación como los trabajos reproductivos asociados a las mujeres hace que exista *“...un grupo importante de mujeres que ni siquiera cree necesario recibir cursos formativos específicos sobre turismo rural, porque considera que esta actividad es una extensión de su trabajo en el hogar”* (RICO, 2009: 289).

A pesar de lo señalado, las mujeres suelen ser más conscientes de las necesidades de formación y especialmente las relacionadas con Nuevas Tecnologías, Atención al Cliente y Comercialización o, más esporádicamente, Gestión Empresarial que intenta ser atendido por las asociaciones profesionales y las administraciones (URBÓN, 2013).

En todo caso es una preocupación que ha sido asumida por la administración. Regional, que ha apostado por el turismo de calidad como futuro en la región, ofreciendo cursos de profesionalización e incentivando la mejora de la oferta turística regional. Así, con fecha 23 de julio de 2014 se han convocado ayudas para promover la calidad de los servicios turísticos en la región, especialmente para promover la Q de calidad, a través de una línea de subvenciones que están condicionadas a la creación de empleo ya que sigue considerando esta actividad como una de las que pueden seguir creciendo en la región. (ICAL, 2014).



5. Conclusiones

Tras lo señalado hasta aquí podemos afirmar rotundamente que, en Castilla y León, sin mujeres no existiría el actual modelo de desarrollo de turismo en espacios rurales. Ellas han sido partícipes necesarias y principales en la promoción de alojamientos y servicios de comida y bebida, así como en una buena parte de las actividades complementarias que hacen atractivos los espacios rurales: comercio, artesanía, actividades lúdicas... Su papel es hoy imprescindible en el mantenimiento y buen funcionamiento de esos servicios ya que, vinculados a labores de atención y cuidado se consideran trabajos femeninos, según la asignación de roles de género dominante en nuestras sociedades rurales.

Más dudosa puede ser la respuesta a las preguntas sobre si la situación de las mujeres rurales ha mejorado con este modelo de diversificación productiva, precaria en rentas y formas laborales y concebida, predominantemente, como complementaria. Obviamente no podemos dudar del papel que ha tenido en la visibilización del trabajo de las mujeres y los significativos avances de sus indicadores de actividad y también ha sido fundamental su papel en la naturalización del trabajo como opción de vida para las mujeres, pero no debemos olvidar que eso se ha hecho sin romper con el sistema social patriarcal que asigna casi en exclusiva las labores reproductivas a las mujeres, con lo cual sus éxitos laborales van acompañados de una sobrecarga de trabajo público más privado.

Aún está por ver, en último lugar, el papel que la consolidación de estas actividades pueda tener en la fijación y/o atracción de nuevas residentes, fundamentales en espacios rurales marcados por una fuerte masculinidad y escasez de opciones para las mujeres. En todo caso apuntan nuevos e interesantes procesos, como la llegada, aún tímida y muy puntual en el espacio, de nuevos pobladores que, aunque sin gran peso demográfico, puedan aportar nuevas formas de ver y vivir las relaciones sociales y laborales en nuestros espacios rurales.

Bibliografía

- AGUILASOCHO MONTOYA, D. (2006): *Familias y empresas. La creación de casas rurales en el marco del turismo rural*. Universitat Rovira i Virgili. Tesis Doctoral <http://www.tdx.cat/handle/10803/8810> (consulta 17.08.2014).
- AGÜÑA AGUERRI, M. I. (2003): *El desarrollo turístico de la Montaña Palentina*. Diputación Provincial de Palencia, Palencia.



- ALARIO TRIGUEROS, M. y MORALES PRIETO, E. (2012): Nuevos pobladores, nuevas funciones, nuevos paisajes: emprendedoras y turismo rural en Castilla y León. En *Investigando en rural, Actas del XVI Coloquio de Geografía Rural de Sevilla*, Ulzama Ediciones, Navarra, pp. 53-62.
- ALARIO, M. (2005): El Turismo rural: pluriactividad y creación de empleos para grupos de difícil inserción. En DELGADO URRECHO, J. M. y CABALLERO FERNÁNDEZ-RUFETE, P. (coord.): *La situación de los nuevos yacimientos de empleo en Castilla y León* CES de Castilla y León. Valladolid, pp. 361-414.
- CAMARERO RIOJA, L. A. (coord.) (2006): *El trabajo desvelado. Trayectorias ocupacionales de las mujeres rurales en España*. Instituto de la Mujer. Secretaría General de Políticas de Igualdad. Estudios MTAS. Madrid.
- CAMARERO RIOJA, L. A. (coord.) (2009): *La población rural de España: de los desequilibrios a la sostenibilidad social*. Colección Estudios Sociales, nº 27, Fundación La Caixa. Barcelona.
- CÁNOVES VALIENTE, G., y GARCÍA RAMÓN, M. D. (1995): El turismo rural, alternativa o complemento de la agricultura: Las mujeres motores de la transformación. En *El Campo*, 133, pp. 221-238.
- CÁNOVES VALIENTE, G., y VILLARINO, M. (2000): Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo. En *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 37, pp. 51-77.
- DIÉGUEZ CASTRILLÓN, M^a I., GUEIMONDE CANTO, A. y SINDE CANTORNA, A. I. (2010): Éxito empresarial y género. En *Tourism & Management Studies*, nº 6, pp. 82-93.
- DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO SOSTENIBLE DEL MEDIO RURAL: Plan Estratégico para la Igualdad de Género en el Desarrollo Sostenible del Medio Rural (2011-2014). Dirección General de Desarrollo Sostenible del Medio Rural, Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino, (MARM).
- DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO SOSTENIBLE DEL MEDIO RURAL Y MARINO (2011): Diagnóstico de la Igualdad de Género en el Medio Rural. Dirección General de Desarrollo Sostenible del Medio Rural y Marino. Secretaría General del Medio Rural y Marino. (MARM).
- FLORES, D. y BARROS, M. (2011): La mujer en el turismo rural: un análisis comparativo de género en el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche (comarca Noroccidental andaluza). En *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, nº 10, pp. 39-69.
- FUNDACIÓN ENCUENTRO (2009): El futuro de la mujer rural. El caso de Castilla y León. Informe España 2009, interpretación de su realidad social. Madrid.
- GALEANA FIGUEROA, E. y AGUILOSOCHO MONTOYA, D. (2008): La función empresarial y género: turismo rural en Cataluña. En CASTRO SILVA, E. J. DE y DÍAZ DE CASTRO, F. J. (coord.) Universidad, Sociedad y Mercados Globales, pp. 652-662.



- GARCÍA RAMÓN, M^a D. et al. (1995): Trabajo de la mujer, turismo rural y percepción del entorno: una comparación entre Cataluña y Galicia. En *Revista Agricultura y Sociedad*, n° 75, pp. 115-552.
- GARCÍA RAMÓN, M^a D. y BAYLINA FERRÉ, M. (eds.) (2000): *El nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural*. Barcelona, ed. Oikos-tau.
- ICAL <http://turismo.agenciaical.com/listado.cfm/noticias>, (consulta 25-08-2014).
- MARTÍNEZ GARRIDO, E. (dir.) (2007): *Mujeres emprendedoras en el desarrollo rural. Atlas Regional de España de la participación de las Mujeres Rurales Emprendedoras en la Iniciativa Comunitaria LEADER II*. Estudios e Investigaciones, Instituto de la Mujer, Secretaría de Políticas de Igualdad, MTAS.
- NIETO FIGUERAS, C. (2003): *Mujeres empresarias y desarrollo rural. Experiencias en los municipios malagueños*. Tesis Doctoral. Universidad de Málaga.
- PULIDO FERNÁNDEZ, J. A. y CÁRDENAS GARCÍA, P. J. (2011): El Turismo Rural en España: Orientaciones estratégicas para una tipología aún en desarrollo. En *Boletín Asociación Geógrafos Españoles*, n° 56, pp. 155-176.
- RICO GONZÁLEZ, M. y GÓMEZ GARCÍA, M^a J. (2005): La participación empresarial de la mujer en las iniciativas de Turismo Rural en Castilla y León. En *Revista de Estudios Turísticos*, n° 166, pp. 96-133.
- RICO GONZÁLEZ, M. y GÓMEZ GARCÍA, M^a J. (2009). La contribución económica de la mujer al desarrollo rural de Castilla y León. Análisis aplicado al Turismo Rural. En *Anales de Estudios Económicos y Empresariales*, vol. XIX, pp. 257-296.
- SABATÉ MARTÍNEZ, A. (1992): Trabajo, género y diversificación económica en las zonas rurales. En *Treballs de Geografia*, n° 44, pp. 99-117.
- Grupo TUR+MUJER (Fundación CEHAT-Universidad Juan Carlos I): *Mujer y Techo de cristal en el sector turístico*.
- SAMPEDRO GALLEGO, R. y CAMARERO RIOJA, L. (2007): Mujeres empresarias en el medio rural. El sujeto pendiente. En *Revista Internacional de Sociología*, vol. LXV, n° 48, pp. 121-146.
- SPARRER, M. (2003): Género y turismo rural. El ejemplo de la costa coruñesa. En *Cuadernos de Turismo*, n° 11, pp. 181-197.
- UBÓN, M. (2013): *Mujeres y turismo en el Bosque Modelo de Urbión*. Inédito.
- VILADOMIÚ CANELA, L. et al. (2010): Factores determinantes de la participación de la mujer en proyectos LEADER+. En *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, n° 226, pp. 177-206.



“La unión de lo rural y la mujer es un binomio imprescindible en el contexto mundial que hay que preservar, empoderar y poder cuantificar con estadísticas fiables, entre otras cosas porque su representatividad es importante”.

Ana Castelló Puig

Profesora Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio
Universidad de Zaragoza

“Las emprendedoras del siglo XXI en el medio rural son conscientes de que no tienen horarios de oficina para sacar adelante sus proyectos, sino que éstos requieren de una dedicación completa para ser competitivos. Sin embargo, y a diferencia de sus progenitoras, quienes trabajaban con muchas ganas aun cuando ya no quedaban ganas, ellas sí que han sabido organizarse para poder disfrutar de algún tiempo libre en el que descansar, formarse o hacer otras actividades al margen de su trabajo”.

María Inmaculada Hervás Moreno

Doctoranda Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio
Universidad de Zaragoza

EMPRENDEDORAS EN EL MEDIO RURAL. LA VISUALIZACIÓN DE LA MULTIFUNCIONALIDAD DEL TERRITORIO

Ana Castelló Puig¹

María Inmaculada Hervás Moreno²

El camino hacia la multifuncionalidad

Después de varios siglos de indiferencia e incluso de olvido del medio rural, el proceso de globalización actual se presenta como una oportunidad y un reto, que las zonas rurales están aprovechando para estar presentes en el contexto mundial, con nuevas formas de innovación y de participación económica, social, cultural y ambiental.

Hasta finales del siglo pasado, lo rural y todo lo que lleva consigo, incluida la población y por supuesto las mujeres, ha sido sinónimo de atraso, desequilibrio, pobreza, marginación..., porque en el modelo imperante, nacional –y podemos decir que mundial y global–, derivado de las políticas macroeconómicas con base en la industria y en las ciudades, predominaban las políticas sectoriales, los procesos de decisión descendentes, centralizados, que han discriminado y marginado a una parte de la población y generado periferias y zonas excluidas del desarrollo, con los consiguientes resultados de despoblación, desequilibrio poblacional y territorial y pérdida de identidad.

Ha sido un modelo incapaz de resolver los problemas de “todos” los habitantes poniendo de manifiesto su debilidad como modelo de desarrollo, al ignorar a la mayoría de la población e incluso marginarla, aunque no sea de manera premeditada.

1. Profesora Titular en el Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio. Universidad de Zaragoza.

2. Doctoranda Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio. Universidad de Zaragoza.



El punto de inflexión en la revalorización del medio rural y también de la mujer en general, se produce al final del siglo pasado, década de los 80, cuando se inicia el debate del cambio de paradigma hacia el modelo de desarrollo humano y sostenible. Se cambia la consideración del medio rural identificado sectorialmente con la actividad agraria por una nueva conceptualización multifuncional, y el territorio es algo más que el soporte-espacio sobre el que se asientan las diversas actividades. De esta forma, el territorio es considerado un agente más del desarrollo, resultado de la integración del espacio, los agentes sociales, los mercados, las políticas públicas y la gente en general, con una singular caracterización fruto de la organización propia y de la cohesión entre todos los elementos participantes en su construcción territorial.

La Comisión Europea toma conciencia de la importancia del medio rural e inicia un proceso, en 1986, con la publicación de *El futuro del mundo rural* donde considera la diversidad de los espacios rurales, más allá de una simple delimitación geográfica, con un tejido económico y social que comprende actividades muy diversas. Esta conceptualización se va enriqueciendo en distintos momentos con la declaración de CORK, en 1996, la Agenda 2000 y la actual programación de acuerdo con la Estrategia Europea 2020. Y esto es así porque la UE se da cuenta que no puede consentir la existencia de un mundo rural vacío y abandonado. Las áreas rurales son consideradas patrimonio colectivo a preservar y de ahí que sea imprescindible programar políticas públicas de desarrollo rural. Es una cuestión de solidaridad interterritorial para que no queden abandonadas y fuera del proceso de desarrollo general.

Hay que recuperar la autoestima que nunca se debió perder y favorecer, en definitiva, la superación de la exclusividad del trabajo agrario por la multifuncionalidad. Así, el medio local se incorpora al sistema global, como un eslabón más, perfectamente interconectado entre las distintas redes territoriales y las mujeres son el pilar fundamental que está haciendo posible la interconexión local-global.

La política europea comunitaria está impregnada de esta filosofía. El cambio hacia el Desarrollo Local se inicia cuando se añade a lo económico la dimensión social, la cultural y la medioambiental y las propuestas van encaminadas a los temas de Desarrollo Humano y Desarrollo Sostenible.

Así el espacio físico, el territorio, pasa a ser espacio vivido, sentido, creado y recreado. Significa tener en cuenta las necesidades inmateriales, no cuantificables y de carácter social, cultural, mental y psicológico; toda la dimensión humana. Se



debe recordar que la calidad de vida de los ciudadanos, sigue dependiendo de la situación de su entorno local más inmediato y si se procura el desarrollo de las personas se obtiene el respectivo de los pueblos y países, pero no al revés. La propuesta sobre Desarrollo Humano defiende el protagonismo de la persona, del "ciudadano del siglo XXI", visionario para anticipar acciones y con ilusión para cambiar la realidad que le disgusta, responsable, para asumir y compartir los resultados de las acciones colectivas y emprendedor con capacidad para aprender y reciclarse continuamente, que entiende el cambio como una oportunidad y no como una amenaza (RODRÍGUEZ-FERRARA, J. C., 1997). Todas las personas son necesarias y todas tienen que participar. Por eso el protagonismo de la mujer ha ido creciendo día a día. Estamos ante una nueva sociedad, una nueva forma de pensar y actuar que garantiza el desarrollo de todas las personas sin exclusión.

En estas nuevas propuestas las mujeres son protagonistas indiscutibles, con un bagaje de experiencia que se debe poner en valor en el entorno más inmediato para el trabajo colectivo que supone avanzar y actuar en acciones comunes en el ámbito donde están viviendo. Y sobre todo se ha demostrado imprescindible la participación de la mujer en la propuesta de Desarrollo Sostenible, que es el contexto donde mejor se materializa el Desarrollo Local, porque hay que actuar movilizand o todos los recursos materiales y humanos, reales y potenciales, con acciones durables, que no hipotequen el futuro de las generaciones venideras.

No se trata de sustituir a nadie, ni de sobredimensionar las potencialidades de las mujeres. Antes no teníamos tanto protagonismo porque el modelo establecido era centralizado y estaba carente de valores democráticos que hicieran posible la participación. A ello cabría añadir, además, la tradicional condición de marginación por cuestiones religiosas, culturales, familiares, el predominio y especialización de la actividad agraria, con poca o nula diversificación, etc. Ahora, en este nuevo modelo se ha introducido el humanismo, se ha reinterpretado lo local y se han democratizado las actitudes, la multifuncionalidad es posible y deseable, las nuevas tecnologías de la información y comunicación, que nos conectan con todo el mundo son una realidad, nuestros estilos de vida y de consumo han cambiado y han dado un giro de 360°. Pero, sobre todo, la valoración de la persona y la difusión de los valores de la mujer han contribuido a cambiar la tradicional asignación social de los papeles que le atribuían en razón del género.

La prioridad en la mayor parte de los países europeos, entre ellos el nuestro, es conseguir la integración de la igualdad de oportunidades entre mujeres y



hombres en el desarrollo local y regional. Y para ello han proliferado propuestas y objetivos para conseguir la integración de la mujer en los procesos de desarrollo.

La Comisión Europea adoptó la decisión de integrar la política de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el conjunto de políticas comunitarias e insta a los gobiernos, instituciones académicas, ONG's y colectivos en general que celebren actos para conmemorar el día de la mujer en sus diferentes facetas.

Por lo que se refiere al desarrollo rural en general, no ha habido políticas específicas al margen de las destinadas al sector agrario; y, las primeras medidas de apoyo al medio rural, priorizando la actividad emprendedora de la mujer, se han producido con las Iniciativas Comunitarias, fundamentalmente LEADER, acrónimo de las iniciales de su denominación en francés, *Liaisons Entre Activités de Développement de l'Economie Rurale* (Relaciones entre Actividades de Desarrollo de la Economía Rural), en sus diferentes periodos de programación, desde 1991 hasta la actualidad, ya que la PAC es sectorial y LEADER es territorial y afecta a toda la sociedad en general y revaloriza todos los recursos endógenos materiales e inmateriales presentes y potenciales.

La Ley de Desarrollo Sostenible (Ley 45/2007) incluye como medida para incentivar la diversificación económica del medio rural "establecer programas específicos de apoyo a las iniciativas locales de desarrollo rural", según el enfoque LEADER, que contempla como beneficiarios prioritarios a las mujeres y jóvenes; y lo mismo la programación 2014-2020 dentro de las prioridades y especificidades ha tenido en cuenta el medio rural y la población en general incluidas las mujeres.

La Estrategia Europa 2020 señala que el núcleo de la próxima Europa debería estar constituido por tres prioridades: crecimiento inteligente, es decir, desarrollo de una economía basada en el conocimiento y la innovación; crecimiento sostenible, o lo que es lo mismo, promoción de una economía que utilice más eficazmente los recursos, que sea verde y más competitiva; y, crecimiento integrador, fomentando una economía con un alto nivel de empleo que redunde en la cohesión económica, social y territorial.

La unión de lo rural y la mujer es un binomio imprescindible en el contexto mundial que hay que preservar, empoderar y poder cuantificar con estadísticas fiables entre otras cosas porque su representatividad es importante.

Más del 91% del territorio de la UE es rural y más del 51% de la población de la UE-27 vive en zonas rurales y hay que preservar su heterogeneidad, la variedad



de paisajes, de lenguajes, de culturas..., de los que se derivan diferentes hábitos de consumo, de efectos esenciales para el desarrollo de determinados sectores de producción, transformación, distribución de alimentos (agroindustria en general). Y en el caso de Aragón, el 97'12% del territorio y el 40% de su población se considera rural (GA, 2014).

Ante esta situación, como ciudadanas interesadas por la situación del mundo global, es decir, por la localidad, comarca, región, nación y el mundo en general, hay que seguir el consejo de un antiguo ejecutivo de UNICEF (JAMES GRANT) que al ver lo preocupados que estaban todos los mandatarios por el futuro del mundo les dijo: "En lugar de preocuparnos por el futuro vamos a trabajar para crearlo". Esto es emprender, trabajar cada una en su entorno según sus posibilidades, habilidades y circunstancias y compartir entre todas por un futuro mejor con sus éxitos y sus fracasos. Caminar y avanzar supone siempre asumir riesgos y la posibilidad de cometer errores; es natural, el que no hace nada seguro que no los comete.

El ejemplo de las emprendedoras que analizaremos en las páginas siguientes es fiel reflejo de esta filosofía.

La relación con el territorio y con los recursos endógenos es primordial en todos los casos; han unido el saber hacer tradicional de las generaciones anteriores con las oportunidades que les ha brindado el territorio en la actualidad y todo ello impregnado de la filosofía de la metodología LEADER.

En los tres proyectos hay un denominador común que hace referencia a la condición de exclusión histórica del medio rural en el que se insertan; el proceso dominante de desarrollo neoliberal que ha impuesto sus reglas hasta fechas muy recientes y que intenta recuperar posiciones en la actualidad, dio la espalda a las zonas rurales, con claros objetivos sectoriales y cuantitativos.

En los tres casos de empresas que vamos a presentar, el objetivo ha sido construir un proyecto de desarrollo local a través de acciones económicas pero también sociales, culturales y ambientales, de acuerdo con una nueva manera de concebir el desarrollo rural con enfoque integral aprovechando los recursos endógenos y cuidando la calidad de las acciones y de las relaciones con los demás. Se trata, en definitiva, de poner un granito de arena en la construcción del capital social, para facilitar el desarrollo de sinergias que hagan posible la gestación de otras actividades empresariales que contribuyan a fijar la población e incluso a incrementarla a medio y largo plazo en sus respectivos territorios.



Las enseñanzas de la metodología LEADER

Para la puesta en marcha de los tres proyectos ha sido de gran ayuda contar con el asesoramiento de los respectivos Grupos de Acción Local y de la ayuda asignada a través de LEADER, puesto que esta Iniciativa europea ha introducido una metodología de trabajo, compatible con la diversidad del medio rural, para conseguir que lleguen a él las oportunidades de trabajo. Después de más de veinte años de recorrido, ha demostrado su eficacia sobradamente porque los resultados son satisfactorios en la gran diversidad de zonas rurales europeas, españolas y, en nuestro caso, aragonesas.

Junto con otras Iniciativas Comunitarias, nace con la reforma de los Fondos Estructurales (1989-1993) y marca el inicio del enfoque territorial, que supone la elaboración de estrategias a partir de la consideración de todos los componentes que conforman el capital territorial, con el enfoque ascendente (*bottom-up*) para elaborar el “proyecto de territorio”, que es la piedra angular de la metodología LEADER.

LEADER ha contribuido a introducir en el mundo rural una nueva forma de hacer; de pensar; de relacionarse la gente porque en su enfoque de desarrollo aglutina conceptos procedentes de las corrientes alternativas de desarrollo en plena efervescencia en los años noventa del siglo pasado y desde sus orígenes en 1991, (LEADER I) va perfeccionando el método hasta llegar a considerar el desarrollo humano y sostenible como meta fundamental a conseguir en el desarrollo rural.

El planteamiento ascendente, el enfoque territorial, multidimensional, descentralizado, integral innovador, cooperativo,... es un enfoque innovador que según FARELL (2003) aglutina o se resume en dos ideas principales: la proximidad y la creación de enlaces y redes. La proximidad a los territorios (enfoque territorial), a las personas (enfoque desde abajo), a las actividades (descentralización de decisiones y de financiación); y en cuanto a la creación de enlaces, éstos se establecen entre los territorios (redes), entre los ciudadanos y las organizaciones (asociación público-privada y creación de los GAL) y entre las actividades (método integrado o multisectorial).

Para gestionar todos los proyectos se han puesto en marcha los Grupos de Acción Local (GAL), que ha sido uno de los logros más importantes porque ha favorecido la cooperación público-privada, que ha logrado movilizar el capital



privado de manera sorprendente, la generación del capital social en los territorios y una gobernanza territorial, que no hubiera sido posible sin esta metodología de trabajo, y que ha sido exportada a otras comarcas no beneficiarias de la Iniciativa LEADER.

Para corroborar lo que hemos expuesto y constatar la realidad con la implementación de proyectos concretos en el territorio, vamos a exponer tres casos elegidos, uno en cada provincia de la Comunidad Autónoma de Aragón, que no quieren ser el ejemplo de todo el territorio, entre otras cosas porque los proyectos de desarrollo local en el medio rural no son extrapolables, son singulares e irrepetibles porque singulares y diferentes son todas las zonas rurales; hay que planificar en el territorio donde se actúa y con los habitantes que son a la vez beneficiarios. No es volver al pasado recordando tradiciones; es poner en valor las especificidades propias, por parte de la sociedad local, pensando en el futuro, que tiene que apostar por la transformación y la innovación, valorando y creyendo en sus propios recursos e incluso convertir en recurso algo que no se tenía como tal. En los ejemplos que se presentan en la Jornada sobre mujeres en el día de la mujer rural, los tres proyectos responden a esta manera de actuar; aprovechando el saber hacer, la tradición del pasado, han innovado y reinventado el proyecto propiciando el desarrollo local, en plena sintonía con las exigencias del futuro en un mundo globalizado.

El perfil de las emprendedoras³ del siglo XXI

Tres mujeres diferentes, tres territorios aragoneses distantes entre sí (norte, centro y sur) y tres proyectos vitales hechos realidad. ¿Puntos en común? Dos principalmente. El primero, que las tres mujeres forman parte de ese grupo de emprendedoras que eligieron la calidad de vida que ofrece el medio rural frente al bullicio de la gran ciudad; y en segundo lugar, que las tres, a través de sus actividades económicas, han contribuido al desarrollo del medio rural aragonés y con su presencia en el mismo ejemplifican la viabilidad de esta nueva concepción

3. La información de este apartado se ha obtenido de las respectivas entrevistas en profundidad realizadas a las representantes de los tres proyectos de empresa rural presentados. Las emprendedoras son: Marisa Plaza Grau, proyecto: *Hotel rural Plaza Pirineos* (Castejón de Sos, Huesca). Entrevista realizada en mayo de 2014. [MER-1]; Evelyn Celma Esteve, proyecto: *Cosmética Bio-Oliva Matarrania* (Peñarroya de Tastavíns, Teruel). Entrevista realizada en mayo de 2014. [MER-2]; y Ana y Laura Marcén Murillo, proyecto: *Panadería y molinería Ecomonegros 03* (Leciñena, Zaragoza). Entrevista realizada en mayo de 2014. [MER-3].



del medio rural cada vez más diversificado económicamente debido a la asignación de las nuevas funciones para estos espacios ancestrales.

Ellas son una ínfima muestra del amplio colectivo de emprendedoras en el medio rural que hay en Aragón, y que con la puesta en marcha de su proyecto económico, no sólo les ha servido para incorporarse al mundo laboral siendo sus *propias jefas*, sino también para dinamizar los pueblos y las zonas en las que se han instalado. Además, son el reflejo de la importancia que tienen las iniciativas europeas en nuestra Comunidad Autónoma puesto que, en mayor o menor medida, las tres han contado con alguna ayuda económica para la materialización de su proyecto personal a través de los programas LEADER, ayuda que siempre es bienvenida ya que las emprendedoras tenían claro su objetivo. De ahí que las tres reconocen que *«poca o mucha, siempre es bienvenida una ayuda en los inicios»*.

Así pues, analicemos ahora la trayectoria personal y profesional de estas tres emprendedoras del siglo XXI que viven y trabajan en el medio rural.

En líneas generales podemos decir que tienen una media de 40 años, con un nivel de estudios medio-alto, que han vivido tanto en el campo como en la ciudad, con poca descendencia todavía (dos hijas entre las cuatro emprendedoras, lo que nos da una ratio de 0,5 hijos/mujer), y que les gustan, valoran y trabajan con las nuevas tecnologías de la misma forma que respetan, practican y ensalzan los valores aprendidos de sus progenitoras, madres y abuelas.

Ellas son Marisa Plaza Grau (MER-1)⁴, propietaria del alojamiento de turismo rural *Hotel Plaza* de Castejón de Sos, ubicado en el Pirineo de Huesca en la comarca de La Ribagorza, una actividad familiar en la que ella representa la tercera generación de mujeres que está al frente del negocio. Evelyn Celma de *Matarraña Cósmetica Bio* (MER-2), empresa ubicada en Peñarroya de Tastavins en el Matarraña turolense y dedicada a la fabricación y venta de productos cosméticos realizados a partir del aceite de oliva como principal ingrediente. Y, Ana y Laura Marcén, de *Ecomonegros 03* (MER-3), empresa instalada en Leciñena, en los Monegros zaragozanos, dedicada a la elaboración de pan y bollería íntegramente ecológicos.

La realización de estos tres proyectos personales, tan distintos y tan distantes, nos permiten afirmar que cualquier actividad económica que sea original y, sobre todo,

4. Mujer Emprendedora Rural, en adelante MER.



respetuosa con el medio ambiente, tiene posibilidades de prosperar en el medio rural puesto que la naturaleza y el entorno ayudan a que sean factibles. Estamos hablando de la nueva economía multifuncional del medio rural donde tienen cabida tanto el turismo como los productos de calidad que surgen del territorio y que están relacionados con la agroalimentación y la salud, entre otros aspectos.

Como señala ALARIO (2009), el salto al trabajo productivo de las mujeres del mundo urbano –especialmente a partir de la década de los noventa– no ha estado exento de dificultades, derivadas, especialmente, de la rigidez de los mercados laborales, que siguen manteniendo muchos estereotipos sobre trabajos “femeninos” y “masculinos”; problemas que se agravan en el medio rural donde las propias características sociales (familiares, formativas, económicas...) de las mujeres y la estrechez de un mercado laboral restringido a actividades con escasa generación de empleo, acentúan sus limitaciones para acceder a un trabajo dignamente remunerado. De ahí que, cada vez con más frecuencia, las mujeres que libremente han decidido vivir en el medio rural, opten por el emprendimiento como forma de hacer compatible su estancia en él a la vez que se desarrollan profesionalmente:

“El deseo de vivir en el pueblo, tener un trabajo que englobara todos los valores que tengo y la recuperación del trigo Aragón 03, fueron las claves para poner en marcha Ecomonegros 03”. (MER-3).

“Me apasiona el uso sostenible de las comunidades rurales y su respeto al entorno. Para mí el medio rural es el lugar apropiado para desarrollar mi vida familiar y profesional, más que la ciudad. Además aquí, puedo contar con los excelentes recursos naturales del aceite de oliva D.O. Bajo Aragón y la tradición popular relacionada con el uso de las plantas”. (MER-2).

Por otra parte, estas tres emprendedoras viven en núcleos cuyo promedio de habitantes no llega al millar (824 hab.), lo cual no les ha impedido en ningún momento darse a conocer en el mundo entero gracias y a través de las nuevas tecnologías, TICS que definen entre «importantes» y «fundamentales» dependiendo de la actividad que desarrollan. Es más, están convencidas, y la realidad así se lo demuestra día a día, que se puede competir con otras empresas similares “siempre y cuando tu producto sea mejor y sepas venderlo a través de una buena comunicación; porque el éxito o el fracaso no está en donde resides o en donde haces el producto, sino en la calidad del mismo”.

A este respecto, en lo concerniente a la implantación y desarrollo de las nuevas tecnologías, según el informe del Gobierno de Aragón presentado ante la



Comisión Europea el pasado mes de julio para la programación *Aragón 2014-2020*, la brecha digital en la Comunidad aragonesa sigue existiendo, aunque a lo largo de la década se han reducido las distancias entre el medio rural y el urbano. En 2013, el 67,7% de los hogares aragoneses disponían de conexión a internet frente al 69,8% del conjunto nacional. En el mencionado Informe se reconoce que en las zonas rurales persisten las deficiencias en la red de telecomunicaciones que dificultan el acceso a las TIC y su uso intensivo, y la conveniencia de invertir más en solucionar este problema.

“Creo que las nuevas tecnologías son muy importantes, pero no fundamentales. Nosotras las utilizamos todo lo que podemos. Este año tenemos previsto actualizar la página web y pasarla a tienda on-line, y acabamos de instalar unos terminales de punto de venta. Además, tenemos presencia en Twitter, Facebook e Instagram. No obstante, nosotras pensamos que lo importante es vender y para eso se necesita algo más que un ordenador conectado al mundo. Necesitas tener un buen producto. Pero sí que es cierto que, aunque todavía no tengamos calculado el porcentaje de impacto a través de internet, muchos clientes nos encuentran a través de las nuevas tecnologías”. (MER-3).

“Creo que las nuevas tecnologías son básicas y fundamentales al cien por cien. De hecho, el 95% del total de mi actividad está vinculado a internet”. (MER-1).

“Para mí son fundamentales. Podría decirte que el 95% de las ventas las realizo a través de internet”. (MER-2).

Sin embargo, si entramos a analizar el terreno de las ayudas familiares para facilitar y/o mejorar el trabajo doméstico, el resultado es bien distinto. Así como ellas cifran en un alto porcentaje la ayuda recibida a través de las TIC's, otro balance bien distinto surge cuando hablamos del reparto de las cargas familiares. En este tema, y sobre todo si la pareja tiene hijos, son ellas las que tienen que adecuar sus horarios laborales al de los niños que están en la escuela. «*El reparto es regular, pero si le pido ayuda, la tengo*», o «*Me ayuda pero no de forma natural ni espontánea*» siguen siendo las frases que se repiten cual mantra, década tras década. En el caso de no tener hijos, la respuesta puede ser «*el reparto es lo más equitativamente posible*», o «*reparto al 50%*», lo que nos indica que, aunque poco, algo se ha avanzado en la corresponsabilidad familiar; independientemente de si la pareja vive en el medio rural o en el medio urbano.



En el aspecto de las identidades, tienen claro que vivir en el medio rural *ni les impide ni les condiciona* para considerarse *mujeres modernas y jóvenes*, defendiendo algunas abiertamente que son mujeres rurales que han vivido en la ciudad sin perder su arraigo: *«una de las pocas cosas que tenía claras antes de comenzar la carrera, era que quería vivir aquí; emprender este proyecto fue el medio para conseguirlo»*. Una identidad forjada al calor de sus madres y abuelas a quienes consideran *«grandes mujeres, con un espíritu luchador incansable. Buenas transmisoras de unos principios rectos y justos»* (MER-3); y *«mujeres que han vivido en el medio rural más duro, pero que no eran mujeres rurales tal y como se entiende generalmente, ya que eran mujeres de mentes claras y abiertas»* (MER-1).

Las emprendedoras del siglo XXI en el medio rural son conscientes de que no tienen horarios de oficina para sacar adelante sus proyectos, sino que éstos requieren de una dedicación completa para ser competitivos. Sin embargo, y a diferencia de sus progenitoras, quienes *«trabajaban con muchas ganas aun cuando ya no quedaban ganas»*, ellas sí que han sabido organizarse para poder disfrutar de algún tiempo libre en el que descansar, formarse o hacer otras actividades al margen de su trabajo:

“Mi tiempo libre lo dedico al negocio de mi pareja, en costura, a la fotografía, en estar con los amigos”. (MER-3).

“Intento hacer la mayor vida social posible y relajarme el resto del tiempo”. (MER-3).

“Sólo tengo tiempo libre cuando es temporada baja y me voy de vacaciones que es dos veces al año. Entonces me dedico a viajar que es mi pasión, y también a leer, aunque esto lo hago con más frecuencia que viajar obviamente”. (MER-1).

Aunque el tiempo libre también depende de si hay hijos o no:

“Casi no tengo tiempo libre, y el poco que tengo lo dedico a mis hijos, y un poco para mí”. (MER-2).

Todo el esfuerzo que realizan estas emprendedoras, además de la satisfacción personal de haber hecho realidad sus sueños, en la mayoría de las ocasiones, se ve recompensado por la aceptación personal tanto de su actividad como de ellas mismas, aunque, a veces, la falta de capital social en el pueblo, no se lo ha puesto fácil.



Por último, en el terreno de la implicación local, tampoco quieren quedarse al margen, quieren sumar. A este respecto, una de ellas ya ha experimentado la responsabilidad política al estar durante ocho años en su ayuntamiento de concejala:

“Cuando decidí implicarme en la vida local lo hice porque pensé que era interesante (y así fue) participar de las decisiones del progreso de mi pueblo”.

Las otras, todavía no lo han hecho pero...

“No he estado nunca en política porque no he tenido tiempo pero me gustaría”.

“Todavía no, pero ¿quién sabe?”.

Quizá el ejemplo de estas mujeres anime a otras a seguir éstas u otras huellas porque el medio rural necesita de hombres y de mujeres que amen, entiendan y respeten el medio rural y lo defiendan. Se trata de rehacer el medio rural, de luchar por él, desde dentro.

Los ejemplos de buenas prácticas en territorios LEADER⁵

Hotel Plaza Pirineos, Castejón de Sos (Huesca), en territorio CEDESOR

Este proyecto es el resultado de la revalorización y adaptación de otro anterior iniciado a mitad del siglo pasado y que desde finales de los 80 está en manos de Marisa Plaza Grau, en Castejón de Sos, municipio de 731 habitantes en la comarca de La Ribagorza. Para la gestión de los programas de desarrollo rural depende del Centro de Desarrollo de Sobrarbe y La Ribagorza (CEDESOR), escenario de la primera experiencia piloto de la provincia de Huesca, en 1991, con LEADER I.

El ámbito territorial de actuación de CEDESOR son las comarcas de Sobrarbe y La Ribagorza, ubicadas ambas en el Pirineo central, en la zona nororiental de Aragón, con una extensión superficial de 4.663 km², 20.663 habitantes entre las dos y una densidad de población de 4’3 hb./km², una de las más bajas de España.

5. La información aquí expuesta ha sido consultada en las páginas de las actividades de las emprendedoras así como en los portales de las comarcas de Aragón, <http://www.comarcas.es/>, la Red Aragonesa de Desarrollo Rural <http://aragonrural.org/>, y el Gobierno de Aragón. <http://www.aragon.es/>





**CENTRO PARA EL DESARROLLO
DEL SOBRARBE Y LA RIBAGORZA**

CEDESOR gestiona el programa LEADER en un territorio compuesto por los siguientes términos municipales: Abizanda, Aínsa-Sobrarbe, Bárcabo, Bielsa, Boltaña, Broto, Fanlo, Fiscal, La Fueva, Gistaín, Labuerda, Laspuña, Palo, Plan, Puértolas, Pueyo de Araguás, San Juan de Plan, Tella-Sin, Torla, Arén, Benabarre, Benasque, Bisaurri, Bonansa, Campo, Capella, Castejón de Sos, Castigaleu, Chía, Estopiñán del Castillo, Foradada de

Toscar, Graus, Isábena, Lascuarre, Laspaúles, Monesma y Cajigar, Montanuy, Perarrúa, La Puebla de Castro, Puente de Montañana, Sahún, Santa Liestra y San Quílez, Secastilla, Seira, Sesué, Sopeira, Tolva, Torre La Ribera, Valle de Bardají, Valle de Lierp, Veracruz, Viacamp y Litera y Villanova.

La ubicación en zona de montaña le confiere una caracterización socioeconómica apoyada en el sector primario, de ahí que haya sido considerada desde los inicios como un excelente laboratorio donde poder experimentar la metodología LEADER, para promover el desarrollo rural mediante la diversificación de las actividades económicas y la revalorización y promoción del medio natural. En este último aspecto ha sabido poner en valor los recursos naturales y ha sido pionera en España en lograr la catalogación de un espacio natural, en 1918, como Parque Natural, ampliado y recalificado en 1982 a la actual figura de Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido, considerado Patrimonio de la Humanidad. Además cuenta en su territorio con una parte del Parque Natural de la Sierra y los Cañones de Guara y Posets-Maladeta, excelente escenario para los amantes de los deportes de aventura en sus diferentes modalidades. También gozan de especial protección los últimos glaciares pirenaicos, declarados monumentos naturales en 1990.

Esta riqueza natural ha sido aprovechada de manera muy eficaz, para poner en valor los recursos y transformarlos en actividad económica, a través de iniciativas empresariales diversas, relacionadas con la práctica de los deportes de aventura, ya que cuenta con unos escenarios idóneos que atraen a los visitantes a lo largo de todo el año, ávidos de riesgo y emociones. Las posibilidades son muchas con la vela, el windsurf, el ski acuático, el simple paseo en canoa o el descenso de aguas bravas, la espeleología, la escalada, el barranquismo, el puenting, los planeadores sin motor, los ultraligeros o, para los más arriesgados, saltar en parapente desde



cualquiera de las numerosas zonas de lanzamiento que rodean Castejón de Sos y que convierten a esta localidad en una de las más importantes de todo el Pirineo en esta actividad. Y junto a estas actividades persiste la oferta invernal del esquí alpino, nórdico, de fondo, de travesía o hacer recorridos con raquetas para nieve... en la zona de montaña.

Estas actividades del sector terciario han irrumpido con bastante vigor en las comarcas montañosas y ya es una realidad la diversificación económica, con base en las prácticas de la economía tradicional, destacando especialmente la transformación de los derivados de la ganadería porcina, con varias empresas agroindustriales dedicadas a la elaboración de embutidos y otros productos derivados del cerdo, del vacuno y del ovino con los quesos como producto principal.

Las grandes posibilidades que ofrece para realizar actividades con el medio natural como principal recurso endógeno han sido un incentivo para la implantación de actividades empresariales de restauración, alojamientos, hospedaje en general, para acoger a los numerosos visitantes que acuden a lo largo del año atraídos por la diversidad de actividades que se pueden practicar al aire libre en contacto con la naturaleza privilegiada.



El **Hotel Plaza** es una iniciativa empresarial que resume la historia de la actividad del hospedaje en la comarca de La Ribagorza desde la primera mitad del siglo pasado. Su propietaria Marisa Plaza Grau, representa la tercera generación que regenta el negocio iniciado en los años cuarenta por su abuela María Rosa, en casa Morancho, como casa

de comidas; en los años sesenta, toma el relevo generacional el hijo José Plaza y su mujer Ramoneta, que amplían el negocio y lo convierten en la *Fonda Plaza*, complementando la hospedería con la restauración ejerciendo ya la multiactividad,



sin ser conscientes de ello al compatibilizar la actividad en el sector servicios con la dedicación tradicional a la ganadería.

Según comenta Marisa Plaza, sabores y aromas de cocina casera recibían antaño a los tratantes de ganado, funcionarios de paso, y también a los primeros veraneantes atraídos por los tresmiles del Valle de Benasque, franceses buscando las truchas del río Ésera y familias que buscan el fresco verano del Pirineo..., en definitiva los iniciadores del turismo rural, que han hecho posible que la gente pueda ejercer una actividad, el turismo de interior de calidad y especializado, convertido en uno de los medios de vida de las zonas rurales, especialmente en la montaña.

En los inicios, en el momento de coger ella las riendas a mediados de los años 80, Marisa sabía que para sobrevivir necesitaba adaptar la empresa a los nuevos tiempos. No tenía claro casi nada, excepto que lo suyo no eran los pucheros, ni el viejo hostel como lo tenían sus padres. También pasa por su cabeza la posibilidad de unirse a otras mujeres de su generación y emigrar en busca de un porvenir diferente, pero en su ánimo pesa mucho la responsabilidad de seguir conservando el negocio familiar, poniendo todo el esfuerzo posible para que, sin perder la esencia de los orígenes, estuviera a la altura de lo que se exige en este tipo de actividad en el siglo XXI. Y vistos los resultados, en verdad que lo ha conseguido.

El nuevo concepto de alojamiento, con atención individualizada a la medida del cliente, ha cambiado la fisonomía del edificio y la manera de regentar el negocio. Las puertas se abren para clientes, visitantes y lugareños, que pueden disfrutar de un entorno privilegiado y participar en las numerosas actividades que se planifican en el Hotel Plaza. Son ya un referente en la zona las Jornadas Culturales organizadas en el verano por los clientes y amigos del hotel, en las que la unión de la lectura, el teatro, la música y el contacto con la naturaleza sorprende a los nuevos visitantes y no deja a nadie indiferente. Toda una rebeldía que sus padres encajaron con gran generosidad, al permitir la transformación del patrimonio que ellos habían forjado y mantenido. Es un gran ejemplo de sostenibilidad en el medio rural en el más amplio sentido de la palabra que ha sabido mantener las señas de identidad cultural y económica de familia, pero ofertándolas ataviadas con nuevos ropajes, que encandilan a los clientes que demandan un servicio de calidad en el remozado Hotel Plaza.



Ecomonegros 03, Leciñena (Zaragoza), en territorio de LOS MONEGROS

La empresa Ecomonegros 03 está instalada en el municipio de Leciñena, municipio de 1.263 habitantes, en la provincia de Zaragoza y en la Comarca de Los Monegros, que gestiona el territorio LEDAER del mismo nombre; se sitúa en la parte central del valle del Ebro a caballo entre la provincia de Huesca y Zaragoza; se extiende a ambos lados de la Sierra de Alcubierre, abarcando una superficie de 2.764 km² y 20.172 habitantes, cuatrocientos menos que en el último Censo de 2011 y una densidad de población de 7 hb./km².



El Centro de Desarrollo Rural Monegros (CEDER MONEGROS) se constituye en 1996 para la planificación, gestión y evaluación de la Iniciativa LEADER desde la segunda edición (LEADER II). El territorio de actuación incluye los siguientes términos municipales:

Albalatillo, Alberio Bajo, Alberuela de Tubo, Alcubierre, Almuniente, Barbués, Capdesaso, Castejón de Monegros, Castelflorite, Grañén, Huerto, Lalueza, Lanaja, Peñalba, Poleñino, Robres, Sangarrén, Sariñena, Sena, Senés de Alcubierre, Tardienta, Torralba de Aragón, Torres de Barbués, Valfarta, Villanueva de Sigena, La Almolda, Bujaraloz, Monegrillo, Farlete, Leciñena y Perdiguera.

La seña de identidad más característica de Los Monegros ha sido siempre la aridez del clima, que ha condicionado la actividad del sector primario. Los agricultores monegrinos tenían que optar por el cultivo de variedades adaptadas a la escasez de agua de lluvia. La política de colonización con la puesta en regadío de numerosas hectáreas cambia el paisaje de manera radical y ante la posibilidad de disponer de agua de riego se introducen nuevos cultivos, que van desplazando poco a poco las variedades tradicionales menos rentables. Éste es el caso del trigo llamado caspino, variedad autóctona de Monegros, cultivado tradicionalmente en la comarca por ser una variedad muy adecuada para los secanos y que ante la introducción de nuevos cultivos de regadío empieza a descender su producción hasta casi desaparecer por completo. Una familia de Perdiguera, municipio vecino de Leciñena, conserva la semilla y la sigue cultivando año tras año para evitar su desaparición y, en los años sesenta, el Centro Regional de Investigaciones y Desarrollo Agrario nº 3 de Zaragoza hizo una selección del mismo y lo patentó con el nombre de Aragón 03.



El Aragón 03 es un trigo blando, de poco rendimiento por hectárea, resistente a la falta de humedad en la tierra, de fácil encamado lo que dificulta su recolección mecánica, pero muy apreciado por sus cualidades nutricionales (alto valor proteico) y organolépticas y la industria agroalimentaria lo utiliza habitualmente para mejorar las harinas procedentes de otras variedades de trigo blando.

Esta variedad se ha utilizado tradicionalmente en la elaboración del pan, aportando al mismo un sabor y unas cualidades nutricionales imposibles o muy difíciles de conseguir con las harinas procedentes de otros cereales; pero en una época en la que ha primado más la cantidad que la calidad, su baja rentabilidad y las dificultades del laboreo pesaron más en su contra que todas las virtudes que aportaban a los productos elaborados con la harina procedente de su transformación. Actualmente, han cambiado los hábitos de consumo, lo ecológico es un valor en alza y la calidad se va imponiendo poco a poco en la preferencia de los consumidores. Esta posibilidad ha sido aprovechada por la familia Marcén para revalorizar el trigo Aragón 03, sacando de él el máximo provecho, transformado en una amplia gama de productos, en la sede de su obrador de Leciñena.



Ecomonegros 03 S.L. es la empresa familiar instalada por la familia Marcén Murillo, en el año 2006, en la que trabajan 5 miembros de la misma familia. Para su puesta en marcha se acogieron a una ayuda del CEDER Monegros en la fase de programación del LEADER Plus, dentro de la Medida 105: Valorización de Productos Locales Agrarios, como obrador ecológico de panadería y repostería.

En esta medida el efecto multiplicador ha sido importante porque de cada euro de dinero público se ha obtenido una inversión privada de 2'85 euros. El recurso endógeno que han revalorizado ha sido la variedad de trigo blando Aragón 03, un cereal autóctono de Aragón y en especial de la comarca de Los Monegros y que lo cultivan de forma totalmente ecológica.

El objetivo del proyecto consiste en recuperar la calidad del pan que tradicionalmente se elaboraba con harina derivada del citado cereal; y la síntesis del mismo la resumen sus promotoras: *"Hemos creado un proyecto que nos enorgullece ya que engloba muchos otros proyectos como crear empleo en el medio rural (autoempleo) estable y de calidad, fomentando al mismo tiempo el desarrollo*



sostenible y la consolidación de la agricultura ecológica, ofertando además en el mercado una variedad de productos propios de la tierra de gran identidad local comarcal a partir de una materia prima autóctona, el trigo Aragón 03. Además conseguimos mejorar los precios, ya que no hay intermediarios que los incrementen. En un principio no había mucha gente que confiara en este proyecto. Sin embargo eso nos daba más fuerza para seguir. Por lo que hemos visto después, cuando alguien se embarca en una labor así, se ve bastante incomprendido". (<http://www.ecomonegros.com>).

Ecomonegros es la fase final de un proyecto más amplio consistente en la recuperación de valores y tradiciones populares, especialmente las semillas antiguas. Por fortuna, la familia Laviña de Perdiguera (Zaragoza), seguía cultivando Aragón 03 y reutilizaba sus propias semillas en cada cosecha; conocedor de ello, un vecino de Leciñena, Juan José Marcén, les convenció para que proporcionaran semillas a otros agricultores de la zona y así empiece su recuperación en pequeña escala en la comarca. El proyecto pretendía completar todo el ciclo de producción, transformación y elaboración de productos derivados, pero su desaparición en el año 2000 trunca la iniciativa de manera momentánea; es entonces cuando en su recuerdo se crea en Leciñena el Grupo Forcañada que agrupa a los agricultores que cultivan el trigo Aragón 03 con el propósito de continuar con la labor iniciada por Marcén e intentar "promover el desarrollo en los Monegros, de determinadas prácticas tecnológicas y para la recuperación y difusión de los cultivos locales, en primer lugar el trigo Aragón 03".

La empresa Ecomonegros 03 realiza el ciclo completo de recuperación desde la producción, cultivando el trigo de forma biológica, la transformación en harina con molino de piedra, la elaboración de productos derivados íntegramente ecológicos y su distribución en el mercado a través de tiendas propias y otros establecimientos en las tres provincias aragonesas. En el proceso interviene toda la familia: Daniel (padre), cultiva y muele el trigo, Ana y Jesús (hijos) elaboran los productos, y Mercedes (madre) y Laura (hija) los venden en sendas tiendas en Leciñena y Zaragoza.

La producción actual es totalmente ecológica y elaboran varias variedades de pan, magdalenas, pastas de té y de mantequilla, bizcochos, bollos suizos, tarta de almendras, de manzana y galletas galánicas de Aragón; además en su tienda colaboran en la venta y difusión de otros productos ecológicos de cercanía y también de la harina integral ecológica y el trigo Aragón 03 para hacer germinados. Toda una gama completa de productos ecológicos en un afán por mejorar la calidad alimentaria de los consumidores y el desarrollo sostenible de la comarca.



El objetivo de recuperar la semilla lo han cumplido con creces porque además la transforman y comercializan los productos fabricados con su harina; al mismo tiempo han creado empleo y han contribuido a favorecer el desarrollo rural sostenible en la localidad y en la comarca.

El espíritu emprendedor de la familia Marcén se aprecia en el buen hacer de la actividad agroindustrial y también en la influencia que ha ejercido en estos territorios la puesta en práctica de las recomendaciones y enseñanzas de la metodología LEADER, que han favorecido la generación de actitudes y modos de actuar diferentes.

Ecomonegros ha establecido redes de contacto e intercambio de experiencias, se sirve y utiliza las nuevas tecnologías para difundir los valores de la empresa y de los productos que fabrica, trabaja junto con otras empresas en la consecución de valores sostenibles y contribuye así a conectar el mundo rural y el global; es socio de Slow Food y dentro de esta asociación es una de las *Comunidades del Gusto de Aragón* a través de la cual se proyecta internacionalmente⁶ y la trayectoria de su buen hacer ha sido reconocida con numerosos galardones nacionales, regionales y comarcales. La siguiente relación es solo una muestra de una realidad fructífera en premios y en realización de actividades diversas, en las que participan cooperando o bien organizando actividades relacionadas con las buenas prácticas de la actividad agroindustrial, con la sostenibilidad como seña de identidad. Entre los primeros reconocimientos se encuentran en 2007 el premio al “Proyecto Joven” impulsado por el Instituto Aragonés de la Juventud y, el premio al mejor productor de alimentos ecológicos, en la convocatoria nacional “Alimentación ecológica y biodiversidad 2007” organizado por la Fundación Biodiversidad, en colaboración con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y la Sociedad Española de Agricultura Ecológica. Y, entre las últimas menciones, el premio *Desarrollo Sostenible 2011* concedido por la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES), reconociendo el trabajo de la empresa en la sostenibilidad y el premio *Medio Ambiente 2014* del Gobierno de Aragón.

6. El movimiento Slow Food se inicia en Italia contra la comida basura en 1989 y está presente en más de 150 países. En España existen 30 Convivium de los que 3 están en Aragón (Convivium Ínsula Barataria de Zaragoza, Convivium Osca y Convivium Teruel). Tiene varios proyectos: Arca del gusto, Baluarte, Tutelado y Comunidades de Alimentos.



Matarrania Eco Cosmetics, Peñarroya de Tastavins (Teruel), en territorio Bajo Aragón Matarraña

La empresa Matarrania Eco Cosmetics tiene su sede en la localidad de Peñarroya de Tastavins, localidad de 480 habitantes en la comarca del Matarraña en la provincia de Teruel. El Grupo de Acción Local que actúa en este territorio es OMEZYMA (Organización para el Desarrollo del Mezquín Matarraña y Bajo Aragón), que trabaja en las comarcas de Bajo Aragón y Matarraña y, se constituyó en 1996 para gestionar el LEADER II a iniciativa de la Mancomunidad de Municipios del Mezquín, actualmente en la comarca del Bajo Aragón. Entre ambas comarcas ocupan 2.237'20 km² y suman una población de 38.505 habitantes; los límites por el sur y por el este la ponen en contacto con la Comunidad Valenciana y con Cataluña respectivamente. Todo el conjunto del territorio está considerado como "zona desfavorecida".



La zona de actuación del GAL Omezyma incluye los siguientes términos municipales: Aguaviva, Alcañiz, Alcorisa, Belmonte de San José, Berge, Calaceite, Calanda, La Cañada de Verich, Castelserás, La Cerollera, La Codoñera, Foz-Calanda, La Ginebrosa, Mas de las Matas, La Mata de los Olmos, Monroyo, Los Olmos,

Las Parras de Castellote, Seno, Torre de Arcas, Torrecilla de Alcañiz, Torrelvella, Valdealgofra, Valdeltormo, Arens de Lledó, Beceite, Cretas, Fórnoles, La Fresneda, Fuentespalda, Lledó, Mazaleón, Peñarroya de Tastavins, La Portellada, Ráfales, Torre del Compte, Valderrobres y Valjunquera.

Al igual que en las comarcas anteriores su perfil demográfico responde a una zona envejecida, con muy baja densidad de población principalmente en la zona montañosa, siempre con cifras inferiores a 10 hb./km², aunque la media de todo el territorio eleve estos valores hasta los 17 hb./km², debido a la influencia de la ciudad de Alcañiz que, con 16.384 habitantes, introduce cierta distorsión en los datos globales, especialmente a la hora de considerar la densidad de población.

La base de su economía descansa en el sector primario, agricultura con cultivos mediterráneos: olivo, almendro y en menor medida viñedo y la ganadería con predominio del porcino, seguido del ovino, la cunicultura y la avicultura. En ambos



casos ha favorecido la existencia de una agroindustria importante con la fabricación de aceite de oliva y venta de aceituna negra de aderezo y en los derivados de la ganadería con el jamón de D.O. como producto principal.

El excelente aceite de oliva de la comarca y la gran variedad de plantas y flores silvestres han sido una base primordial para el desarrollo de la empresa Bio Cosmetics instalada en la comarca, con la ayuda del Centro de Desarrollo Omezyna a través de la Iniciativa Comunitaria LEADER. Su promotora ha sido Evelyn Celma Esteve que, desde 2007, elabora y comercializa cosmética natural ecológica, primera y única marca española de cosmética certificada ecológica por la Organic Soil Association⁷.

Es una cosmética sin agua, concentrada y efectiva con todos los ingredientes certificados ecológicos. La marca comercial es Matarrania Eco Cosmetics y es fruto de un proyecto personal de autoempleo en el medio rural, consistente en valorizar los saberes populares relacionados con el conocimiento de las plantas silvestres y sus aplicaciones para determinados usos tópicos. Cosmética Ecológica con Aceite de Oliva es un concepto diferente de cosmética, basada en una formulación ancestral, que compagina las necesidades de la cosmética actual con la sabiduría popular rural y el uso de ingredientes vegetales y ecológicos.



El proceso de producción empieza con la recolección de las plantas silvestres, que una vez limpias pasan al laboratorio donde se maceran con aceite de oliva virgen extra del Bajo Aragón y se mezclan con cera de abeja orgánica, certificada por ECOCERT, aceite de almendras, sésamo o rosa mosqueta.

El protagonista de MATARRANIA es el excelente aceite de oliva virgen extra de la comarca, de producción ecológica, obtenido por procedimiento mecánico, del primer prensado en frío y certificado por el Consejo Aragonés de Agricultura Ecológica.

7. La Organic Soil Association es un organismo certificador de agricultura natural y cosmética natural y ecológica, con sede en el Reino Unido; existen otros organismos certificadores en Bélgica, Italia, Francia y otro más reciente a nivel europeo, con sede en Bruselas.



La apuesta por el desarrollo local es la premisa fundamental ya que todos los productos son de la zona y de acuerdo con la filosofía de la cosmética ecológica o ecocosmética está exenta de sustancias químicas. Su contribución a la economía de proximidad se basa en utilizar todos los servicios de la zona, desde la provisión de materia prima, la gestión administrativa y el diseño de la publicidad, sin abusar ni especular con los agricultores o proveedores favoreciendo el comercio justo y provocando el mínimo impacto ambiental.

La gama de productos elaborados es bastante amplia: cremas regeneradoras celulares, hidratantes específicas para las distintas partes del cuerpo, para pieles sensibles a la cosmética tradicional, piel irritada, dañada o quemada... todas ellas elaboradas con el aceite de oliva virgen extra ecológico como base y otros aceites vegetales y distintas plantas, según la finalidad y la parte del cuerpo a la que va destinada la crema; abunda la rosa canina, lavanda, salvia, manzanilla, aloe vera, laurel, aceite de almendras y avellanas, todo elaborado de manera magistral en los laboratorios de Evelyn.

Al igual que las anteriores empresas tiene una página Web muy desarrollada donde se pueden conocer todos los productos, las localidades y comercios donde se pueden adquirir en toda España y la tienda on-line para adquirirlos con comodidad desde el propio domicilio.

Anotaciones finales

La sociedad rural se ha transformado y, en consecuencia, también hemos cambiado nuestra forma de mirarla, de analizarla y de vivirla.

Emprender en el medio rural, sin ser por ello una garantía plena de éxito, ha dejado de ser a priori una locura para pasar a ser una alternativa a considerar a la hora de plantearnos nuestro futuro personal, familiar y laboral. Los tres ejemplos analizados en este artículo nos dan buena cuenta de ello. Proyectos únicos en territorios diversos que han sabido aunar sinergias para encajar en ellos.

El turismo, la agroalimentación y la salud son tres sectores (entre otros) que se han desarrollado bien en la sociedad rural del siglo XXI cada vez más globalizada, sí, pero también más respetuosa con el medio ambiente, más multifuncional, pluriactiva y equitativa.

Proyectos y territorios cuyo principal activo está en el capital humano, mujeres y hombres, que con su implicación en los mismos consiguen evitar el desmoronamiento y la desaparición de la sociedad rural a la que estaba abocada hace poco más de medio siglo. Las nuevas propuestas de futuro han de contar inexorablemente con las personas.



Bibliografía

- ALARIO TRIGUEROS, M. (2009): Estereotipos de género en la segregación laboral de las mujeres rurales. En *Agricultura Familiar en España 2009*. Madrid, Fundación de Estudios Rurales, pp. 116-121.
- COMISIÓN EUROPEA (2010): *Una Estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador*. Bruselas, COM (2010), 2020 final.
- FARELL, G. (2003): El valor añadido de LEADER. *LEADER Magazine*, 23: 8-21, disponible en www.rural-europe.aeidl.be/rural-es/biblio/activ/contents.htm
- GOBIERNO DE ARAGÓN (2014): Propuesta de Programa de Desarrollo Rural de Aragón, 2014-2020. Zaragoza (4 de marzo de 2014).
- JÄGER, H. (1995): El futuro de los servicios en el mundo rural. En Los servicios a la población rural. *LEADER Magazine*. Nº 9. Disponible en <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-es/biblio/activ/art01.htm>
- RODRÍGUEZ-FERRARA, J. C. (1997): *La economía mundial y el desarrollo*. Ed. Acento. Madrid.

Entrevistas

- Entrevista en profundidad a Marisa Plaza Grau. Proyecto: *Hotel rural Plaza Pirineos* (Castejón de Sos – Huesca). Entrevista realizada en mayo de 2014. [MER-1].
- Entrevista en profundidad a Evelyn Celma Esteve. Proyecto: *Cosmética Bio-Oliva Matarrania* (Peñarroya de Tastavins – Teruel). Entrevista realizada en mayo de 2014. [MER-2].
- Entrevista en profundidad a Ana y Laura Marcén Murillo. Proyecto: *Panadería y molinería Ecomonegros 03* (Leciñena – Zaragoza). Entrevista realizada en mayo de 2014. [MER-3].

Páginas web

- <http://www.hotelplazapirineos.com/es/>
- <http://www.ecomonegros.com/>
- <http://www.matarrania.com/>
- <http://www.cedermonegros.org/>
- <http://www.cedesor.es/>
- <http://www.omezyma.es/>
- <http://www.comarcas.es/>
- <http://aragonrural.org/>
- <http://www.aragon.es/>



“Las mujeres rurales aragonesas están avanzando en el camino que recorre la senda de lo privado a lo público, conquistando día a día sus derechos, aportando en todos los ámbitos sus capacidades y contribuyendo al desarrollo económico y social en las diferentes comarcas. Pero todavía queda mucho que recorrer, ya que siguen siendo ellas las primeras reforzadoras de roles, entre otros motivos porque las educaron para ser mujeres y madres”.

María Añover López

Profesora en el Máster de Relaciones de Género
Universidad de Zaragoza

NUEVAS FORMAS DE EMPRENDER EN EL MUNDO RURAL: HACIA UNA ECONOMÍA FEMINISTA EN ARAGÓN

María Añover López¹

I. Introducción

Este artículo parte de una perspectiva feminista, pues es necesario posicionarse ideológicamente. El feminismo es una actitud crítica y de acción, una herramienta eficaz para detener la desigualdad, la cual persiste aún en nuestros días, y de manera más acuciante en el mundo rural. Precisamente, lo que se pretende en este artículo es dar a conocer las problemáticas de la mujer rural aragonesa, tanto en un plano más personal, como en el laboral y en el social, en unos tiempos donde la crisis del neoliberalismo las sigue condenando a categorías inferiores que a las mujeres urbanas, ya que si se vuelve a crear trabajo se creará en las ciudades, tal y como muestra el último estudio sobre despoblación realizado por la Asociación contra la Despoblación en Aragón (2014), dejando un medio rural despoblado, sin oportunidades ni servicios. De aquí que hayamos elegido las estadísticas laborales y demográficas en los años donde comienza la recesión económica para analizar su mayor impacto sobre la población femenina rural, ya que en los años posteriores las cifras permanecen estables, excepto con algunos incrementos en la contratación en periodos estivales en el sector servicios en las comarcas más turísticas. Desde esta mirada, la población femenina de las diferentes comarcas, se ha encontrado con una posición ambivalente a lo largo del

1. Profesora en el Máster de Relaciones de Género, Universidad de Zaragoza.



tiempo, puesto que sólo de hecho, más no de derecho, han participado en la vida socioeconómica de su entorno, padeciendo todos los inconvenientes de trabajar en casa, en la explotación familiar, en la fábrica o en su negocio, entre otros, pero ninguna de sus ventajas, ni derechos. En este sentido, la economía feminista de la ruptura es un terreno privilegiado para que ejercitemos nuevas prácticas y proporcionemos vivencias de igualdad y de autonomía para las mujeres, a través de la creación de sus propias empresas o como mano de obra, y así lograr su futuro asentamiento en el mundo rural. Partiendo de estos planteamientos, el presente trabajo parte de la hipótesis que el cambio en el rol tradicional de las mujeres rurales constituye un activo importante en la repoblación y dinamización del territorio y en la consecución de la igualdad de género a nivel laboral y social, pero todavía queda mucho por recorrer hasta llegar a nuevas formas de economía para terminar con estos problemas, como es la economía feminista de la ruptura. Centrando la atención en las distintas comarcas, se pretende verificar esta hipótesis, en el marco socioeconómico de Aragón. En la línea de todo lo expuesto hasta el momento, el objetivo general de este artículo es concienciar a la población, en general, y a las mujeres rurales, en particular, de las barreras patriarcales que siguen existiendo, tanto a través de las políticas públicas que fomentan la igualdad, como en el mundo laboral y en su día a día. En todos los casos, se parte de la idea de que hay que tener en cuenta que la naturaleza y la historia del sistema productivo están conectadas íntimamente con la construcción de los roles y las relaciones de género. Por lo que, desde este estudio, se apuesta por otro tipo de economía, la de la sostenibilidad de la vida, tal y como explicaremos en el marco teórico de la presente investigación.

Para ello, se abordarán los siguientes objetivos parciales, siguiendo la metodología de MIES (1998: 26-27), que permitirán alcanzar la hipótesis total o parcialmente:

- Estudiar la incidencia de los contextos socioeconómicos y sus problemáticas a la hora de entender el porqué es necesario otro tipo de economía basada en la sostenibilidad de la vida. Este objetivo se explicará en el primer apartado e irá complementado con estadísticas demográficas para aclarar la cuestión. Incidiremos en el hecho de la sobreemigración femenina en el mundo rural aragonés.
- Describir desde una perspectiva crítica feminista la discriminación en el mercado laboral aragonés, analizando, a partir de las estadísticas, los sectores



de producción en donde la apertura de empresas y la inserción de mano de obra femenina ha sido mayoritario.

- Detectar las problemáticas sociales y laborales habituales que han fomentado la discriminación de las mujeres rurales aragonesas a través de los testimonios de nuestras protagonistas.
- Sondear las estrategias que adoptaron dichos sectores de mujeres y salir de la situación sexista en el plano social a todos los niveles, poniendo como ejemplo su papel como emprendedoras, además de otros aspectos relacionados con teoría y práctica feminista, todo ello, a través de las entrevistas semidirigidas.

Asimismo, a lo largo del presente artículo, el análisis de los objetivos viene complementado con algunas estrategias destinadas a reconocer nuevas formas de economía, como la economía feminista de la ruptura citada. De esta forma, se pretende exponer algunas estrategias para evitar los problemas demográficos, laborales y sociales que se desprenden de la desigualdad de género en el mundo rural aragonés.

Además, a lo largo de los epígrafes, mostraremos una serie de críticas a las políticas públicas sobre la igualdad laboral y social, partiendo del hecho de que no son prácticas feministas sino masculinizadoras, tal y como explicaremos en el epígrafe siguiente.

2. Marco teórico

La perspectiva de género en las ciencias sociales, sobre todo en antropología y geografía, ha evolucionado desde un enfoque de “añádanse mujeres y agítese” a estudios diversos que se apoyan en la teoría feminista plasmada en una fértil literatura internacional (SWAIN, 2005: 27). De este modo, la definición de género para el caso que nos ocupa es la siguiente: “Género, por tanto, se utiliza aquí para referirnos a un sistema de identidades culturalmente construidas, expresadas en ideologías de masculinidad y feminidad, que interactúan con relaciones socialmente estructuradas mediante las divisiones del trabajo y el placer; la sexualidad y el poder y entre los hombres y las mujeres” (SWAIN, 1995: 258-259).

A partir de la presente definición, en lo que se refiere a las influencias de esta teoría feminista en la economía (feminista), nos centraremos en las diferentes investigaciones al respecto llevadas a cabo por PÉREZ OROZCO (2005, 2006, 2009,



2012). En ellas hay que destacar el nacimiento de un debate que durará desde finales de los sesenta hasta principios de los ochenta y cuyo nudo principal es la cuestión de cuál es la relación entre capitalismo y patriarcado y cómo puede abordarse el estudio del conflicto de géneros desde la esfera económica. El interés por encontrar una base material de la opresión de la mujer lleva a una atención primordial en el trabajo doméstico. Éste es visto como la (o una) forma crucial de subordinación de la mujer: Es necesario dilucidar quién es su beneficiario último, si el capital, o el hombre. Esto implica resolver el dilema analítico de las relaciones entre ambos sistemas, proponer un marco alternativo de análisis que integre estas nuevas cuestiones. Aparecen dos posturas enfrentadas: la primera de ellas sigue la conocida lógica del capital, es decir, encuentra el origen de la subordinación de la mujer en el capitalismo; su lucha, por tanto, se subsume en la lucha de clases. Su vertiente económica se agrupa en torno al debate sobre el trabajo doméstico. Por otra parte, el feminismo radical remarca la independencia (o primacía) del patriarcado con respecto al capitalismo y, por tanto, la independencia de la lucha de las mujeres. Posteriormente, en un intento de cerrar el debate, aparece la Teoría de los Sistemas Duales, que consideran a los dos sistemas como semiautónomos. La realidad de la opresión de la mujer, así como su realidad económica, solo puede explicarse mediante un estudio simultáneo de ambos. De aquí la elección en este estudio por utilizar tanto los métodos cualitativos como los cuantitativos. Los primeros permiten desvelar facetas ocultas del objeto de investigación, especialmente en lo que se refiere a la discriminación de las mujeres rurales y su relación con los sistemas de género patriarcales imperantes. Por otro lado, las estadísticas laborales utilizadas y los testimonios recogidos relacionados con el trabajo femenino, también constatan la segregación del empleo por sexo (SOUZA, 1986; BEECHIEY, 1999), además de los parámetros masculinizadores biologicistas y esencialistas, que giran en torno a la persistencia de estereotipos de género y a la influencia que ello ejerce en la intención de emprender de hombres y mujeres y en la búsqueda de empleo, puesto que el arquetipo de trabajador o empresario se sitúa en la esfera de lo masculino (WOOD y EAGLY, 2002; GUPTA y BHAWA, 2007).

Sumado a esto, existen dos corrientes que abordan el tema de género de acuerdo al grado de ruptura con paradigmas androcéntricos, que proponen una nueva redefinición de la economía, tanto en lo relativo a la epistemología como a los conceptos y los métodos. Éstas son la economía feminista de la conciliación y la economía feminista de la ruptura estudiadas por CARRASCO (1997, 2003, 2005) y PÉREZ OROZCO (2005, 2006, 2009, 2012).



La economía feminista de la conciliación pretende redefinir los conceptos fundacionales de la economía y trabajo, recuperando el conjunto de actividades femeninas invisibilizadas —condensadas en el trabajo doméstico— y conjuga esta recuperación con los conceptos previos: se redefine el concepto de trabajo, se trata de medir el trabajo doméstico, se visibilizan las relaciones de género de desigualdad (diferencias entre el trabajo de mercado y trabajo doméstico entre hombres y mujeres). No obstante, esta corriente se encuentra centrada en denunciar las desigualdades económicas entre hombres y mujeres, sin cuestionar el marco global, es decir, el sistema capitalista. De este modo, la solución a los problemas de la mujer pueden resolverse en los márgenes que permite la estructura actual, siguiendo cuatro ejes de intervención: búsqueda de pleno empleo de calidad, atención a la dependencia, la conciliación de la vida familiar y laboral y la redistribución del trabajo no remunerado en el seno de los hogares. Todo ello sin tocar el sistema capitalista. En este sentido, si desde los estudios feministas dedicados al mundo laboral optamos por la igualdad con los hombres a través de esta corriente, tal y como afirma FEDERICI (2010), estamos diciendo que queremos tener la misma explotación que los hombres tienen. La igualdad es un término que congela el feminismo; por supuesto que en un sentido general no podemos estar en contra de la igualdad, pero en otro sentido decir solo que luchamos por la igualdad, es decir que queremos la explotación capitalista que sufren los hombres. Desde una perspectiva crítica feminista a estos planteamientos hemos optado por la corriente que explicamos a continuación.

La economía feminista de la ruptura por un lado, pone en el centro del análisis la sostenibilidad de la vida, explora las consecuencias de esto en el cuestionamiento de todas las nociones conceptuales y metodológicas previas y, por otro, atiende no sólo a las diferencias entre hombres y mujeres, sino a las relaciones de poder entre las propias mujeres (FRITZ, 1979). Esta corriente considera que la estrategia de la economía feminista de la conciliación de integrar una nueva esfera de actividad económica implica problemas insuperables: que el centro del análisis sigue siendo lo mercantil y que las esferas feminizadas no dejan de tener una importancia secundaria. La alternativa que plantea esta corriente es que en el centro del análisis se encuentre la sostenibilidad de la vida. Por lo que, esta perspectiva propone una estrategia alternativa: centrar el análisis en los procesos de satisfacción de las necesidades humanas. Esto supone introducir elementos tales como el afecto, el cuidado y el establecimiento de vínculos sociales. Supone también revalorizar y reconocer la especificidad de los trabajos femeninos.



Para explicar estos planteamientos, la economista MIES en su visión ecofeminista (2001) utiliza la metáfora de un iceberg, con una parte que aparece sobre el agua, que representa únicamente el capital y el trabajo asalariado, y, otra parte, bajo el nivel del agua, invisible, el trabajo doméstico gratuito de las mujeres. Se puede decir que todas las teorías tradicionales sobre nuestra economía solamente tienen en cuenta la cumbre del iceberg, limitándose a la venta de la fuerza de trabajo del adulto, generalmente masculino, por un salario. Además, en esta base invisible de la economía capitalista se cuenta también el trabajo de los pequeños agricultores y artesanos —que siguen cubriendo las necesidades de base locales— y los elementos naturales, hoy considerados como un bien gratuito, patentable y mercantil. De hecho, todo lo que se encuentra bajo tierra se ha convertido en un espacio a colonizar económicamente “por el hombre blanco occidental”, y aquí cobra importancia la agricultura ecológica a través de la producción de alimentos tradicionales. Por lo tanto, las diferentes propuestas para el desarrollo rural deben estar basadas en aspectos tales como que se reconozca que el trabajo de enfermería aporta más a la sociedad que el trabajo de venta de seguros de vida, reconocer que el trabajo de enseñanza vale más que el trabajo militar, que el trabajo agrícola vale más que el trabajo de construcción de centros comerciales, y que el trabajo de cuidados en la esfera doméstica contribuye más a la economía que el trabajo de servicios que realiza un banco capitalista, o que el arte y la cultura proporcionan a la humanidad más saberes que la bolsa. También, una economía feminista de la ruptura es una economía ecológica, toma en cuenta el bienestar del medio ambiente en la producción, reproducción, distribución, comunicación, comercialización y el consumo que realiza. Por último, se trata de un desarrollo cultural desde dentro y desde abajo, que tiene mucho de innovador; pero también mucho de recuperación de las mejores tradiciones aragonesas, como, por ejemplo, los nuevos negocios de las emprendedoras comarcales a través de la elaboración de productos tradicionales. Finalmente, esta corriente tiene en cuenta la interseccionalidad de los sujetos, es decir, no se puede aislar el género de la clase social, la edad, la sexualidad, la capacidad o la etnia para tratar de revelar las opresiones y privilegios que vivimos (SPELMAN, 1988).

A partir de todo lo expuesto, la economía feminista de la ruptura nace como herramienta para fortalecer la cultura de los habitantes del medio rural y su patrimonio de conocimientos tradicionales, depositados en la experiencia de las mujeres, que son clave para la conservación de la biodiversidad, todos ellos aspectos necesarios para frenar la despoblación, el envejecimiento y la



masculinización del medio. Aquí hay que señalar que para analizar estos problemas hemos utilizado el estudio realizado por FRUTOS, CASTELLÓ y HERNÁNDEZ (2009), como veremos en el apartado dedicado a la demografía. Así, desde las políticas destinadas al desarrollo rural, como en su momento fueron los programas LEADER, se debería construir una propuesta formativa a partir del conocimiento y la sabiduría de la población rural y no desde la homogenización que tiende a ver características comunes en la ruralidad y no necesidades específicas de cada municipio concreto. En consecuencia, la aplicación de estas homogenizadas políticas europeas ha incrementado las diferencias entre las áreas rurales, ya que no surgen de los condicionantes particulares, sino de los globales (TORMO, 2008).

3. Fuentes y metodología

3.1. Fuentes estadísticas

Este estudio se ha servido de datos estadísticos facilitados por el Instituto Aragonés de Estadística (IAEST): bases territoriales (municipio, entidades...), cartografía, demografía (pirámides de población, tasas de natalidad, entre otros...), estadística local, estadísticas laborales (tipo de jornada, contratos, profesiones...), todos ellos desglosados por sexo y edad en la mayoría de los casos.

3.2. Metodología cualitativa

A partir de los planteamientos feministas expuestos, desarrollamos la técnica del trabajo de campo centrándonos en la entrevista semidirigida y la observación participante, que contribuyen a disponer de una información complementaria a la que nos ofrecen los indicadores cuantitativos utilizados y más centrada en aspectos relativos a la percepción de la realidad y la experiencia, en términos de vida de los sujetos de la comunidad cotidiana, en este caso, las mujeres rurales en Aragón. Todo ello, relacionado con la identidad de género en las experiencias de las mujeres y su discriminación en el mercado laboral a partir de la Teoría de los Sistemas Duales. En total, se han realizado 36 entrevistas mediante el trabajo de campo in situ; fueron grabadas para tener una mejor apreciación a la hora de la transcripción de las mismas. De esta forma, obtuvimos una mejor percepción de sus respuestas, sobre todo, las relacionadas con los aspectos más vivenciales como su adscripción a los sistemas de género o con sus trayectorias entre el trabajo productivo y reproductivo. Las entrevistas a las mujeres empresarias se han llevado a cabo en núcleos semiurbanos y rurales, tal y como se puede observar



Figura 1. Número de entrevistas realizadas por municipios y provincias

PROVINCIAS	MUNICIPIOS	Nº
Huesca	Adahuesca**	1
	Lanuza**	2
	Almunia de Rodellar**	1
	Estadilla**	1
	Jaca*	2
	Sariñena*	4
	Sabiñanigo*	1
	Barbastro*	4
Teruel	Calamocha**	2
	Albarracín**	1
	Sarrión**	1
Zaragoza	Utebo*	1
	Cariñena**	2
	Ejea de los Caballeros*	2
	Calatayud*	1
Total		36

Fuente: Entrevistas realizadas, elaboración propia.

** Núcleos rurales

* Núcleos semiurbanos

en la *figura 1*. Todo ello permitió encontrar una mayor diversidad de mujeres y de respuestas. Para preservar el derecho a la intimidad no aparece ningún nombre ni ninguna otra variable que las pueda identificar; respetando el principio de confidencialidad en la investigación social, en general, y, en la feminista, en particular.

Las variables a tener en cuenta a la hora de seleccionar a las entrevistadas han sido la edad, el tiempo que llevan viviendo en el municipio y el nivel de instrucción. Se eligieron estos aspectos porque la percepción de los sistemas de género en cuanto a la discriminación social o laboral cambia según la edad, el nivel de estudios y también por haber vivido en diferentes localidades. Asimismo, se ha tomado como ejemplo a mujeres que no son destacables en la vida social y política. La distribución porcentual de las variables respecto al total de la muestra está representada en las *figuras 2, 3 y 4*.

Figura 2
Intervalos de edad

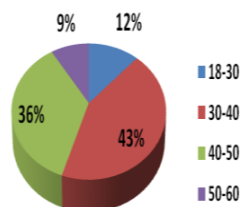


Figura 3
Tiempo en el municipio

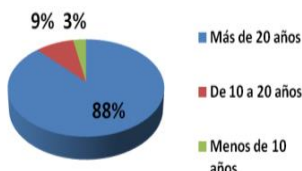
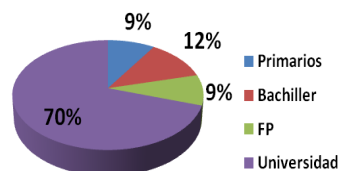


Figura 4
Nivel de instrucción



Fuente: Entrevistas y encuestas realizadas, elaboración propia.



Los perfiles predominantes de mujeres rurales entrevistadas han sido los siguientes: mujeres de 30 a 40 años (43%), mujeres en el intervalo de edad de 40 a 50 años (36%); finalmente, se han entrevistado a mujeres de más de 50 años, ya que este grupo aportaba otros puntos de vista, puesto que éstas han sufrido más trabas en el acceso a la educación y recursos (12%) (*figura 2*). Sumado a esto, la mayoría de ellas tienen en común que su núcleo de origen es el municipio donde viven (*figura 3*). En cuanto al nivel de instrucción, los dos grupos de mujeres entrevistadas más jóvenes cuentan con estudios universitarios (70%) ya sea diplomatura o licenciatura (*figura 4*). De este último grupo, más de la mitad de las entrevistadas han decidido abrir su propio negocio en el municipio donde viven, relacionado con la formación que han adquirido, mientras que la mayoría de las mujeres más mayores se han dedicado toda una vida a las tareas del hogar. Sumado a esto, los dos grupos de intervalos de edad más jóvenes tienen hijos/as a su cargo.

En último lugar, también quisimos entrevistar a los/as técnicos/as de los grupos de acción local de tres comarcas pertenecientes a las distintas provincias, para preguntarles, entre otras cuestiones, aspectos sobre la despoblación y el emprendimiento femenino a través de la igualdad de género, ya que ambos aspectos eran los ejes principales de las políticas dedicadas al desarrollo rural (LEADER). Justamente, la finalidad del cuestionario es la de conocer las diferentes realidades existentes por las mujeres rurales marcadas por el término “género”, que han dado lugar a que las pautas de vida en el medio estudiado hayan tenido un carácter patriarcal a lo largo de la historia tanto en el ámbito social, como en el laboral.

4. Incidencia de los contextos socioeconómicos

La despoblación, el envejecimiento y el desequilibrio territorial constituyen uno de los problemas más relevantes de la sociedad aragonesa. Esto ha generado cierto desequilibrio entre las zonas urbanas, rurales e intermedias, tal y como plantean FRUTOS, CASTELLÓ y HERNÁNDEZ (2009). En este sentido, la progresiva decadencia demográfica y económica de los núcleos rurales más pequeños viene motivada por el continuo trasvase de mano de obra desde las actividades agrícolas hacia el sector industrial y hacia el sector servicios de las áreas urbanas más cercanas. A esta situación ha contribuido de forma decisiva el éxodo de la mujer rural, ya que ha sido uno de los colectivos que más rápidamente se ha visto

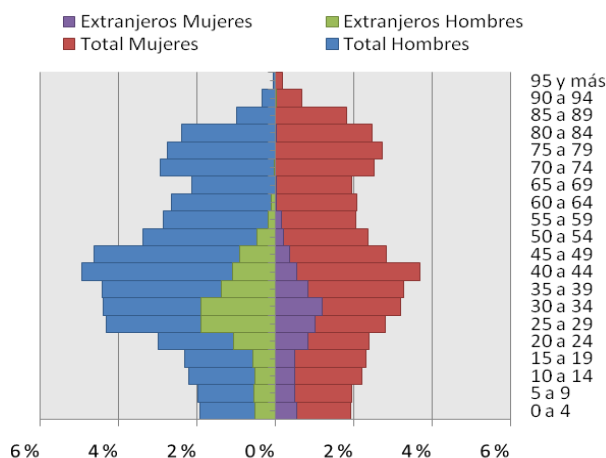


afectado por la emigración en busca de un empleo que no encontraban en su medio, sobre todo en el caso de las mujeres más jóvenes y preparadas, además de buscar una mayor libertad en lo que se refiere a roles y estereotipos de género, siendo éstas las causas fundamentales de los bajos índices de feminidad, lo que repercute claramente en la dinámica demográfica.

Por lo tanto, la tasa de feminidad es un indicador evidente de ese desequilibrio ya que expresa la cantidad de mujeres por cada 100 hombres, que si para Aragón en el 2010 es de 100,6%, en la escala comarcal sólo superan la media regional las que incluyen la capital provincial y entre las comarcas, la de Somontano de Barbastro, en ésta última, el número de mujeres es igual al de varones. Sin embargo, en el resto, los índices más bajos coinciden con las áreas rurales con menos oportunidades; las diferencias más acusadas las encontramos en las comarcas de Gúdar y Javalambre (83,2%), Maestrazgo (83,9%), Sierra de Albarracín (84,7%), Sobrarbe (88,0%), Matarraña (88,6%) y Cuencas Mineras (86,4%), ésta última por su particular estructura económica.

Si se analizan las pirámides de edades, hay que señalar que las diferencias más notables se encuentran en los tramos intermedios, correspondientes a la edad activa y fértil de las mujeres. El ejemplo más significativo es el de varias de las comarcas

Figura 5. Pirámide de Población Gúdar y Javalambre



Fuente: IAEST, padrón municipal 1 de enero, 2010



turolenses: en Gúdar y Javalambre, la población masculina en los tramos de edad entre los 20-54 años sobrepasa en un 17,20% a la femenina, mientras que en el Maestrazgo la diferencia asciende a un 18,84% y Sierra de Albarracín destaca con un 19,51%. A modo de ejemplo exponemos la pirámide de población de Gúdar y Javalambre.

También, es un hecho la mayor longevidad de las mujeres frente a los hombres en Aragón y, por supuesto, en todas sus comarcas: en la Sierra de Albarracín, hay un 4,78% de mujeres más que hombres en el tramo correspondiente a más de 65 años y en las otras dos comarcas mencionadas la diferencia sobrepasa el 3%.

La consecuencia que se deriva de forma inmediata de estos índices es el deterioro de la estructura de población, que se manifiesta en el envejecimiento general y en el aumento de la edad media de las mujeres del medio rural, que sobrepasa los 45 años en la mayoría de las comarcas.

Como consecuencia de estos datos van desapareciendo las escuelas, los servicios, y comienza a convertirse realmente en un grave problema social cuando va quedando una población cada vez más envejecida y necesitada de cuidados, sobre todo en lo que respecta a la población femenina en edades avanzadas. Desde esta mirada, las políticas públicas destinadas a la despoblación tienen que ofertar proyectos para centros de día, centros de salud, ocio, etc., para las personas de esta edad, ya que éste sería uno de los caminos para terminar con la despoblación y, por lo tanto, para crear empleo en el mundo rural, actividades todas ellas contempladas en la economía feminista de la ruptura o en la parte oculta del iceberg. Tampoco la inmigración ha logrado paliar los problemas demográficos, por ello, se sugieren algunas intervenciones al respecto, y se destacan las experiencias positivas que desde el ámbito local han tenido algunas redes e instituciones aragonesas con políticas como LEADER. Pero estas iniciativas no tienen capacidad para atender las demandas de ayuda de los inmigrantes sin recursos, parados o en situación irregular, pues se dirigen a un sector de población de un nivel económico social medio, que decide montar una empresa en el ámbito rural aragonés (VILA, 2005: 32-33). Por lo tanto, estas políticas, cuyo eje transversal es el género, no tienen en cuenta la interseccionalidad, por lo que podemos decir, que no son feministas.

Partiendo de estos datos, si se hace un repaso desde el feminismo, se puede afirmar que, en lo que se refiere a las diferentes políticas públicas destinadas al desarrollo rural, la población femenina inmigrante en la sociedad rural de Aragón sufre una triple discriminación: laboral, en función de la clase social, el género y



la etnia (SOLÉ, 1983, 1994). Relativo a este aspecto, en los GAL queda pendiente profundizar sobre diferentes cuestiones relacionadas con el eje transversal de género. No obstante, esta cuestión es ignorada por dichas entidades dedicadas al desarrollo rural, como consecuencia de la ausencia de formación en teoría feminista por parte del personal técnico dedicado a la gestión de proyectos, aspecto que corroboramos a través de entrevistas realizadas a diversos grupos de acción local de las diferentes provincias. Es esta falta de conciencia la que, por ejemplo, lleva a FRITZ (1979) a escribir las conscientes divisiones sociales entre mujeres, que ha caracterizado buena parte del discurso feminista institucional encargado de realizar las políticas sobre igualdad tanto en el mundo rural, como en el urbano. Si bien resulta evidente que muchas mujeres sufren la tiranía sexista, hay pocos indicios de que este hecho forje «un vínculo común entre todas las mujeres». Hay muchas pruebas que demuestran que las identidades de raza y clase crean diferencias en la calidad, en el estilo de vida y en el estatus social, diferencias que están por encima de las experiencias comunes que las mujeres comparten y que rara vez trascienden. Deben ponerse en cuestión los motivos por los que mujeres blancas, cultas y materialmente privilegiadas en las zonas rurales aragonesas, con una variedad de opciones a la hora de elegir carrera y estilo de vida, tienen más acceso a puestos de trabajo o a las subvenciones para la creación de empresas que las mujeres con un nivel de instrucción menor y procedentes de otras etnias, o lo que es lo mismo, habría que estudiar el poder entre las propias mujeres, tal y como lo analiza la economía feminista de la ruptura.

Así, el nuevo objetivo mayoritario de los diferentes programas para el desarrollo rural debe ser el de orientar una política que favorezca la puesta en marcha de múltiples iniciativas de empleo basado en la sostenibilidad de la vida, como pueden ser los servicios a la población destinados al cuidado de las personas más mayores y, a partir de ahí, proponer líneas de actuación para la recuperación demográfica, como es la llegada de población inmigrante femenina para que ocupe los puestos de trabajo generados o que pueda crear un negocio relacionado con los servicios a la población que acabamos de mencionar; todo ello, revisando las particularidades de los municipios concretos.

5. La discriminación en el mercado laboral aragonés

Partiendo de las teorías expuestas hasta ahora, aun existiendo más oportunidades para ellas que en épocas anteriores y contando con la reducción de



diferencias laborales que por motivos de género cada día está más presente a nivel legislativo, como es la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo para la *Igualdad efectiva entre mujeres y hombres*, parece que estas medidas no han sido suficientes para conseguir que las mujeres tengan las mismas oportunidades que los hombres que habitan en las diferentes comarcas aragonesas, como veremos a continuación.

La tasa de actividad se sitúa en el 50,70% en el año 2009, disminuyendo muy poco respecto al 2008, que alcanzaba 50,93%. Sin embargo, cabe resaltar que las diferencias se agudizan más por sexos, ya que los varones en el 2009 tienen una tasa de actividad del 66,94%, es decir, 16 puntos superior a la de la población femenina, sin embargo su tasa de actividad desciende 2 puntos respecto al año anterior debido a la crisis en el sector de la construcción e industrial. Finalmente, la media para ambos sexos es de 58,76% en 2009, casi un punto menos que en el 2008 (59,59%). Si continuamos analizando las cifras, en el año 2010 podemos observar cómo el porcentaje de las mujeres activas aumenta respecto al periodo anterior; esto no quiere decir que las mujeres hayan dejado de ser amas de casa, pero sí que hay un mayor número de ellas que ha orientado su vida a las demandas del mercado laboral, tal vez porque sus maridos están parados, tal y como podemos comprobar en la *figura 6*.

Figura 6. Evolución Tasa de Actividad en Aragón (2001-2010)

Periodo	Total	Hombres	Mujeres
2001	50,1	63,56	37,04
2002	52,08	65,46	39,06
2003	53,31	64,97	41,95
2004	54,51	66,26	43,02
2005	56,23	67,6	45,08
2006	57,08	66,56	47,75
2007	58,93	67,93	50,05
2008	59,59	68,33	50,93
2009	58,76	66,94	50,7
2010	58,97	66,62	51,45

Fuente: IAESE. Los datos corresponden al IV trimestre de cada año.

Elaboración propia. Unidad: porcentajes.

Además, en todas las provincias prácticamente ocurre lo mismo: en los últimos años la tasa de actividad femenina se sitúa por encima de 50 puntos, siendo la más alta la de Zaragoza, seguida de Huesca y Teruel, mientras que la masculina supera en 10 puntos a la de las mujeres en todas ellas.

Si ahora descendemos al ámbito comarcal, por un lado, en casi todas las comarcas es mayor el número de hombres afiliados al régimen general en el 2010 que el de las mujeres; las diferencias oscilan entre un 13% y un 18%. Donde encontramos menos contrastes es en la comarca de Campo de Belchite, con tan solo un 7,8% más

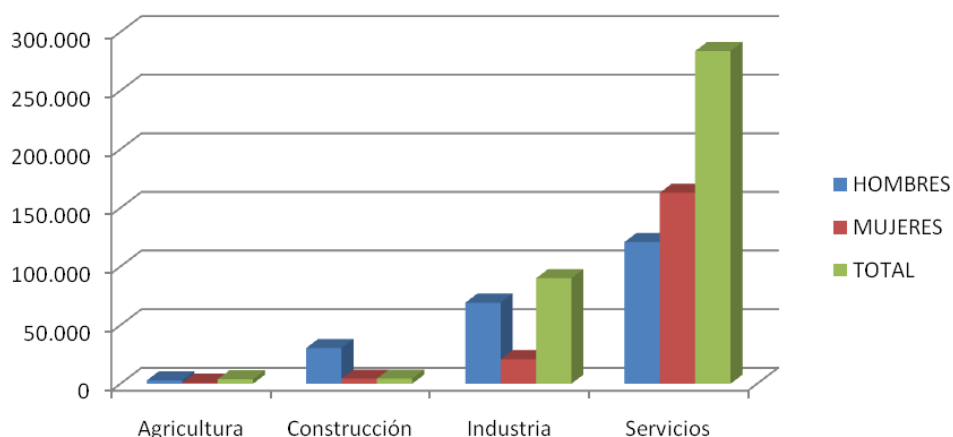


de población masculina inscrita respecto a la femenina. Únicamente es en la Sierra de Albaracín donde las mujeres superan a los hombres en un 2,7%, sobre todo en lo que respecta a la población femenina contratada en actividades relacionadas con el sector turístico, ya sea como empleadas tanto en alojamientos turísticos y en la hostelería, como en la limpieza de los mismos. Sobre todo esta diferencia se acentúa en periodos estivales donde hay una mayor contratación femenina en estos sectores.

Si ahora observamos los sectores de producción, vemos cómo son más las mujeres afiliadas al sector servicios, contando con el 57,41% de las personas dadas de alta en esta actividad; la agricultura engloba al 23,92% de la población femenina, mientras la industria tan solo acapara al 23,17% respecto a la población masculina. En último lugar, la diferencia más significativa la encontramos en el sector de la construcción, con tan solo un 12,60% de mujeres afiliadas, mientras que los hombres agrupan al 87,39% de los datos de alta en esta actividad (*figura 7*). Aquí, hay que insistir que únicamente es el sector primario el que aumenta el número de personas afiliadas desde que comenzó la crisis en el 2008 hasta el 2010, ya que en periodos de recesión económica se vuelve a las actividades tradicionales.

En último lugar, la mayoría de las comarcas, al igual que en el conjunto de Aragón, presentaban economías terciarizadas, donde las mujeres representan un gran

Figura 7. Sectores de producción, Régimen General. Aragón, 2010

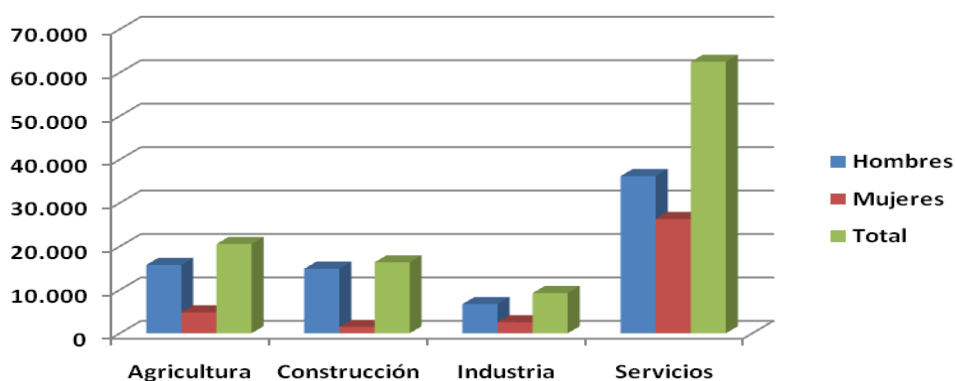


Fuente: IAEST. Elaboración propia. Unidad: número de personas.



porcentaje, pero la población masculina las supera en número. Sin embargo, cuatro comarcas diferían: Matarraña/Matarranya, donde el mayor número de afiliados se registró en el sector primario, y Campo de Cariñena, Aranda y Ribera Alta del Ebro, donde predominaba el número de afiliados al sector industrial debido a la viticultura. Por lo tanto, puede decirse, que el servicio doméstico tradicional y las fábricas ya no significan, en muchos casos, la reserva de empleo para las mujeres rurales. Sí lo están los servicios comunitarios, sociales y personales, que han absorbido, durante los últimos diez años, a más de la mitad de las trabajadoras del sector. Los restaurantes y hoteles son otro ámbito que se desliza hacia la contratación femenina. En el mundo de la enseñanza, continúa el dominio femenino en la educación primaria. En la universidad, las integrantes de este sexo tienen más peso en las carreras humanísticas que en las científicas o técnicas. De las restantes profesiones liberales, las relacionadas con el campo de la salud tienen una creciente participación de la mujer; todos ellos datos constatados a través del Instituto de Estadística de Aragón. Si ahora atendemos a la división por sexos en las personas en régimen de autónomo, vemos cómo, en el especial agrario, el 23,48% de las afiliadas son mujeres; en el sector de la construcción tan sólo 8,96%; en el industrial, 27,44%, mientras que en el sector servicios el porcentaje asciende a un 42,10% respecto al total de población afiliada, como se expresa en la *figura 8*.

**Figura 8. Sectores de producción, Régimen Especial de Autónomos.
Diferenciación por sexos. Aragón, 2010**



Fuente: IAEST. Elaboración propia. Unidad: número de personas.



Si ahora nos fijamos en el número de personas afiliadas al Régimen Especial de Autónomos por provincias, tanto a nivel autonómico como provincial, los servicios son la actividad que eligen más del 40% de las emprendedoras superando el 45% en Zaragoza; en la industria, las cifras oscilan entre el 25% y 30% mientras la construcción aglutina menos del 10% de las mujeres; en lo que se refiere al sector agrícola, en Zaragoza y Huesca ocupa a un 21% de la población femenina autónoma, mientras que en Teruel a un 31% y es en esta actividad donde hay una diferencia significativa entre esta provincia y el resto del territorio. Sumado a esto, el número de afiliados al régimen especial de autónomos en su conjunto, en 2010 disminuyó en todas las comarcas, presentando una mayor pérdida relativa D.C. Zaragoza (-7%), Cuencas Mineras (-6,6%), Cinca Medio (-6,2%), Aranda (-6,1%) y Alto Gállego (-5,6%). A este respecto se puede señalar que en la Comarca de las Cuencas Mineras hay menos mujeres trabajando, pero hay más mujeres autónomas. De hecho, cuatro de cada diez personas emprendedoras son mujeres y, sin embargo, hay muy poca información sobre las empresas de mujeres y los factores que inhiben la creación de empresas por ellas, tal y como hemos podido comprobar a través de las entrevistas. De todas formas, en las comarcas aragonesas son más los hombres que deciden abrir un negocio por cuenta propia. Las diferencias oscilan entre el 30% y el 40% respecto a la población femenina emprendedora autónoma en todas ellas. Llegadas a este punto, también el sector de los servicios está considerado como el sector “femenino” por naturaleza, de ahí también que la mayor proporción de empresas dirigidas por las mujeres de las distintas comarcas se establezcan en el sector. La opción empresarial, por lo tanto, también se caracteriza por un sesgo de género. De esta manera, en ambos, el empleo de las mujeres se identifica con una alta concentración en pocas actividades, ramas y categorías y debe reconocerse como una clara manifestación de la segmentación horizontal del empleo. También hay que considerar que las mujeres pueden insertarse de manera masiva a este sector como una respuesta a la construcción social de trabajo femenino, dado que las identidades construidas en el ambiente familiar se proyectan y refuerzan en la división sexual del trabajo, por ejemplo, actualmente juegan un rol determinante en el bienestar y desarrollo social la educación y la salud, todos ellos sectores situados en la parte oculta del iceberg. Por ello, es necesario una economía feminista de la ruptura para establecer la coeducación y que los hombres también trabajen en estas esferas y, así, poder llegar a verdaderas cuotas de igualdad. Además, sigue recayendo en ellas el abandono de sus trabajos o la reducción de sus jornadas una vez que son madres. En este sentido, se detecta un cambio de modelo justamente en las mujeres a lo



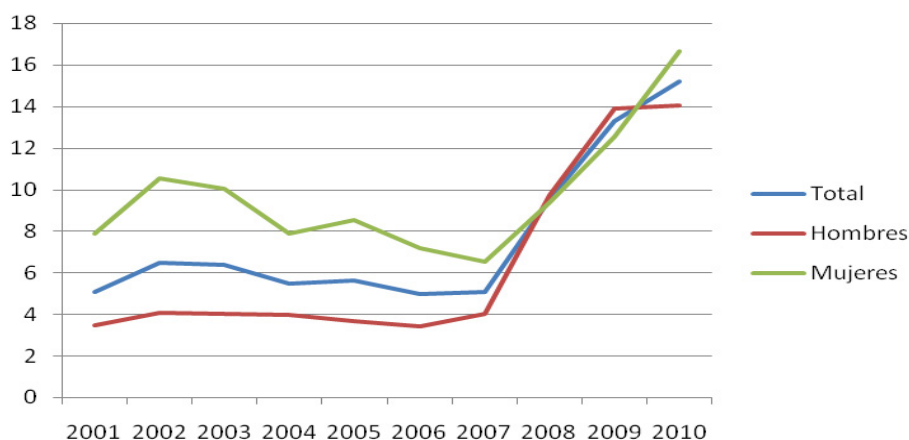
largo de todo el periodo, frente a la estabilidad en el modelo de los hombres; la tasa de actividad de las mujeres en el Régimen General desciende entre los 35 y los 39 años en un 1,53%, mientras que la masculina se mantiene estable. Este segmento de edad corresponde con la edad media de la maternidad en Aragón, por lo que la dificultad para conciliar vida laboral y familiar; junto con periodos de inactividad prolongados tras la maternidad, pueden representar en las mujeres una dificultad añadida para reincorporarse al mercado de trabajo. Aquí cabe resaltar que existe una diferencia con las mujeres autónomas, los intervalos en esta edad permanecen estables, ya que son ellas sus propias jefas y, por lo tanto, disponen de sus propios horarios, de esta manera no se sienten obligadas a abandonar el mercado laboral. Por lo tanto, las políticas y los planes a favor de la conciliación familiar y laboral no han funcionado, sus consecuencias inmediatas de la aplicación de estas medidas son el fomento de la doble jornada de las mujeres y la flexibilización de su trabajo remunerado. A ello se suma que como no hay medidas públicas efectivas que se hagan cargo de los “costos de la conciliación”, las alternativas que se encuentran en las actuales circunstancias de la realidad española implican que la carga del “reparto” de tareas recaiga en otras mujeres, las inmigrantes, reforzando la “cadena de cuidados”: mientras las mujeres de clase media que realizan trabajo remunerado están atrapadas entre la norma de la “buena madre” y el ideal de la auto-realización a través del trabajo remunerado, la conciliación depende en gran medida del trabajo de explotación de otras mujeres, en su mayoría de clase baja e inmigrantes. De este modo, al no tener en cuenta el carácter y bases de la subordinación y ocultar las relaciones de dominación masculina y subordinación femenina (como elementos conceptuales definitorios de una teoría crítica), es decir, la desigualdad de género y la división sexual del trabajo y, al no poner el acento en el reparto equitativo de tareas y responsabilidades, se generan consecuencias tan perversas y aparentemente contradictorias como el mantenimiento de los roles tradicionales de género, la división “natural” del “trabajo femenino” y el “trabajo masculino”, la apuesta por la flexibilización laboral de unas y la explotación laboral de otras o el abandono del mercado laboral.

Si continuamos analizando las cifras, el número de mujeres afiliadas al Régimen General de la Seguridad Social suele descender entre los intervalos de edad más avanzados; las diferencias por sexos en los intervalos de edad de más de 50 años se sitúan en un 22,55% a favor de los hombres. En suma, puede decirse que el género junto con la edad, son las mayores causas de discriminación en el mercado



laboral aragonés. Por último, el paro registrado a nivel autonómico ha aumentado en ambos sexos en el periodo estudiado. En los años sucesivos al 2006, ambas tasas empiezan a igualarse y es a partir del 2008 cuando existe una diferencia insignificante entre la población masculina y femenina parada respecto al periodo anterior. Pero es en el 2010 cuando las mayores consecuencias de la crisis vuelven a recaer sobre el sector femenino, con casi tres puntos de diferencia respecto al masculino, situación que se agudiza en los años posteriores, tal y como se representa en la *figura 9*.

Figura 9. Evolución Tasa de Paro. Aragón, 2001-2010



Fuente: IAEST. Elaboración propia. Unidad: miles de personas.

No obstante, si en el último periodo las tasas de paro entre mujeres y hombres se acercan, es por el empeoramiento del empleo masculino y no por mejora del empleo femenino. De esta forma, la evolución de los datos de empleo y desempleo, nos conduce a pensar que la crisis económica tiene y tendrá efectos muy negativos para el empleo de las mujeres y, en consecuencia, para el objetivo de igualdad:

- Existe un claro riesgo de precarización del empleo en Aragón como consecuencia de la crisis económica. Precarización del empleo (mayor inestabilidad, menores salarios, etc.) que supone grandes pérdidas de



derechos y que, en consecuencia, y considerando la situación de partida de las mujeres en el empleo, afectará gravemente a sus condiciones laborales y a su participación en el mercado de trabajo.

- Vuelve a mostrarse cierta tendencia sociopolítica a la protección del desempleo masculino, que afianza el modelo cultural (y económico) “cabeza de familia-varón proveedor”, que pone en peligro muchos de los logros en materia de igualdad en el ámbito social, y especialmente en el laboral.
- Sumado a esto, para la mujer la pérdida del empleo significa el retorno al trabajo de la casa hasta una nueva oportunidad laboral. Así, durante los períodos de desempleo, las mujeres con hijos a su cargo, en lugar de centrarse en buscar otra ocupación remunerada, como hacen los hombres, suelen llevar a cabo, tareas asociadas al mundo doméstico.

Esta situación, determinará además la definición de las medidas y políticas anticrisis, por ejemplo, enfatizando la inversión pública en sectores económicos en crisis —poco sostenibles y claramente masculinos—, como el del automóvil o el de la construcción, y no en infraestructura social, como educación, salud, cuidados y protección social, con riesgo de intensificar la división sexual del trabajo y las desigualdades que genera. Esta situación traerá un efecto de expulsión de mujeres del mercado de trabajo, sobre todo en las zonas rurales donde las desigualdades de género y laborales son más potentes.

6. Las problemáticas sociales y laborales habituales que han afectado a las mujeres rurales aragonesas

6.1. Problemáticas sociales

De las entrevistas realizadas se desprende que las mujeres consideran satisfactorio su nivel de vida y la mayoría no cambiaría el pueblo o sus núcleos semiurbanos por la ciudad; la tranquilidad es factor determinante, pero también presenta como principal dificultad la falta de servicios, además de la carencia de infraestructuras de transporte y de instalaciones adecuadas para el cuidado de menores, como es la falta de plazas en guarderías públicas. Así lo mostraron algunas de las entrevistadas, como ilustra el siguiente testimonio:

“Empecé trabajando en Huesca y decidí volver aquí porque tenía más posibilidades, aquí tenía una casa más grande, no tenía problemas



para aparcar, todos los materiales de trabajo los tenía aquí, todo era mucho más tranquilo, no tardaba tanto en moverme de un sitio a otro (...). Aunque no hay guarderías para dejar al niño en Barbastro, esto es una dificultad importante para todas las mujeres que no trabajan en casa. El futuro debería ir encaminado en este tema". (Mujer - 33 años - núcleo semiurbano).

Sin embargo, en la etapa actual, cuando las mujeres han podido acceder a una formación profesional cualificada, tampoco se ha producido su fijación en el medio rural, salvo en las cabeceras comarcales o núcleos semiurbanos. Pero, es obvio que no todas las jóvenes rurales adquieren una formación superior; por lo tanto, en esta huida hacia ciudades más grandes sigue influyendo la búsqueda de una mayor independencia y libertad por parte de las mujeres, sumado a la falta de oportunidades en el medio rural y los valores tradicionales asociados al género, tal y como expresan nuestras informantes más jóvenes y queda recogido en la siguiente respuesta:

"Las diferencias sociales en el medio rural están más marcadas en lo que se refiere a hombres y mujeres. También influye mucho la educación, por ejemplo, en mi casa han sido machistas, yo ponía la mesa y mis hermanos a trabajar fuera; también a la hora de salir; te dejan salir menos porque eres chica (...). Yo creo que en una ciudad te sientes más libre y, por eso, las mujeres se van". (Mujer - 28 años - núcleo rural).

Además, el fácil acceso masculino al mercado laboral en las zonas rurales ha dado lugar a que las chicas jóvenes emigren a las ciudades, como señala un alto porcentaje de las mujeres entrevistadas:

"Las chicas jóvenes no piensan en quedarse aquí toda la vida, más que nada, por la gente, por los roles, porque aquí no tienes una salida, además el trabajo que hay es para los hombres". (Mujer - 32 años - núcleo rural).

Así, la despoblación que sufre el espacio rural está directamente relacionada con el envejecimiento y la masculinización de la población, con el rechazo femenino al lugar que le es asignado. Como consecuencia van desapareciendo las escuelas, los servicios, y comienza a convertirse realmente en un grave problema social cuando va quedando una población cada vez más envejecida y necesitada



de cuidados, aspecto básico éste último, para potenciar la sostenibilidad de la vida en el mundo rural. Asimismo, a la pregunta relacionada con la perspectiva de abandonar su núcleo de origen, es decir, sobre si han pensado alguna vez en marcharse de su comarca o su localidad a trabajar a otra parte, más de la mitad de las mujeres contestaron que sí, aunque muchas de ellas ya se fueron para realizar sus estudios, pero decidieron volver para asentarse y formar una familia. No obstante, algunas de las mujeres entrevistadas pertenecientes a las edades entre 40 y 50 años, no se marchan porque tienen el rol de la maternidad muy asumido, anteponiendo ser madres a todo lo demás. Esta situación puede apreciarse en el ejemplo que se expone a continuación:

“La verdad, estuve fuera trabajando y luego volví, porque hay una edad que no te gusta el pueblo, pero cuando quieres formar una familia lo valoras mucho más”. (Empresaria - 45 años - núcleo rural).

En cuanto a los problemas derivados de su entorno, tan solo una de las mujeres entrevistadas posee explotación familiar como negocio. Por otra parte, todas han recibido el apoyo de su familia en las decisiones que han tomado en su vida, tanto a nivel laboral como personal, aunque hay que dejar claro que a todas las mujeres entrevistadas de 40 y más años las educaron para ser madres y tener una familia:

“Yo he recibido el apoyo de mi familia en todo lo que he hecho, pero a mí me educaron para tener marido, que era lo importante”. (Empresaria - 48 años - núcleo semiurbano).

De esta forma, las mujeres, sobre todo en las pequeñas ciudades y en los pueblos, tienen que sobrepasar barreras más rígidas que las mujeres en el medio urbano para conseguir una igualdad real a nivel personal y laboral, ya que una de las exigencias para recibir ese apoyo familiar es haber contraído matrimonio. Esta situación ha condicionado a muchas, sobre todo las de los grupos de edad más avanzados, dedicando toda una vida a las tareas del hogar, siendo esposas y madres, sin recibir ningún tipo de reconocimiento social. Así lo afirmaron todos los testimonios recogidos de las diferentes comarcas:

“En esta comarca hay muchas mujeres que no han trabajado nunca fuera del hogar o de la explotación familiar, ocupándose toda la vida de encargarse de los demás”. (Mujer empresaria - 37 años - núcleo rural).



Así, el cuidado en el hogar es una actividad, catalogada en la Encuesta de Población Activa como “inactividad”, es otra forma de economía sumergida; también sin derechos laborales y sociales, sin salario, sin horarios, sin ambiente laboral, sin acumular derechos futuros, sin independencia económica. En cualquier caso, también las mujeres etiquetadas como “inactivas” están en “esta economía”, están en la parte oculta del iceberg, tal y como expresamos en el marco teórico. En este sentido, a partir de nuestras investigaciones debemos potenciar a estas mujeres que no han trabajado nunca fuera del hogar y que no tienen una formación como las más jóvenes, pues disponen de un bagaje de trabajo doméstico y de educación de los hijos que suponen habilidades que es necesario recuperar porque pueden ser realmente útiles y transferibles al mundo laboral en general, y a la economía feminista de la ruptura en particular:

“Sí, porque estas experiencias personales, ya sea limpiar, cuidar niños, pasar enfermedades graves, siempre ayudan en el terreno profesional, sobre todo a la hora de dar importancia a muchas cosas (...)”.
(Empresaria - 35 años - núcleo rural).

Precisamente, existe un profundo acuerdo en ambas posturas de la economía feminista en torno al rechazo a que el trabajo doméstico y de cuidados siga siendo femenino y reducido al marco del hogar. El reparto equitativo del cuidado entre todas las personas (la corresponsabilidad entre hombres y mujeres) y los servicios públicos son necesidades ampliamente asumidas dentro de las diferentes corrientes del feminismo a lo largo de la historia y, cobran importancia como nicho de empleo en la economía de la sostenibilidad de la vida.

6.2. Problemáticas laborales

En efecto, la maternidad, al igual que el cuidado del hogar, no debería ser exclusivamente una obligación o requisito de la mujer. En todo caso ha de interpretarse como una consecuencia negativa más de los patrones de socialización que hemos heredado del patriarcado, puesto que a las barreras y obstáculos iniciales para la contratación, debemos añadirles el temor de no poder desarrollar una carrera profesional en igualdad real de condiciones de trabajo, debido a la armonización de lo personal con lo familiar. Esta tendencia se acentúa en el mundo rural, ya que el carácter tradicional tiende a mantener los roles femeninos y masculinos más latentes, y ello hace que se infravalore la aportación real de la mujer. No obstante, se debe insistir en la siguiente cuestión, en relación a las



respuestas obtenidas: las mujeres han concebido el cuidado de los hijos como una obligación que sólo les pertenece a ellas, por lo que su actividad diaria cambia una vez que éstos abandonan el núcleo familiar. Así lo pudimos constatar en los testimonios recogidos:

“Sí que han trabajado, pero en el hogar (...). Por eso, una franja de edad como la de nuestras madres, ha empezado a trabajar a los 50 años porque se han dado cuenta que querían y que les reportaba beneficios personales”. (Mujer - 35 años - núcleo semiurbano).

Sumado a estas cuestiones, podemos decir que la participación de las mujeres en el desarrollo de sus municipios es un elemento clave para la sostenibilidad de los mismos, por lo tanto, ha de contribuir a eliminar los desequilibrios de género que perviven en las zonas rurales, siendo uno de los principales, la insuficiente inserción laboral femenina. Por ello, resulta del máximo interés dar a conocer actividades innovadoras promovidas por mujeres a través del emprendimiento femenino, basadas en la gestión de los recursos locales, que estén generando puestos de trabajo, fijando población y contribuyendo a modificar los tradicionales roles y estereotipos de género. De este modo, la diversificación de actividades en las provincias necesita, más que nunca, a las mujeres depositarias de los saberes y habilidades necesarias para revalorizar y potenciar los productos agroalimentarios, la gastronomía, las tradiciones culturales, el turismo rural, el patrimonio municipal, los servicios para las personas, etc. Todas ellas, actividades que se enmarcan dentro de la economía feminista de la ruptura. En este sentido, el agroturismo, los trabajos manuales, la agroindustria alimentaria o el comercio, puede ser la mejor alternativa laboral para las mujeres de grupos de edad más avanzados que no han tenido acceso a la formación y que han esperado a que sus hijos abandonen el núcleo familiar; tal y como expresan las entrevistadas. El resto no lo tiene muy claro o piensa que el sector servicios puede ser una buena opción, sobre todo el vinculado a servicios a la población en los municipios de pequeñas dimensiones. Cabe destacar que algunos de estos sistemas locales están creciendo y diversificando su propia actividad. Por ejemplo, esto se aprecia en el desarrollo del turismo rural y la comercialización de productos tradicionales, como la elaboración de mermeladas y la apicultura en el Somontano de Barbastro, la trufas en Teruel o la viticultura en las comarcas de Zaragoza, entre otras.

“Creo que la opción es bastante variada para las mujeres de esta franja de edad, casas rurales, restaurantes, agroindustria alimentaria, pequeñas tiendas con productos tradicionales hechos en casa,



también algo vinculado al sector servicios a la población de los sitios más pequeños". (Mujer - 51 años - núcleo rural).

Sin embargo, ninguna se decanta por la economía feminista de la ruptura, mostrando un total desconocimiento hacia la misma en un 98% de las entrevistas realizadas. No obstante, en los testimonios dedicados al tipo de actividad que acabamos de analizar, podemos constatar cómo los ejemplos de empresas femeninas están completamente vinculados a este tipo de economía:

"No lo sé, algo como las empresas ecológicas" (Mujer - 55 años - núcleo urbano).

El 2% restante conoce algo sobre la misma, pero desconoce que esté ligado a teoría y práctica feminista.

"Sí, sé lo que es, conozco REAS Aragón y alguno de sus comercios, pero no sabía que estuvieran relacionados con el feminismo". (Mujer - 35 años - núcleo rural).

Entre otras cuestiones, esta falta de noción sobre la economía feminista, es debida a una ausencia de formación e interés por el tema, tanto de las mujeres rurales, como de las instituciones encargadas de fomentar el empleo femenino en estas zonas. Esta falta de formación viene, entre otros factores, por el sentido injustificado de equiparar feminismo a machismo, tal y como podemos comprobar en las entrevistas realizadas:

"Yo equiparo el feminismo al machismo, es como si las mujeres fuésemos superiores (...) Tampoco cuando abrí mi negocio me asesoraron sobre estos temas, yo creo que la gente que los lleva no tienen ni idea, traen los planes de Europa y punto (...)". (Mujer - 34 años - núcleo semiurbano).

De esta forma, el enfrentamiento a los desafíos planteados para la construcción de la economía feminista de la ruptura pasan en primer lugar, por la formación en esta materia por parte de las personas encargadas de gestionar las distintas entidades para la despoblación y fomento del empleo femenino en el mundo rural, ya sean los grupos de acción local u otros organismos, y, cómo no, por un reordenamiento por parte de las mujeres rurales, en la lógica de género, de espacios y tareas que implican trasgredir límites impuestos y autoimpuestos por el patriarcado para asumir, sin obstáculos ni jerarquías, tareas de producción.



7. Sondear las estrategias que adoptaron dichos sectores de mujeres y salir de la situación sexista en el plano social a todos los niveles

De esta forma, la incorporación de las mujeres al mercado de trabajo ha supuesto cambios importantes a otras escalas, desde la necesidad de nuevas políticas de conciliación laboral y familiar hasta una mayor igualdad en los roles establecidos. En este sentido, la situación laboral de las mujeres aragonesas ha experimentado un gran cambio en la sociedad, como se deduce de las respuestas:

“Por supuesto, la mujer ha tenido un papel importante en todos los pueblos aun estando en la retaguardia. Luego, con la apertura de pequeños negocios han sabido ir abriéndose el camino”. (Mujer - 35 años - núcleo semiurbano).

Aunque muchas de ellas piensan que a las mujeres les queda un largo camino por recorrer para optar y llegar a tener las mismas condiciones de trabajo que la población masculina:

“Muchas leyes, pero todavía en las entrevistas de trabajo te preguntan si estás casada o tienes pareja, que si quieres tener hijos pronto, que en esta empresa no hay reducción de jornadas, que muchas veces hay que hacer horas extras (...)”. (Mujer - 29 años - núcleo semiurbano).

Asimismo, la población femenina entrevistada está de acuerdo en que las iniciativas dedicadas al desarrollo rural, han sido el empujón que necesitaban para que muchas mujeres se decidieran por la creación de un negocio propio, señalando como ejemplos la apertura de casas rurales, joyerías, casas cuna, empresas de restauración, enoturismo, etc. También, un alto porcentaje de mujeres asegura que las iniciativas para el desarrollo rural, LEADER, han abierto nuevas expectativas a nivel laboral, tanto a hombres como a mujeres. Sin embargo, se incide en el hecho de subvencionar áreas que aseguren puestos de trabajo para el futuro asentamiento de las personas en las diferentes comarcas y para el fomento de la igualdad de género a nivel social:

“Sí, aquí en algunas comarcas, como los Monegros, han optado por subvencionar actividades que no se desarrollaban, pero no había demanda y tuvieron que dar subvenciones a otras actividades. Lo que hay que subvencionar son áreas que creen puestos de trabajo y favorezcan la igualdad”. (Mujer - 56 años - núcleo semiurbano).



No obstante, también señalan que uno de los precedentes para el cambio ha sido las diferentes jornadas para mujeres emprendedoras realizadas en estos últimos años pues han servido de ejemplo y empujón para muchas otras a la hora de abrir su negocio. Pero compartir su experiencia como empresarias no ha reforzado los primeros pasos a dar para la igualdad de género en el plano familiar y laboral:

“Las jornadas de las mujeres emprendedoras, que sirven un poco para concienciarnos de todo lo que podemos hacer, de ofrecernos formación (...). Pero a nivel de igualdad poco y de feminismo menos”. (Mujer - empresaria - 32 años - núcleo semiurbano).

Con los mismos objetivos y para reconocer la labor de las mujeres en el mundo empresarial, desde hace más de diez años se premia a aquellas mujeres que son ejemplo a seguir por su trayectoria profesional como emprendedora y por su creatividad a la hora de abrir su propio negocio a nivel local o comarcal, pero se potencia más el fenómeno de la localización que los principios de la no discriminación por género en el mundo laboral. También, se resalta la importancia de sus empresas en la sostenibilidad ambiental. Finalmente, su contribución no ha frenado la despoblación. Por lo tanto, el objetivo general de este tipo de premios es dar a conocer y fomentar la creación de empresas femeninas innovadoras que generen valor económico en Aragón y no social.

“Nuestro objetivo es identificar geográficamente el producto y que el valor añadido quede en nuestro pueblo, de igualdad nada”. (Mujer - empresaria - 42 años - núcleo rural).

Además, los negocios formados por mujeres, ya sea mediante las ayudas europeas o llevados a cabo con el capital de las propias emprendedoras, no han generado empleo a otras mujeres en la mayoría de los casos, sino que se llevan a cabo mediante ayuda familiar. Por lo que podemos decir que no han permitido el asentamiento de nuevas pobladoras en el mundo rural, como son las mujeres inmigrantes. De esta manera, no han evitado frenar la despoblación y han potenciado en cierta manera la masculinización del medio, así queda constatado en la siguiente respuesta:

“La mayoría de las empresas de mujeres no tiene a nadie contratado y si lo tienen, es a algún familiar”. (Mujer - 40 años - núcleo semiurbano).



Justamente, a partir de los testimonios recogidos, podemos decir que las mujeres rurales aragonesas emprendedoras se mueven en parámetros masculinizadores económicos. Masculinizarnos significa integrarnos y socializarnos en las reglas y valores masculinos que están en juego en cada ámbito social, al tiempo que se nos niega el reconocimiento de nuestra singularidad, diversidad y valía propia. Es decir, incluye la exigencia de adaptarnos e integrarnos acríticamente en situaciones de supuesta igualdad abstracta con los hombres, como es el mundo empresarial, aceptando así la cultura y formas de sociedad históricamente diseñadas y controladas por ellos o, al menos, por una fracción de élites varoniles.

8. Conclusiones

El análisis que se ha llevado a cabo en el trabajo para ir alcanzando los objetivos previstos permite tanto verificar la hipótesis, como poner de relieve lo que todavía queda por hacer. De esta manera, las conclusiones vienen complementadas con algunas estrategias destinadas a evitar los problemas laborales y sociales que se desprenden de la desigualdad de género en el mundo rural aragonés.

En este sentido, el análisis de los gráficos y pirámides de población analizados para describir la incidencia de los contextos socioeconómicos, nos ha permitido constatar los objetivos relacionados con la diversidad territorial y su relación con las problemáticas de la desigualdad de género que les afectan. De esta forma, la previsión de futuro para Aragón no es del todo halagüeña, con una tendencia de decrecimiento poblacional para la próxima década, sobre todo en lo que respecta a los municipios más pequeños. Este decrecimiento afecta, de modo más acusado a las mujeres en los escalones de edad medios y bajos. Para invertir esa inercia sería necesaria la llegada de pobladores jóvenes en edad fértil, sobre todo mujeres, por lo que son vitales para el futuro de la comarca las políticas de inmigración destinadas a las mujeres, así como las actuaciones destinadas a fomentar el empleo femenino y, como parte de él, el empresariado. Además, las mujeres entrevistadas señalan que las que están en una franja de edad de 50 años y más, pertenecientes a las comarcas rurales, la mayoría de ellas sin estudios superiores y que no han trabajado nunca fuera del hogar, son población potencial para la apertura de nuevos negocios encaminados a fomentar productos tradicionales, una vez que sus hijos/as abandonan el núcleo familiar.



Sumado a esto, a la hora de describir la discriminación en el mercado laboral aragonés y los sectores de producción en donde la inclusión de mano de obra femenina y apertura de empresas por mujeres ha sido mayoritaria, pudimos constatar a partir del análisis estadístico laboral: uno, que las mujeres presentan menos tasa de actividad que la población masculina; y dos, que el sector feminizado por excelencia es el de servicios, constatando así la segregación del empleo por sexos. También, se detecta un cambio de modelo justamente en las mujeres, frente a la estabilidad en el modelo de los hombres: la tasa de actividad de las mujeres suele descender entre los 35 a 39 años. Este segmento de edad corresponde con la edad media de la maternidad en Aragón. De esta forma, la elección de la media jornada o la apertura de su propio negocio, sigue siendo para muchas la solución ante la conciliación entre la vida familiar y laboral. Por lo tanto, se evidencia que las mujeres que buscan empleo encuentran más dificultades que los hombres.

A la hora de detectar las problemáticas sociales y laborales habituales que han fomentado la discriminación de las mujeres rurales aragonesas a través de los testimonios de nuestras protagonistas, detectamos que dichos obstáculos surgen de la idea de que el camino hacia la igualdad es un trayecto a recorrer en dos sentidos. Las mujeres rurales aragonesas están avanzando en ese camino del ámbito privado a lo público, conquistando día a día sus derechos, aportando en todos los ámbitos sus capacidades y contribuyendo al desarrollo económico y social en las diferentes comarcas, pero todavía queda mucho que recorrer, ya que siguen siendo ellas las primeras reforzadoras de roles, ya que las educaron para ser mujeres y madres. En ese camino, los hombres también tienen que hacer el recorrido a la inversa, de lo público a lo privado, puesto que el reparto de las tareas domésticas siempre recae en sus parejas femeninas, tal y como se ha podido observar en las diferentes respuestas. De esta manera, avanzar en igualdad es avanzar en el reparto de responsabilidades, en la conciliación de la vida laboral, familiar y personal. Conviene resaltar que la conciliación no es y no debería ser una cuestión “de mujeres”. De esta forma, desde el feminismo habría que debatir y generar propuestas sobre futuras medidas de conciliación y de corresponsabilidad social compartida.

Sumado a esto, a partir de los testimonios recogidos, vemos cómo la falta de formación en materia feminista por parte de las instituciones públicas encargadas de gestionar los planes o programas de igualdad destinadas a la inserción laboral femenina aragonesa en el mundo rural o para frenar la despoblación, tienen como resultado que las mujeres no superen los obstáculos impuestos desde los sistemas



de género patriarcales. Desde esta mirada, se hace necesaria la elaboración de un programa o proyecto feminista como mecanismo garante de la igualdad de género. Sumado a estas cuestiones, deberían incluir un diagnóstico con las necesidades del territorio vinculado a la nueva apertura de empresas femeninas basadas en la economía feminista de la ruptura y a generar empleo femenino dentro de esta corriente, además de añadir a las mujeres inmigrantes como sujetos de transformación social, sobre todo, en las comarcas con más déficit demográfico femenino.

A la hora de sondear las estrategias de las mujeres rurales para salir de la situación sexista en la que se encontraban, podemos afirmar que las mujeres emprendedoras han sembrado precedente a nivel laboral creando sus propios empleos, pero han conseguido muy poco en relación con la no discriminación por género en el mundo social y en el del empleo. También mediante las convocatorias de premios o jornadas se intenta estimular el efecto demostración de las empresas femeninas. Es decir, sirven de empujón para el reconocimiento público de las mujeres como gerentes de empresas, con ninguna consecuencia en la transformación de las estructuras socioeconómicas patriarcales y neoliberales-masculinizadoras. Asimismo, tal y como nos muestran las entrevistas, las mujeres aragonesas y las personas encargadas de promover las políticas de desarrollo rural, no conocen la economía feminista y sus posibles efectos en el ámbito estudiado.

Para finalizar, lo que ha pretendido este artículo, es apostar por un mundo rural en el que se mantengan vivos los pueblos, desde su propia identidad cultural, dando el valor que se merece a los ciudadanos, fortaleciendo la actividad agrícola y ganadera que tradicionalmente les ha sustentado en equilibrio con su entorno natural, la agroindustria, entre otras actividades. Desde esta mirada, la economía feminista de la ruptura es un terreno privilegiado para que ejercitemos estas prácticas y proporcionemos vivencias de igualdad y de autonomía para las mujeres.

9. Bibliografía

- BEECHERY, V. (1999): The sexual division of labour an the labour process: a critical assesmente of Braverman. En STEPHEN WOOD: *The degradatiion of work?, skill, deskilling and the labour process*. London, Hutchison.
- CARRASCO, C. (2001): La sostenibilidad de la vida humana: ¿un asunto de mujeres? *Mientras tanto*, nº 82, pp. 43-70.



- CARRASCO, C. (2003): ¿Conciliación? No, gracias. Hacia una nueva organización social. En *Malabaristas de la vida. Mujeres, tiempos y trabajos*. Barcelona, Icaria-Más Madera, pp. 49-50.
- FEDERICI, S. (2010): *Caliban y la bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación originaria*. Madrid, Traficantes de sueños.
- FRITZ, L. (1979): *Dreamers and Dealers*. Boston, Beacon Press.
- FRUTOS, L. M^a, CASTELLÓ, A. y HERNÁNDEZ NAVARRO, M^a L. (2009): El déficit de población femenina y su importancia en los problemas demográficos estructurales de los espacios rurales: El caso de Aragón. En LÓPEZ TRIGAL, L., ABELLÁN GARCÍA, A. y GORDEAU, D. (coord.), *Envejecimiento, despoblación y territorio*. Universidad de León, Área de publicaciones, pp. 163-174.
- GUPTA, V. & BHAWE, N. (2007): The influence of proactive personality and stereotype threat on women's entrepreneurial intentions. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, vol. 13, n° 4, pp. 73-85.
- MIES, M. (1998): ¿Investigación sobre las mujeres o investigación feminista? El debate en torno a la ciencia y la metodología feministas. En BARTA, E. (comp.): *Debates en torno a una metodología feminista*. México, PUEG-UAM, pp. 63-102.
- MIES, M. (2001): El trabajo de las mujeres, el pilar de la globalización. *Revista Ciudad de mujeres*. Colonia, pp. 33-45.
- PÉREZ OROZCO, A. (2005): Economía del género y economía feminista ¿conciliación o ruptura? *Revista venezolana de estudios de la mujer*, vol. 10, n° 24, pp. 43-63.
- PÉREZ OROZCO, A. (2006): Amenaza tormenta: la crisis de los cuidados y la reorganización del sistema económico. *Revista de economía crítica*, 5, pp. 7-37.
- PÉREZ OROZCO, A. (2012): Crisis multidimensional y sostenibilidad de la vida. *Investigaciones feministas*, vol. 2, pp. 29-53.
- SOLÉ, C. (1983): *La integración sociocultural de inmigrantes en Cataluña*. Anàlisi comparativa de dues enquestes 1978 i 1983. Barcelona, Institut d'Estudis Catalans.
- SOLÉ, C. (1994): *La mujer inmigrante*. Madrid, IMU.
- SOUZA, E. (1986): *División sexual del trabajo: el trabajo también tiene sexo. Mujer y trabajo en América Latina*. Montevideo, Ediciones de la Banda Oriental.
- SPELMAN, E. V. (1988): *Inessential woman: Problems of exclusion in feminist thought*. Boston, Beacon Press.
- SWAIN, M. B. (2005): Las dimensiones de género en la investigación sobre turismo. *Revista Política y Sociedad*, vol. 42, n° 1, pp. 25-37.
- SWAIN, M. (1995): Gender in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 22 (2), pp. 247-267.



TORMO, J. (2008): La aplicación del programa europeo de desarrollo rural LEADER + en España y la Comunidad Valenciana. Revista *Entorno Geográfico*, nº 6, pp. 123-148.

WOOD, W. y EAGLY, A. H. (2002): A cross-cultural analysis of the behavior of women and men: Implications for the origins of sex differences. *Psychological Bulletin*, vol. 128, pp. 699-727.

Anexo: ITEM entrevista

- Nombre, edad, estatus (casada, soltera...); número de hijos y edad de los mismos.
- Lugar de nacimiento y, en su caso, tiempo que lleva viviendo en ese pueblo.
- Estudios.
- ¿Qué dificultades a nivel social (laborales, de convivencia, de hacer vida social) crees que tienen las mujeres en tu comarca o en tu localidad?
- ¿Crees que los chicos jóvenes lo tienen más fácil para acceder al mercado laboral? ¿Crees que esta situación (más fácil acceso masculino al mercado laboral) ha dado lugar a que las chicas jóvenes emigren a las ciudades (a Huesca, Zaragoza u otras localidades) y cada vez sean menos en el medio rural?
- ¿Crees que en tu localidad hay muchas mujeres que no han trabajado nunca fuera del hogar o de la explotación familiar (como agricultoras o ganaderas)?
- ¿Has pensado alguna vez en marcharte de tu localidad a otra parte?
- Desde tu experiencia, ¿siguen siendo las mujeres en tu localidad las que se encargan de las tareas reproductivas aunque se dediquen a otra actividad? ¿Crees que el bagaje de trabajo doméstico y de educación de los hijos suponen habilidades o potencialidades que pueden ser realmente útiles y transferibles al mundo laboral?
- ¿Crees que existen diferencias entre las mujeres de las capitales provinciales y de las diferentes comarcas en lo que concierne a los roles y estereotipos de género?
- ¿A qué te dedicas?
- ¿Crees que hay emprendedoras en tu comarca? ¿Qué tipo de empresas o negocios crees que puede montar una mujer en tu localidad?
- ¿Crees que las mujeres tienen conocimiento y sensibilidad hacia las políticas de igualdad de género o a la teoría y práctica feminista a través de los diferentes grupos de acción local o mediante otras acciones de diferentes entidades tanto públicas, como privadas destinadas a las mismas?
- Para ti, ¿qué significa el feminismo?
- ¿Conoces la economía feminista?



“La Iniciativa y metodología LEADER en sus diferentes versiones, aunque no se concibió en sus inicios para favorecer a las mujeres del medio rural, a posteriori, se ha demostrado que ha tenido una gran incidencia cuantitativa, pero sobre todo cualitativa porque las ha hecho salir del letargo y lanzarse a gestionar proyectos de manera autónoma con una gran profesionalidad”.

Ana Castelló Puig

Profesora Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio
Universidad de Zaragoza

“En el medio rural aragonés en general y en el Pirineo oscense en particular, durante las dos últimas décadas, las actividades relacionadas con el turismo y con el comercio minorista, unidas a la agroalimentación y a la artesanía, presentan importantes sinergias mutuas en materia de desarrollo local al tiempo que sirven como instrumentos de valorización y diversificación económica del territorio en el que las mujeres tienen un claro protagonismo”.

María Inmaculada Hervás Moreno

Doctoranda Departamento Geografía y Ordenación del Territorio
Universidad de Zaragoza

MUJERES EMPRENDEDORAS CON LA METODOLOGÍA LEADER EN LAS ZONAS DE MONTAÑA DEL PIRINEO ARAGONÉS

María Inmaculada Hervás Moreno¹

Ana Castelló Puig²

Introducción

Han pasado ya 22 años desde que, en 1991, se pusiera en marcha en España la primera Iniciativa Comunitaria de desarrollo rural denominada LEADER, *Liaisons Entre Activités de Développement de l'Économie Rurale*, es decir, Relaciones Entre Actividades de Desarrollo de la Economía Rural. Y como se recoge en la que podemos considerar obra pionera³ de estudio de la metodología LEADER en toda su integridad, supuso, por primera vez, la aplicación de una forma de trabajo novedosa dirigida a revitalizar y valorizar el medio rural a partir de sus propios recursos y de sus propios habitantes; una metodología basada en la denominada trilogía LEADER: estrategia, territorio y partenariado. No en vano, no hay que olvidar que, con anterioridad a esta fecha, el desarrollo se había entendido y manifestado en una única dirección abocada a una merma continua y constante de los recursos naturales y en un contexto en el que el mundo rural estaba en retroceso con múltiples problemas de despoblamiento, envejecimiento, pérdida de rentas, masculinización del territorio, escasez de servicios públicos y malas

1. Doctoranda Departamento Geografía y Ordenación del Territorio, Universidad de Zaragoza.

2. Profesora Titular Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio, Universidad de Zaragoza.

3. MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO (2012): *LEADER en España (1991-2011). Una contribución activa al desarrollo rural*. Madrid.



comunicaciones, entre otros. A partir de los años noventa se trata de poner en marcha una nueva política que incida más en lo rural que en lo agrícola, en el territorio más que en la actividad (OECD, 1996) y en la que las personas, de forma individual o colectiva, adquieren un especial protagonismo como líderes y beneficiarios de los proyectos que revitalizaran el territorio.

En Aragón, desde los primeros tres Grupos de Desarrollo que pusieron en marcha la Iniciativa LEADER I (1991-1994), a los 20 Grupos de Acción Local (GAL) que han participado en el último LEADER (2007-2013), han transcurrido más de veinte años en los que la población en general y las mujeres en particular han liderado los proyectos que se han puesto en marcha en el medio rural aragonés. De éstas últimas, de las emprendedoras rurales LEADER en zonas de montaña del Pirineo aragonés versa el siguiente trabajo. Intentaremos visibilizar de manera cuantitativa la representación de las mujeres que se han incorporado a la actividad laboral, a partir de los datos recopilados por los GAL, incidiendo con mayor detalle en el último periodo de programación (2007-2013). El territorio considerado coincide con la Unidad Territorial Pirineo, delimitada por el Gobierno de Aragón para preparar los Programas de Desarrollo Rural⁴. Lo componen en total cuatro comarcas, Sobrarbe y La Ribagorza, en la parte oriental, y La Jacetania y Alto Gállego en la occidental. Las dos primeras están integradas en el Centro de Desarrollo Sobrarbe y Ribagorza (CEDESOR), creado en 1991 como Asociación sin ánimo de lucro, para la puesta en marcha de una de las tres primeras experiencias piloto de Aragón para la aplicación de LEADER I; las occidentales forman la Asociación para el Desarrollo Integral de la Cuna de Aragón (ADECUARA), que empezó a implementar la metodología LEADER en el periodo 2002-2006, con el Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de las Zonas Rurales (PRODER).

La importancia de analizar el papel de las mujeres como emprendedoras en estos territorios pirenaicos se debe principalmente a que consideramos que ellas siempre han sido un pilar fundamental en el entramado socioeconómico de la sociedad rural tradicional y en la montaña en particular; tanto en la gestión del

4. Las unidades territoriales se han delimitado por afinidad de la problemática que presentan y además coincidiendo con los límites de las comarcas establecidas en la Ley 8/1996, de Delimitación Comarcal de Aragón. Son las siguientes: Pirineo, Somontano del Pirineo, Depresión Central, Somontano Ibérico, Sistema Ibérico y Montaña de Teruel.



cuidado familiar y realización de todas las tareas del hogar; como de apoyo en las faenas agrícolas y ganaderas propias del territorio; han compatibilizado el cuidado de la casa y de la familia con las tareas no reconocidas en las explotaciones mixtas y, además, en estas zonas de montaña, la mujer ha sido una empresaria pionera y emprendedora autónoma, que ha aplicado los saberes tradicionales transmitidos de abuelas a madres y a hijas. El hospedaje en la propia vivienda familiar con diferentes modalidades a media pensión o completa lo han practicado una gran mayoría de mujeres de la montaña, para acoger a los primeros viajeros y turistas que llegaban al Pirineo y no encontraban infraestructuras preparadas para acogerlos, porque no se había planificado la existencia de otras actividades que no fueran las relacionadas con el sector primario.

Los contenidos que vamos a presentar a continuación pasan por realizar, en primer lugar, una descripción de la zona y de su capital humano, a continuación haremos un breve recorrido por las políticas de desarrollo en el medio rural en general y en la montaña en particular; con unas breves consideraciones sobre el papel del turismo en la montaña por la incidencia que ha tenido y tiene en la actividad laboral femenina; y finalmente, expondremos la huella que ha quedado en la montaña pirenaica del paso de la metodología LEADER.

El territorio y el capital humano

El área de estudio que vamos a considerar es el sector aragonés de la Cordillera Pirenaica. Se trata de una zona de montaña, con una superficie de 7.880 km² distribuida por 81 municipios. Aragón es una comunidad en la que imperan las montañas, que representan el 40% de la superficie con todo lo que ello implica para su desarrollo y modos de vivir. En el norte se encuentra la zona central de los Pirineos, en la que se elevan las principales cimas de toda la cordillera, con el pico Aneto (3.404 m.), el Posets (3.369 m.) y el Monte Perdido (3.355 m.), ubicados todos en la provincia de Huesca. Por el sur nos encontramos con el Sistema Ibérico, a caballo entre las provincias de Zaragoza, con su principal elevación en el Moncayo (2.315 m.) y el pico Peñarroya (2.028 m.), en la provincia de Teruel.

Como bien podemos imaginar, entre los 3.404 m. de altitud del pico Aneto y los 65 m. a los que llega el río Ebro en su límite más oriental, se desarrolla un activo y complejo relieve y también una gran diferencia en las características climatológicas de las tres provincias. Desde el punto de vista cuantitativo, las cifras



representativas de lo que supone la zona en el contexto aragonés nos indican que de entre toda la montaña aragonesa, la pirenaica supone el 38% de la superficie. No obstante, si lo relacionamos con la superficie de la Comunidad Autónoma la cifra se rebaja hasta el 16'5%.

Figura 1. Zonas de montaña en Aragón

	TOTAL (A)	ZONA DE MONTAÑA (B)	ZONA DE MONTAÑA PIRINEO (C)	B/A (%)	C/A (%)	C/B (%)
Nº de municipios	731	293	81	40'1	11'1	27'6
Superficie (km ²)	47.719	20.849	7880	44	16'5	38

Fuente: IAEST. Datos Básicos Aragón 2013. Elaboración propia.

Si tenemos en cuenta la representatividad de las poblaciones, los 81 municipios considerados, enmascaran una realidad más variada y problemática, ya que el número de asentamientos dependientes de los mismos, asciende a más de mil entre núcleos de población, entidades menores y en diseminado, sin contar los que han quedado abandonados a lo largo del siglo XX (*figura 1*). Entre todos los pueblos conforman el capital humano del territorio comarcal, que para vivir con las mismas condiciones de calidad de vida que cualquier ciudadano de otro lugar de la Comunidad Autónoma, necesitan tener infraestructuras accesibles a lo largo de todo el año, que les mitiguen la sensación de aislamiento y sobre todo contar con los servicios generales que sirven para cubrir las necesidades básicas de todos sin excepción. La posibilidad de poder vivir y trabajar en la montaña sin tener que emigrar es una aspiración que no se consigue en muchas ocasiones; esta situación la conocen muy bien los montañeses y sobre todo las mujeres que han sido las mayores protagonistas del éxodo rural a lo largo del siglo pasado. A este respecto, como señalan CAMARERO *et al.* (1991) hasta la última década del siglo XX, las mujeres fueron las que más habían emigrado de los territorios rurales buscando alternativas a un contexto en el que su trabajo quedaba invisibilizado y en el que su ámbito de decisión e influencia se circunscribía a la esfera de lo privado y lo doméstico, propiciando así una masculinización del territorio, en especial



en los municipios de menos de 2.000 habitantes, llegando a generar situaciones dramáticas. Esta situación es bien conocida en nuestra Comunidad Autónoma en la que el abandono generalizado de los núcleos de población ha sido la constante del siglo pasado. De ahí que, las actuaciones de desarrollo rural intenten frenar esta situación, planificando actuaciones que faciliten la accesibilidad al trabajo, la fijación de la población y la consecución de una vida digna para todos. Estamos ante una zona desfavorecida desde el punto de vista económico, con bajas densidades de población, una pirámide de edad envejecida y con pocas perspectivas de revitalización a corto y medio plazo. Los valores de la densidad de población que se detallan en la *figura 2* reflejan la situación de desierto demográfico en todos los casos ya que la cifra superior a 10 hb./km², en el caso del Alto Gállego y La Jacetania se debe a la influencia de sus respectivas capitales, Sabiñánigo, con 10.345 habitantes de un total de 14.820 en toda la comarca y Jaca con 13.299 de un total de 18.709; en ambos casos están distorsionando la verdadera realidad, similar a los demás territorios.

Figura 2. La dimensión territorial y demográfica

	Aragón	La Ribagorza	El Sobrarbe	Alto Gállego	La Jacetania	Total Pirineo
Nº Municipios	731	34	19	8	20	81
Sup. Km ²	47.719	2.459,80	2.202,70	1.359,80	1.857,90	7.880
Habitantes	1.347.150	13.395	7.790	14.820	18.709	54.714
Hb/Km ²	28	5	4	11	10	7

Fuente: Estadística Local, IAEST, Gobierno de Aragón. Datos a 1/01/2013. Elaboración propia.

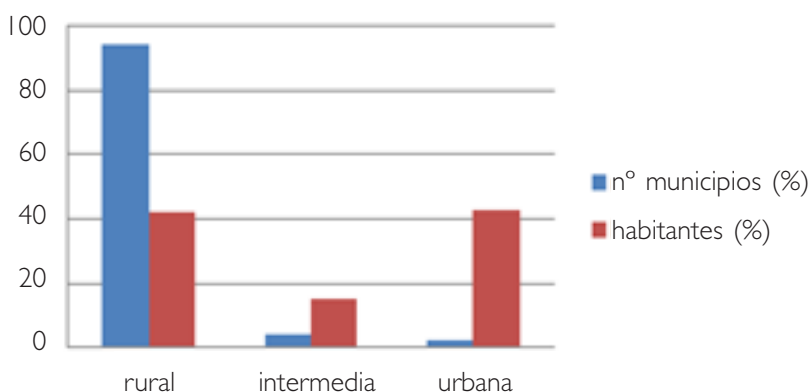
No obstante, hemos de reconocer que la situación ha mejorado en la última década ya que en todas las comarcas el incremento de efectivos demográficos ha sido progresivo, desde 1991 hasta 2011, con cifras entre el 8% y el 10% según los casos, aunque desde esa fecha hasta la actualidad, se ha registrado un ligero descenso en todas excepto en La Jacetania que incluso ha seguido creciendo.

La tradicional consideración global de zona marginal y periférica de la montaña, en relación con el resto del territorio, se reproduce igualmente a



escala comarcal, entre la mayor parte de los núcleos de población de menos de 500 habitantes (más del 80% del total) y las ciudades que actúan de cabecera comarcal y ostentan la capitalidad. El territorio considerado rural⁵ supone el 94% del total y en él vive el 42% de la población; en el otro extremo el 2% de zona urbana aglutina el 43% de los habitantes; el gráfico adjunto refleja la situación del deficiente y desigual reparto de la población con la concentración de la misma en las respectivas capitales comarcales. De ahí que, como veremos más adelante, las iniciativas de desarrollo se han intentado poner en marcha en las entidades menores, para contrarrestar la situación de marginación a la que habían estado sometidas y favorecer un cierto retorno del equilibrio territorial.

Figura 3. Concentración de la población



Fuente: Estadística Local 2013, IAEST. Elaboración propia.

A la situación de debilidad demográfica se une la caracterización física de zona de montaña, con unas connotaciones negativas derivadas de la dureza del clima y de la orografía. No obstante, en estos momentos, esa configuración tiene como contrapartida la consideración de un territorio de gran riqueza paisajística en torno a las montañas, de gran diversidad natural donde localizar glaciares, densos bosques y numerosos lagos o ibones, que ante las dificultades y limitaciones que puedan

5. Consideramos la clasificación del INE, rural hasta 2.000 habitantes, intermedia hasta 10.000 y urbana más de 10.000.



plantear en relación con las actividades humanas, hay que intentar acertar en la gestión de las mismas. En este sentido, el siglo XXI ha traído renovados modelos, que han aportado esperanza a la gente de la montaña. El nuevo paradigma dominado por el conocimiento, la comunicación y la sociedad de la información favorece la manera de actuar; que los montañeses han aprendido y practicado acertadamente con la metodología LEADER. La puesta en marcha de estrategias locales no depende tanto del exterior como de las ventajas competitivas de cada zona singular, derivadas de la generación de su capital territorial y del acierto que tengan los propios habitantes de la montaña, a la hora de realizar la imprescindible planificación estratégica, que les guíe para anticipar las respuestas a los problemas que se generen. Los vientos suenan a favor en el contexto global y surgen oportunidades de éxito para las zonas rurales porque tienen una serie de valores, a los que aspira la sociedad, y que los puede aportar de manera gratuita, sin recibir nada a cambio. Como se cita en el documento elaborado por el MARM⁶ “cuestiones como las relaciones primarias de cercanía, la producción sostenible, la seguridad alimentaria, el desarrollo de una vida más activa o la valorización y sostenibilidad del patrimonio tangible e intangible forman parte de ese cambio necesario. Lo que el medio rural aporta es precisamente su capacidad de resiliencia ante contextos de continuo cambio e incertidumbre y en este camino la innovación aplicada a los saberes tradicionales resulta una oportunidad”.

Precisamente estas zonas han sabido sacar rentabilidad a estos valores y los han revalorizado a través de las medidas puestas en práctica en las sucesivas ediciones de la implementación de la metodología LEADER. La diversificación de las actividades del sector primario y la puesta en valor de los recursos naturales y patrimoniales con el turismo, han generado nichos de trabajo novedosos, los llamados empleos verdes, derivados de la revalorización de la biodiversidad, aportando valor económico a la montaña y beneficio para el conjunto de la sociedad que disfruta de sus valores. Gracias a la nueva orientación de las políticas de desarrollo del medio rural, y en especial de las zonas de montaña, estas riquezas naturales y patrimoniales se han convertido en el principal atractivo para impulsar una nueva economía principalmente orientada hacia la realización de actividades de ocio.

6. MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO (2012): *LEADER en España (1991-2011). Una contribución activa al desarrollo rural*. Madrid.



Con estos mimbres se han ido construyendo los diferentes territorios que, en el caso que nos ocupa de la zona de montaña septentrional aragonesa, han sido de una gran diversidad de acuerdo con sus recursos endógenos, materiales e inmateriales, que han gestado una manera de ser y de vivir propia. Las características de zona de montaña, con un medio de vida agrícola, forestal y ganadero de manera preferente, se ha ido desdibujando poco a poco conforme han ido entrando las influencias externas portadoras de nuevas maneras de hacer y de pensar. La posición de frontera no ha resultado ser nunca un obstáculo, sino más bien un modo de vida en permanente contacto y cooperación con los vecinos, que ha favorecido la predisposición de la gente de la montaña a ser más permeables y receptivos a la introducción de nuevos proyectos y a innovar con nuevas políticas de desarrollo, en las que el capital social y humano han sido los auténticos protagonistas.

Políticas de desarrollo rural

Desde finales del siglo XX hasta nuestros días, el medio rural europeo en general y el español en particular, han dado paso a una necesaria y amplia diversificación de actividades adaptadas a las nuevas funciones que se demandan a estos territorios. Para algunos autores, el paso de una sociedad agraria (basada en la producción agropecuaria) a una economía industrial supuso para las zonas de montaña una “deslocalización” de la población y de sus actividades tradicionales (GONZÁLEZ y CAMARERO, 1999). Sin embargo, otros como ORTEGA (2004), definen la economía de montaña de buena parte del siglo XX como una economía no agraria. “La montaña rural no es un espacio agrario. Las áreas rurales de montaña fueron, han sido y siguen siendo, en muchos casos, un espacio complejo en el que usos de carácter industrial han tenido y tienen una presencia constante: desde las manifestaciones más antiguas relacionadas con el uso del agua o de la madera, en forma de molinos, serrerías, ferrerías, martinets, entre otras, a las más modernas relacionadas con la manipulación del cuero, pasando por las instalaciones productoras de energía eléctrica, hasta las actividades mineras que, por diversas circunstancias, han tenido una notable vinculación con los espacios de montaña en toda Europa. Así pues, las industrias en las áreas de montaña no han sido ni un fenómeno episódico ni aislado, sino más bien una constante histórica” (ORTEGA, 2004: 12). En el caso de Aragón, a unos y a otros les asiste la razón y nos encontramos con un territorio que ha sabido ser aprovechado —explotado— al máximo tanto por las grandes compañías



foráneas como por los propios habitantes del medio, complementando así las economías familiares. Sin embargo, con el paso del tiempo, ni unas ni otras actividades fueron lo suficientemente rentables ni atractivas para evitar la emigración masiva de estas zonas, vaciando los pueblos –especialmente de gente joven y sobre todo de mujeres– que veían en la ciudad inmensas posibilidades para labrarse un futuro.

En este nuevo escenario, el medio rural tiene que reinventarse constantemente en una lucha permanente entre la supervivencia, el respeto al medio ambiente y la puesta en marcha de nuevas actividades que consigan atraer a la población, tanto de forma fija como temporal –en un claro intento de frenar la despoblación–, con actividades relacionadas con el ocio principalmente, pero no exclusivamente. Para conseguir estos objetivos, en la década de los años 80 diversos organismos nacionales e internacionales empezaron a diseñar políticas territoriales y globales.

Según señalan CAMARERO y GONZÁLEZ (2008), las distintas crisis de la década de los años setenta –energética primero e industrial después–, comienzan a evidenciar durante la década de los ochenta la dimensión global en la que se insertan las relaciones económicas. Evidentemente las áreas rurales no son inmunes a este proceso de globalización. En este contexto, la “política rural”, como intención que trasciende a la política meramente agraria, alcanzará carta de naturaleza en la Unión Europea a través de la Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo denominada *“El futuro del mundo rural”* (1988), Comunicación que se produce dos años después de la entrada de España en la Unión Europea (1986). Dicho documento presentará un análisis sobre el proceso de “reestructuración agraria” y distintas estrategias tendentes a la diversificación económica de las economías rurales, suponiendo así el punto de inflexión de las nuevas miradas hacia el medio rural. Por ello, “el análisis de las políticas públicas aplicadas al medio rural pasa irremediamente por las acciones emprendidas a partir de la entrada de España en la UE en 1986 y por el análisis de los programas europeos de desarrollo rural” (CÁNOVES *et al.*, 2006: 201). Este documento inicial, “de claro contenido político” (CAMARERO y GONZÁLEZ, 2008: 456), servirá para justificar cambios en la PAC así como la reforma de los Fondos Estructurales, reforma que propiciará la consolidación de la Iniciativa Comunitaria LEADER en 1991; y, en él se destacaban tres grandes problemas de las áreas rurales europeas: la presión del mundo urbano, el declive rural y la existencia de zonas marginales.



Es dentro de este contexto cuando empiezan a elaborarse las políticas de desarrollo rural cuyo origen e intención es una reconversión importante del sector agrario⁷; así, las medidas que se plantean bajo la denominación de mejoras estructurales tienden al establecimiento de un modelo industrial de agricultura (CAMARERO y GONZÁLEZ, 2008). Sin embargo, coincidimos con CÀNOVES *et al.* (2006) al afirmar que parece difícil hablar de políticas públicas *stricto sensu* en el medio rural español ya que han sido escasas, discontinuas y desiguales (ALBERDI, 2004; GONZÁLEZ CABRERA, 2004; LAGUNA, 2007). Es interesante cuestionarse el porqué de la ausencia de políticas públicas en el medio rural (REGIDOR, 2000), cuando sí se han dado políticas en los espacios urbanos e industriales (CARAVACA y MÉNDEZ, 1995; MÉNDEZ y CARAVACA, 1996). "Tal vez esto sea un indicador del olvido en el que se han tenido los espacios rurales hasta etapas muy recientes" (CÀNOVES, 2006).

Pensamos que las únicas políticas públicas que han existido hasta la fecha, diseñadas de manera premeditada para el medio rural, y para las mujeres en particular, han venido de la mano de las Iniciativas Comunitarias y de, entre ellas, la principal ha sido LEADER en sus diferentes versiones. Aunque no se concibió en sus inicios para favorecer a las mujeres del medio rural, a posteriori se ha demostrado que ha tenido una gran incidencia cuantitativa, pero sobre todo cualitativa porque las ha hecho salir del letargo y lanzarse a gestionar proyectos de manera autónoma con una gran profesionalidad.

Políticas de montaña antes de la Iniciativa Comunitaria LEADER

Antes de la puesta en marcha del primer programa LEADER I en Aragón, en las zonas de montaña ya se estaban ejecutando algunos programas europeos de desarrollo regional como los Programas de Promoción y Ordenación de los Recursos Agrarios de Montaña (PROPRON) o los Programas Operativos Integrados (POI), entre otros. Las áreas de montaña, con una importante base territorial y social en España en general y en Aragón en particular, son zonas

7. Según CAMARERO y GONZÁLEZ (2008: 456), la clave reside en la Ronda de Uruguay del GATT que comienza en 1986 donde se acusa a Europa de producir mucho y de restar competitividad a las exportaciones alimentarias estadounidenses al tener una agricultura fuertemente subvencionada. Como señalan ETXEZARRETA y VILADOMIÚ (1997), es la primera vez que el GATT se ocupa de los temas agrarios. La Ronda de Uruguay duró siete años. Fueron precisamente las desavenencias entre Europa y Estados Unidos en materia de mercados agrarios quienes bloquearon un acuerdo que no llegó hasta 1994.



que contienen una gran diversidad paisajística, ecológica, medioambiental y social. En este sentido se muestran como auténticos puntos de conexión entre las políticas de desarrollo rural, la gestión de los recursos naturales y la actividad de unas poblaciones que se debaten entre el crecimiento económico, la mejora de la calidad de vida y la conservación de aquellos ecosistemas que confieren al territorio su originalidad y sus posibilidades de futuro, (ORTUÑO y ZAMORA, 2001). Es más, "la montaña es un espacio construido socialmente, en el que determinadas colectividades o comunidades desarrollan formas específicas de explotación de la naturaleza orientadas a asegurar la reproducción social de las mismas, de acuerdo con el contexto histórico, técnico, económico y social, en que se desenvuelven" (ORTEGA, 2004).

Siguiendo a los mencionados autores, cabe señalar que el interés por las zonas de montaña y su conservación se pone de manifiesto a nivel europeo en el año 1975 con la Directriz 268/75/CEE, *sobre agricultura de montaña y zonas desfavorecidas*, actualizada con el Reglamento CEE 979/85 de *mejora de la eficacia de las estructuras agrarias*. En ambos documentos se establece un régimen especial de ayudas, con el objetivo de "asegurar la continuidad de la actividad agrícola y con ello el mantenimiento de un nivel mínimo de población, o la conservación del espacio natural en determinadas áreas desfavorecidas".

Desde 1982, tanto en España como en la mayoría de los países europeos, las Zonas definidas de Agricultura de Montaña (ZAM), reciben un tratamiento especial recogido en la Ley 25/1982, de *agricultura de montaña*, que se convierte en la primera disposición legal que aborda el problema desde una perspectiva integral, y que articula una acción común de todas las administraciones implicadas junto a la población de las áreas afectadas. Según esta Ley, se consideran municipios de montaña aquéllos que se encuentran en cualquiera de los siguientes casos: que estén situados, al menos en un 80% de su superficie, en cotas superiores a los 1.000 m. de altitud; que tengan una pendiente media superior al 20%; y que tengan vocación predominantemente agraria y concurren en ellos simultáneamente circunstancias de altitud y pendiente que, aun sin alcanzar los valores anteriores, den lugar a circunstancias limitativas para las producciones agrarias.

Teniendo en cuenta estos parámetros, la superficie de las zonas desfavorecidas y de agricultura de montaña en la Comunidad Autónoma de Aragón tiene un gran desarrollo porque, en general, coincide con espacios de clara vocación



agraria, especialmente ganadera, pero con aprovechamientos inferiores a los de otras comunidades autónomas, debido a las limitaciones del medio físico. Según PÉREZ y ALBISU (1989) “hasta épocas recientes no se ha aplicado en Aragón una política específica para las áreas desfavorecidas y de montaña. Al igual que el resto de España, el impulso actual se ha debido a nuestra incorporación en la CEE y a la consiguiente puesta en marcha de las políticas comunitarias en nuestro país”. Los datos del siguiente cuadro, extraído del Programa de la Iniciativa Comunitaria LEADER Plus 2000-2006, en Aragón resumen muy bien la consideración de zona desfavorecida y de montaña en la Comunidad Autónoma.

Figura 4. Número de municipios considerados desfavorecidos

	ZONA LEADER	HUESCA	TERUEL	ZARAGOZA	ARAGÓN
MONTAÑA	293	90	178	25	293
DESPOBLAMIENTO	237	23	58	156	237
LIMITACIONES ESPECÍFICAS	24	10	0	14	24
TOTAL	554	123	236	195	554

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

En Aragón se puso en marcha un PROPROM, en la zona de la Alta Ribagorza (Huesca), en el período 1988-1991, comprendiendo doce municipios con una población de 3.364 habitantes; se consideró necesario incidir en esta comarca porque sus características socioestructurales siempre han estado caracterizadas por un bajo porcentaje de población activa, alto grado de envejecimiento de la población, baja densidad demográfica, dispersión de la población, elevada participación del sector agrario en el empleo, alto grado de erosión y la clara vocación ganadera (PÉREZ y ALBISU, 1989).

En cuanto a los Programas Operativos Integrados, POI, se elaboró uno específico para Teruel justificado por la propia situación socioeconómica de la provincia, en algunos aspectos muy similar a la de la Alta Ribagorza, es decir, baja densidad de población (10 hb./km² en 1986), el 62% del territorio tiene una altitud superior a los 1.000 metros, clima extremo, escasez de lluvias, pérdida y envejecimiento continuo de la población, con una actividad económica más orientada a la minería y la agricultura. Ya empezaba a esbozarse la importancia de la implicación activa de la población en el desarrollo de las iniciativas locales y territoriales.



Políticas de inserción laboral femenina

La realidad laboral de la población femenina viene marcada por una doble determinación relacionada con su condición de mujer y de habitante del medio rural. De ahí que, como señalan AGUILAR *et al.* (2009), sea fácil entender que estemos ante uno de los colectivos de atención preferente de las Políticas de Desarrollo Rural nacionales y europeas, a partir del diseño de programas que integran, de forma transversal, la perspectiva de género y, de una compleja red institucional y de recursos orientados específicamente a la formación e inserción laboral de las mujeres rurales. Y, “es en esta aspiración por el bienestar social donde se inscribe la preocupación de la Comunidad Europea por la igualdad entre los géneros” (CRUCES *et al.*, 2006: 240), iniciada en el Tratado de Roma de 1957 con la equiparación salarial, reafirmada en el Tratado de Ámsterdam de 1997 con la igualdad de oportunidades y plasmada en posteriores actuaciones para la reversión de las construcciones sociales de género discriminatorias para las mujeres. Además, a este respecto, el Reglamento del Consejo de Europa n° 1.698/2005 de 20 de septiembre sobre Ayudas al Desarrollo Rural, que está vigente entre 2007-2013, propone en su artículo 8 que: “los Estados miembros y la Comisión fomentarán la igualdad entre hombres y mujeres y velarán porque durante las distintas fases de ejecución del programa se evite toda forma de discriminación por razones de sexo, raza u origen étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual”.

Así pues, la introducción del principio de igualdad de oportunidades en todas las políticas y acciones, así como la promoción de la transversalidad de género, han sido algunos de los objetivos fundamentales de la política europea, a través de iniciativas como la Estrategia Marco Comunitaria sobre la Igualdad entre Hombres y Mujeres y el Quinto Programa de Acción Comunitario para la Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres (2001-2005).

En el ámbito del desarrollo rural, el tratamiento de género se incorporó tanto en el Reglamento (CE) n° 1.257/1999 del Consejo, de 21 de junio de 1999, sobre ayuda al desarrollo rural, en el que se promovía tanto “la eliminación de las desigualdades entre hombres y mujeres y el fomento de iguales oportunidades para ambos mediante el apoyo a proyectos cuya iniciativa y ejecución corra a cargo de mujeres”, como en las distintas Iniciativas comunitarias dirigidas a la resolución de problemas concretos relacionados, entre otros, con el desarrollo rural y, en especial, a la problemática de la mujer.



Por su parte, en España existen una serie de instrumentos destinados a la mejora de la calidad de vida de la mujer en el medio rural entre los que podemos citar:

- Medidas de Desarrollo Rural en el Reglamento 1.698/2005 del FEADER. En el Marco Nacional de Desarrollo Rural 2007-2013 de España se incluye una especial consideración a las mujeres en determinadas medidas horizontales (instalación de agricultores jóvenes, aumento del valor añadido de los productos agrícolas y forestales, así como en la formación de las Juntas Directivas de los Grupos de Acción Local, en el ámbito del LEADER).
- La Ley Orgánica 3/2007 para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres. Esta Ley recoge en su artículo 30 una serie de medidas para conseguir dicha igualdad (reconocimiento de titularidad compartida de las explotaciones, mejora de los servicios sociales, acceso a las tecnologías de la información, etc.).
- La Ley de Desarrollo Sostenible del Medio Rural (LDSMR), Ley 45/2007 de 13 de diciembre que nace en España ante la necesidad de organizar las acciones de desarrollo rural con un enfoque territorial integrado. Además, incorpora la atención social prioritaria a diversos grupos de población, haciendo especial referencia a la presencia de las mujeres, incentivando medidas de apoyo al empleo y mejora de su calidad de vida en las zonas rurales.
- La Ley 35/2011 sobre Titularidad Compartida de las Explotaciones Agrarias⁸, cuyos principales objetivos son: profesionalizar la actividad agraria de las mujeres –visibilizar el trabajo de las mujeres en las explotaciones agrarias–; fomentar la igualdad y mejorar la calidad de vida en el medio rural; y ayudar al asentamiento de la población rural.

Además de estas acciones directas, han existido también programas específicos, que han favorecido la incorporación de la mujer al trabajo, a través del fomento de la actividad turística, gracias a la intervención de programas nacionales regionales o provinciales, previos a la generación de las Iniciativas Comunitarias.

8. POR QUÉ LA TITULARIDAD COMPARTIDA. En las unidades familiares, la adscripción a la figura de titular por un único miembro produce de facto una desigualdad cuando la actividad se realiza en pareja, ya que de cara a la sociedad únicamente uno de ellos es el responsable y representante legal de la actividad. Generalmente, el titular es el hombre mientras que la mujer pasa a denominarse “ayuda familiar” –el 71,19% de los titulares de explotación agraria son hombres, frente al 28,81% que representan las mujeres– Por lo tanto, la figura de la titularidad única dificulta la plena igualdad entre hombres y mujeres en el ámbito agrario y en el ámbito rural. En la página del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (www.magrama.gob.es). Consulta 19 de agosto de 2014.



Las anteriores Mancomunidades de Sobrarbe, Ribagorza Oriental y Alto Ésera fueron en la década de los 80, pioneras en la aplicación de estas acciones en el ámbito del turismo, a través del Programa de Turismo Verde, auspiciado por la Diputación Provincial de Huesca; es precisamente esta experiencia previa en la gestión turística lo que sirvió para valorar de manera positiva la candidatura del territorio Sobrarbe-Ribagorza para optar a ser zona piloto en la primera edición de LEADER. De hecho la actividad turística y, unido a ella, la elaboración de productos agroalimentarios y las artesanías, han proporcionado siempre ingresos complementarios a las explotaciones agrarias en el medio rural, mucho antes de que se propiciaran los movimientos de colectivos que abogan por una alimentación sana, ecológica, natural, etcétera. Y en esta actividad han sido las mujeres las que han llevado la iniciativa, aunque no se haya podido contabilizar porque, o bien se trataba de una actividad no declarada y entraba dentro de lo que podemos considerar economía sumergida o, si estaba registrada y con licencia para actuar, la titularidad del negocio la tenía el marido.

A este respecto, las primeras actuaciones dirigidas al fomento del turismo rural en España se asocian al programa de Casas de Labranza patrocinado por el Servicio de Extensión Agraria y la Subsecretaría de Turismo que, iniciado en 1967, mantuvo una vigencia cercana a dos décadas. Asimismo, otras iniciativas de carácter más puntual, en las que ya se contempla el papel del turismo rural en el desarrollo local con una visión integrada, se llevan a cabo durante la primera mitad de los años ochenta en las Comunidades de Aragón, Extremadura, Asturias y Valencia.

En la zona del Pirineo aragonés, como hemos indicado en líneas anteriores, la experiencia más o menos planificada y subvencionada empieza en el año 1989 con los Planes de Turismo Verde de la Diputación Provincial de Huesca, que tuvieron varias ediciones hasta 1996, que ya enlazan con los Planes Nacionales de Dinamización Turística, los Planes de Dinamización y de Excelencia en el Valle de Tena (1997), en Benasque (1996), Valle del Aragón (2000), Plan de Dinamización Turística de Sobrarbe (2002), Plan de Competitividad de producto Turístico en Ribagorza (2009), Plan Integral de Calidad del Turismo español (PICTE, 2000-2006)⁹, y las Agendas 21 Locales de Sobrarbe (2004), Jaca (2006) y Sabiñánigo (2006). No es de extrañar pues que en los proyectos LEADER, las actuaciones

9. Plan Integral de Calidad del Turismo Español, PICTE (2000-2006). Adoptado por las Administraciones Públicas tanto a nivel nacional como regional y local. El PICTE convierte a la calidad en el principal factor de competitividad de la actividad turística y la cooperación como forma de funcionamiento.



relativas al Turismo Rural hayan tenido una mayor difusión (tanto en restauración de edificios para su adecuación como viviendas de turismo rural como a la ampliación de la oferta de ocio), seguida de las acciones encaminadas a la creación de Pymes y servicios locales y, por último, la valorización y comercialización de los productos agrarios (LAGUNA, 2007: 92). El predominio de las medidas de Turismo Rural en los programas LEADER sobre el resto de medidas es un hecho constatado en el conjunto de Aragón (CLIMENT *et al.*, 2000) y, en el conjunto de España (FERNÁNDEZ, 1996; LEGORREA, 1996; COLLANTES, 2004; MOLINERO, 2004; CÀNOVES *et al.*, 2006). Es evidente que el turismo rural se entendió como la panacea que iba a desarrollar las zonas rurales deprimidas, generando otras actividades paralelas (CÀNOVES *et al.*, 2003; CÀNOVES y GARCÍA RAMÓN, 1995).

Para YAGÜE (1998: 7), y a modo de resumen, “esta primera Iniciativa Comunitaria permitió experimentar sistemas de desarrollo rural autóctonos y locales, y con frecuencia innovadores. La experiencia adquirida confirma la pertinencia de este enfoque, que permite a los agentes y a los territorios rurales aprovechar su potencial dentro del contexto de una política global de dinamización del desarrollo rural”.

La huella de la Iniciativa LEADER (1991-2013)

Como ya hemos comentado anteriormente, la Comunidad Autónoma de Aragón aprovechó la iniciativa LEADER desde el principio y decidió aplicarla en tres territorios bastante extensos de la región dado su carácter experimental y piloto, constituyéndose para ello los Grupos de Acción Local de Jiloca-Gallocanta (actuales comarcas de Jiloca y Campo de Daroca) en la provincia de Zaragoza, Maestrazgo en la provincia de Teruel y, Sobrarbe-Ribagorza en la provincia de Huesca, que era la comarca con menor densidad de población de toda España, 3’6 hb/km², frente a una media nacional de los territorios LEADER de 22’6 hb/km². Entre las tres sumaban el 17% de la superficie regional y el 18% de sus municipios (CHUECA y FRUTOS, 2000; RUBIO TERRADO, 1997).

En la primera edición de LEADER, en Aragón, se realizó un trabajo muy activo en la formación del personal técnico y en la difusión del programa, para familiarizar a la población con el nuevo lenguaje y la novedosa metodología de trabajo; en las tres zonas de aplicación de Aragón se inició una andadura muy fructífera de colaboración entre los Grupos de Acción Local recién creados y la Administración, principalmente con la Consejería de Agricultura del Gobierno de Aragón,



colaborando estrechamente para que la relación entre las acciones LEADER y las destinadas al sector primario fuera complementaria y redundara en beneficio de todo el territorio rural. Se trataba de hacer compatibles los proyectos innovadores, participativos, emprendidos por los habitantes de la zona, con la aplicación de la metodología LEADER, con los derivados de acciones tuteladas por la Administración pública, e incluso diseñados por la misma, enfocados a la realización de equipamientos e infraestructuras rurales y acciones destinadas a las estructuras agrarias en general. Los principales proyectos implementados con LEADER tuvieron como objetivo la diversificación económica, especialmente en acciones relacionadas con el turismo rural, como sucedió en la mayor parte de España, que se convirtió en un programa de fomento del turismo, principalmente en sus inicios, aún sin estar diseñado para ello y que posteriormente se contemplaría también en el PRODER (CANDELA *et al.*, 1995; CÁNOVES *et al.*, 2006).

En España se ejecutaron 54 programas comarcales, se pusieron en marcha 5.495 proyectos y se crearon y consolidaron 7.509 puestos de trabajo; de estos proyectos, los más numerosos, el 43% fueron de turismo rural, lo que supuso una inversión del 52'5% del total en viviendas, alojamientos colectivos (albergues, campings...) e infraestructuras para acampada en el medio natural y, en segundo lugar, los proyectos de creación de pequeñas y medianas empresas de artesanía y servicios locales con un total de 1.124 proyectos.

En conjunto, en todo el programa se superaron en un 45% las previsiones de inversión. Los objetivos subyacentes en la Iniciativa para movilizar el capital privado se consiguieron de manera efectiva ya que en Aragón, junto con Andalucía y Cantabria, el nivel de inversión comprometida por parte de los promotores privados superó la media nacional elevándose a cerca del 60%, completando así las aportaciones de la Unión Europea (26%) y el 20'5% de las Administraciones públicas estatal, autonómica y local (ACTUALIDAD LEADER, 1998). En el caso de Sobrarbe-Ribagorza se solicitaron más de 300 proyectos y finalmente se pusieron en marcha 89; de éstos, el 70'8% estuvieron relacionados con el turismo rural, la mayoría (65%) en la restauración de edificios privados y públicos, seguidos a gran distancia por la recuperación de patrimonio inmaterial, actividades deportivas y comercialización. Al turismo le sigue en importancia con un 24'7% de los proyectos, la actuación en PYMES, casi al 50% entre las agroalimentarias (cárnicas, lácteos, otras) y las no agroalimentarias y finalmente, el 4'5% de los proyectos iban destinados a la valorización y comercialización a partes iguales entre los proyectos agroalimentarios y los dedicados a otras industrias. El mayor impacto



económico correspondió al turismo en términos de ingresos y de cambio de imagen de la comarca (MARTÍNEZ, 2003). En la zona de montaña ha resultado una iniciativa innovadora para el medio rural, que ha irrumpido con fuerza frente al turismo costero de playa. No obstante, esta especialización empresarial es considerada muy negativa por algunos investigadores que señalan que supuso un freno para la propia diversificación ya que limitó las posibilidades de creación de empresas en otros sectores (GARCÍA, J. L. y otros, 2005 citando a GIL, 2002). En el caso de Aragón y más concretamente en la zona de la montaña, el resultado se considera satisfactorio porque dadas las características de este territorio con una presencia inigualable de patrimonio natural y cultural, un sector primario muy atomizado y déficit en el volumen de población en edad activa, la iniciativa del turismo rural ha resultado muy coherente y ha facilitado la incorporación de las mujeres que, de otra forma les hubiera resultado muy complicado acceder a otro tipo de empleo relacionado con otros sectores de actividad, dada la escasez de posibilidades; así se ha favorecido el sector terciario y también el secundario con la transformación de industrias derivadas del primario, también en manos de las mujeres, en la vertiente más artesanal.

En Aragón, esta fase tuvo tal vez más repercusión desde una perspectiva cualitativa que cuantitativa, por el efecto demostración que supuso la manera de gestionar los proyectos en el medio rural, la participación democrática, la decisión compartida, en definitiva todo lo que suponía cumplir estrictamente con lo que la metodología exigía. Para FRUTOS y CASTELLÓ (2009) con el tiempo, esta iniciativa LEADER se ha ido convirtiendo en uno de los ejes fundamentales del desarrollo rural, no tanto por la cuantía de las inversiones realizadas en el territorio, como por el método de trabajo experimentado, basado en la participación de la población y en su enfoque integrado. Además, estas prácticas de desarrollo local tienen en cuenta, a la vez, criterios económicos, socio-culturales, político-administrativos y ambientales, propiciando un desarrollo sostenible y con capacidad para integrarse en la economía regional, nacional e internacional, a través de las redes de cooperación (CASTELLÓ y HERNÁNDEZ, 2008).

Efectivamente, diversos análisis han constatado la existencia de un valor añadido de LEADER que reside en lo que se ha venido llamando el método LEADER. En él, uno de los aspectos especialmente originales y que en países como España supuso una innovación auténtica y revolucionaria, fue la creación de partenariados como estructuras de gobierno local en los que se analizaban



las aspiraciones y los proyectos surgidos en el núcleo rural. Cabe recordar que este método se caracteriza por siete aspectos esenciales o especificidades: el enfoque territorial, el enfoque ascendente, la creación de un partenariado, el carácter innovador de sus acciones, el enfoque integrado (multisectorial), la introducción en red y cooperación, y la gestión y financiación de proximidad (AEIDL, 1999).

En el periodo de programación de LEADER II (1995-1999), a los tres Grupos de Acción Local creados en LEADER I, se sumaron varios hasta llegar a 13 en toda la Comunidad Autónoma, que gestionaron proyectos en el 62% de los municipios aragoneses e involucraron el 20% de la población en el 53% de la superficie territorial (ACTUALIDAD LEADER, 1998). Entre las medidas B: Innovación rural y C: Cooperación transnacional se gestionaron 3.428 proyectos. El número de proyectos en los que participaron las mujeres, bien a través de asociaciones, personas físicas, instituciones religiosas, fue de 286 (8'34% del total) y una inversión media del 7'27% del total. Los liderados por persona física, fueron 835 de los que el 32'34% eran mujeres con una inversión media del 30'03% respecto al de inversión realizada por las personas físicas.

En la zona de montaña aragonesa solamente se implementó LEADER II en las comarcas de Sobrarbe y La Ribagorza¹⁰, continuación del programa piloto de 1991 y fue planificado y gestionado por CEDESOR entre los años 1995 y 2002. El programa se realizó previa elaboración de una Planificación Estratégica, concibiendo LEADER como una herramienta esencial para dinamizar el territorio. Los objetivos se centraron en la diversificación de las actividades, las actuaciones en el patrimonio natural y cultural y, en una fuerte apuesta por la formación de la población, atendiendo a dos segmentos principales: los pequeños empresarios y el personal técnico de apoyo a la gestión en ambas comarcas. Se gestionaron más de 200 expedientes y del total de ellos, solicitados por personas físicas, en 34 casos las promotoras fueron mujeres, con una inversión del 28'1% del total; se crearon 85 nuevas empresas y más de 400 puestos de trabajo, de los que 224 fueron a jornada completa (35% mujeres) y 199 parciales (61'8% mujeres) (MARTÍNEZ, P., 2003); se aprecia

10. Las comarcas de Jacetania y Alto Gállego, en la parte occidental no pudieron acceder a los programas LEADER por no cumplir los requisitos de elegibilidad, al igual que otras zonas de Aragón, y se incorporan a los programas de desarrollo rural en la fase siguiente con un Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de las Zonas Rurales (PRODER).



perfectamente el sesgo que sigue existiendo en la contratación laboral y el peso de los contratos temporales en el caso de las mujeres. La inversión mayoritaria siguió siendo para el turismo, seguida de las PYMES, la valorización de productos agrarios y el medio ambiente que en la primera fase no se había considerado.

En las comarcas occidentales, La Jacetania y Alto Gállego se puso en marcha el Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de las Zonas Rurales (PRODER), que se empezó a implantar en Aragón a partir del año 2000, en las comarcas que no se habían beneficiado del LEADER. Se utilizó la metodología LEADER, pero, como telón de fondo de todas las estrategias, se tuvieron en cuenta como objetivos fundamentales, la movilización del sector privado, excluyendo en los primeros años a las entidades públicas, que participaron en el último año de programación, favorecer a las entidades pequeñas, con mayor dependencia del sector primario, por lo que en los primeros años, también se excluyeron las cabeceras comarcales de la percepción de ayudas para el turismo rural y, como eje transversal de todas las estrategias, se plantearon acciones encaminadas a la consecución del desarrollo sostenible.

Al igual que sucede en Sobrarbe y Ribagorza, la riqueza de recursos endógenos tangibles e intangibles, relacionados con el patrimonio natural y cultural, ha focalizado la mayor parte de las actuaciones con medidas encaminadas a la recuperación y revalorización de esta riqueza, principalmente a través de iniciativas turísticas. Se pusieron en marcha 233 proyectos, cuyos promotores beneficiarios fueron el 15% mujeres, el 14% hombres, el 21% asociaciones, el 21% sociedades civiles o mercantiles, el 1% cooperativas y el 28% entidades públicas. Del total de los mismos, el 54% eran productivos y de éstos, casi el 71% se instalaron en núcleos de población menores de 500 habitantes (41'5% en menores de 100 habitantes y 29'3% en núcleos de entre 100 y 500 habitantes). Por medidas, el 29% se implementaron en la diversificación de actividades en el ámbito agrario y afines, seguido del turismo con un 24% del total y a mayor distancia, en torno al 15% los relacionados con el medio ambiente, la formación y los servicios a la población. En total se han creado 369 puestos de trabajo de los que el 43'5% han correspondido a las mujeres y el 64'1% a los jóvenes. El objetivo inicial propuesto para movilizar a la iniciativa privada se ha visto cumplido, porque de cada euro de inversión pública se han movilizado una media de 2,02 € de inversión privada, elevándose esta cifra hasta el 3'57 € en la diversificación de actividades y 3'47 € en el caso de la actividad turística.



Figura 5. Incidencia de la metodología LEADER en el territorio¹¹

	PROYECTOS	EMPLEO	%EMPLEO MUJERES	% EMPLEO JÓVENES
LEADER II	114	423	47'5 %	65%
LEADER PLUS	256	256	59 %	61%
PRODER	233	369	43'5%	64%
TOTAL	603	1048	51 %	63%

Fuente: CEDESOR (2005): Sobrarbe y Ribagorza en *Desarrollo Rural en Aragón, ayer, hoy y mañana*, MARTÍNEZ, P. (2003): Desarrollo Rural y Programas Europeos. En *SOBRARBE*, 9, pp. 194-227
 ADECUARA: Resumen del PRODER, años 2002-2006, en www.adecuarar.org/proder/.
 Elaboración propia.

La programación de desarrollo rural¹² 2007-2013

En el período 2007-2013 se está gestionando el programa LEADER en su cuarta generación tras la aplicación de las Iniciativas LEADER I, LEADER II y LEADER Plus, si bien hay que señalar que no lo hizo como Iniciativa propia como lo hicieran sus predecesores, sino como un Eje más –el cuarto– del Programa de Desarrollo Rural de Aragón 2007-2013.

Siguiendo el documento del Programa de Desarrollo Rural de Aragón¹³, PDR, 2007-2013, dentro del cual se incardina la metodología LEADER, el objetivo global

11. Omitimos los datos de LEADER I porque no están todos disponibles al mismo nivel de desagregación.

12. PROGRAMA DE DESARROLLO RURAL DE ARAGÓN, PDR, 2007-2013. Los datos que se exponen a continuación están basados, mayoritariamente, en el *Informe intermedio anual del Programa de Desarrollo Rural de Aragón, PDR, (2007-2013)* con fecha 9 de junio de 2014 y redactado por la autoridad de gestión, de acuerdo con el título VII del Reglamento (CE) nº 1.698/2005, relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER). Asimismo, se ha consultado el Informe realizado por Quasar-Consultores para el Gobierno de Aragón sobre *Evaluación Intermedia del Programa de Desarrollo Rural de Aragón 2007-2013* (informe final de noviembre de 2010), así como el Informe del Gobierno de Aragón sobre *Criterios de selección de las operaciones financiadas por el Programa de Desarrollo Rural de Aragón 2007-2013*, con fecha 24.06.2009.

13. Documento PDR-Aragón 2007-2013, fecha 15 de julio de 2009. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Gobierno de Aragón y FEADER.



para este período se centra en tres ámbitos: la economía agroalimentaria, el medio ambiente y, la economía y la población rurales en sentido amplio, contribuyendo así a la vertebración del territorio regional y a frenar los procesos de despoblación y abandono de tierras agrarias, proceso en el cual la participación e implicación de las mujeres y los jóvenes resulta fundamental.

La creación de empleo para las mujeres sigue constituyendo uno de los objetivos reconocidos del desarrollo rural. En esta línea, las Directrices Estratégicas Comunitarias de Desarrollo Rural señalan la necesidad de “crear más puestos de trabajo y de mejor calidad, especialmente para las mujeres y los jóvenes, diversificando las actividades” y que “cuando se promueva la formación, la información y el espíritu empresarial, deberá prestarse especial atención a las necesidades específicas de las mujeres, de los jóvenes y de los trabajadores de edad avanzada” (CONSEJO DE LA UE, 2006). Además, y como nos recuerda VILADOMIÚ *et al.* (2010), el vigente Marco Nacional de Desarrollo Rural para España recoge este hecho al establecer como prioridad para las actuaciones unidas al objetivo de calidad de vida y diversificación (Eje 3 de los Programas de Desarrollo Rural), *la entrada de mujeres en el mercado laboral y una especial consideración a las iniciativas promovidas por mujeres* (MAPA, 2007).

A modo de resumen podemos decir que, el PDR-Aragón 2007-2013¹⁴, ha supuesto un gasto total aproximado de más de 2.147 millones de euros, de los cuales, aproximadamente el 50% corresponden a inversión pública cuyos proyectos se han repartido entre 713 municipios de Aragón (de un total de 731), que representan el 95,36% de la superficie total de Aragón (45.482,5 km²) y el 43,7% de la población (555.173 habitantes). En lo referente al método LEADER (Eje 4) se han gestionado 5.243 proyectos en todo Aragón, con una distribución por provincias que queda recogida en la *figura 6*.

Asimismo, y por lo que se refiere a la zona pirenaica aragonesa, los proyectos que se han implementado en los dos Grupos, CEDESOR y ADECUARA son los de la *figura 7*.

14. Desde estas líneas agradecemos la colaboración de todo el personal técnico de la Dirección General de Desarrollo Rural de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de Aragón a la hora de facilitarnos los datos para el análisis del PDR Aragón, 2007-2013; en particular a Diego Laya Reig, jefe de sección de Programas Comunitarios.



**Figura 6. Proyectos gestionados por los GAL en Aragón en método LEADER (eje 4)
(Datos a fecha diciembre 2013)**

GRUPOS ACCIÓN LOCAL, GAL, ARAGÓN	GRUPOS	PROYECTOS	%
	20	5.243	100%
GAL PROVINCIA ZARAGOZA	7	1.946	37,12%
GAL PROVINCIA HUESCA	6	1.391	26,53%
GAL PROVINCIA TERUEL	7	2.052	39,14%

Fuente: DGA (2014). Informe Intermedio PDR. Elaboración propia.

Figura 7. Proyectos gestionados por los GAL del Pirineo Aragonés

	GRUPOS	PROYECTOS	% RESPECTO AL TOTAL
GAL ZONAS MONTAÑA OSCENSE	2	539	10,28%
GAL CEDESOR	1	253	4,82%
GAL ADECUARA	1	286	5,45%

Fuente: DGA (2014). Informe Intermedio PDR. Elaboración propia.

El desarrollo del PDR se ha realizado en base a 4 ejes de actuación y 29 medidas que han supuesto la mejora o creación de proyectos durante los seis años que ha estado vigente el mencionado Programa de Desarrollo Rural:



- Eje 1. Aumento de competitividad de la agricultura y silvicultura. Medidas relativas al capital humano y físico en los sectores de la agricultura, los alimentos y la silvicultura y los productos de calidad.
- Eje 2. Mejora del medio ambiente mediante la gestión de tierras¹⁵. Medidas destinadas a proteger y mejorar los recursos naturales así como a preservar los sistemas agrarios y forestales tradicionales de gran valor medioambiental y los paisajes culturales de las zonas rurales.
- Eje 3. Mejora de la calidad de vida y diversificación de la economía del medio rural. Medidas dirigidas al desarrollo de infraestructuras locales y del capital humano en las zonas rurales para mejorar las condiciones de crecimiento de empleo en todos los sectores propiciando la diversificación de las actividades económicas.
- Eje 4. Metodología LEADER. Desarrollo de las posibilidades de innovación de la gobernanza sobre la base del enfoque local del desarrollo rural y de la aplicación de la metodología LEADER.

Entre todos han sintetizado y recogido tanto los intereses propios de nuestra Comunidad Autónoma como las principales líneas del Plan Estratégico Nacional de Desarrollo (PENDR) y del Marco Nacional de Desarrollo Rural de las CCAA en los que se identifica al sector agrario como principal elemento sobre el que debe incidir el desarrollo rural en España así como la lucha contra la despoblación, la vertebración del territorio, la diversificación de la economía rural y la mejora de la calidad de vida. La protección y conservación del medio ambiente ocupan también un lugar destacado, en coherencia con las Directrices Comunitarias y también se hace explícita la necesidad de atender al principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

Respecto a este último aspecto, cabe señalar que en materia de fomento de la Igualdad, el PDR Aragón 2007-2013, incluía en su desarrollo una serie de acciones y medidas concretas tendentes a garantizar la igualdad entre mujeres y hombres y evitar así la discriminación. A este respecto, y de cara al fomento de la Igualdad, el PDR-Aragón recoge la consideración de la prioridad a favor de las mujeres en el proceso de selección de los proyectos y de los beneficiarios. “Así se prioriza la participación de la mujer en las acciones desarrolladas con el fin de superar

15. En este Eje no se aplicó la metodología LEADER, de ahí que quede fuera del presente análisis.



las diferencias que las separan de los hombres. En concreto, la igualdad de género se contempla entre los criterios de priorización de 14 medidas¹⁶, (GA, 2014: 47). Además, en cada Eje, se recogen una serie de indicadores de realización asociados a los objetivos específicos de los mismos, desagregados por sexos, constatando la consecución de la igualdad integrada transversalmente en los objetivos específicos del mismo. Por último, en las medidas 111, 311, 312, 313, 331 y 411 los indicadores de resultado aparecen igualmente desagregados por género¹⁷ lo que redundará en un mejor y más profundo conocimiento de la aplicación del Programa europeo.

La formación y la dimensión del empleo de las mujeres

Si nos atenemos al número bruto de empleos creados en Aragón a través de los proyectos gestionados con metodología LEADER durante este período, observamos que de la cifra global de 1.572 nuevos puestos de trabajo, el 55,66% (875 personas) corresponden a mujeres, mientras que el porcentaje referido a los hombres es del 44,34% (697), con lo cual, a priori podemos afirmar que en su cuarta generación, el programa LEADER 2007-2013 ha sido sustancialmente beneficioso para la incorporación de las mujeres al mundo laboral. Cabe señalar que los datos aquí expuestos hacen referencia a los existentes a fecha de diciembre 2013 (Informe Evaluación Intermedia), con lo cual, con toda probabilidad, experimentarán ligeras variaciones una vez concluido y cerrado definitivamente el mismo.

16. Medida 111 (Información y formación profesional), medida 112 (instalación de jóvenes agricultores), medida 114 (utilización de los servicios de asesoramiento por parte de los agricultores y silvicultores), medida 121 (modernización de las explotaciones agrícolas), medida 123 (aumento del valor añadido de los productos agrícolas y forestales), medida 211 (ayudas destinadas a indemnizar a los agricultores por las dificultades naturales en zonas de montaña), medida 212 (ayudas destinadas a indemnizar a los agricultores por las dificultades naturales en zonas distintas de las de montaña), medida 311 (diversificación hacia actividades no agrícolas), medida 312 (ayudas a la creación y al desarrollo de microempresas), medida 313 (fomento de actividades turísticas), medida 331 (formación e información de los agentes económicos), medida 411 (estrategias de desarrollo local: competitividad), medida 413 (estrategias de desarrollo local: calidad de vida) y medida 421 (cooperación transnacional e interregional).

17. En España, los Indicadores de Género aparecen ligados al surgimiento de las políticas de Igualdad. Así el Instituto de la Mujer, desde su creación en 1983, comenzó a recoger los datos básicos desagregados por sexo sobre la situación de las mujeres en los diferentes ámbitos en diversas publicaciones denominadas *Mujeres en cifras*. Más recientemente, la LEY ORGÁNICA 3/2007, de 22 de marzo, para la *Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres*, en su artículo 20 señala que: "al objeto de hacer efectivas las disposiciones contenidas en esta Ley y que se garantice la integración de modo efectivo de la perspectiva de género en su actividad ordinaria, los poderes públicos, en la elaboración de sus estudios y estadísticas deberán incluir sistemáticamente la variable sexo en las estadísticas, encuestas y recogida de datos que lleven a cabo".



Figura 8. Empleo bruto creado PDR Aragón 2007-2013 (Eje 4, método LEADER)

		Número bruto empleos creados				
	Tipo de campo	Hombres		Mujeres		TOTAL
		<25	>25	<25	>25	
Empleos en las explotaciones	Agroturismo.	1	6	3	12	22
	Artesanía.	0	1	0	1	2
	Comercio minorista.	1	0	0	2	3
	Producción de energía renovable.	1	0	0	0	1
	Otros.	2	0	0	1	3
Empleos fuera de las explotaciones	Turismo.	76	316	106	438	936
	Artesanía.	2	13	1	8	24
	Comercio minorista.	9	39	7	85	140
	Producción de energía renovable.	1	4	0	0	5
	Otros.	43	182	34	177	436
TOTAL		136	561	151	724	1572
		697 (44,34%)		875 (55,66%)		

Fuente: PDR Aragón, Informe Intermedio¹⁸ (2014). Elaboración propia.

En un análisis más detallado, observamos que las actividades relacionadas con el turismo siguen siendo las protagonistas absolutas de los proyectos presentados, representando casi el sesenta por ciento de los puestos de trabajo creados (936). A esta actividad le siguen –aunque a distancia– los proyectos relacionados con la puesta en marcha de actividades relacionadas con el comercio minorista (140). Ambas dibujan un perfil profesional claramente feminizado, remarcando así el papel que las mujeres vienen ejerciendo en los territorios rurales. Así pues, podemos señalar que estas dos actividades mayoritarias, unidas al agroturismo y a la artesanía, presentan importantes sinergias mutuas en materia de desarrollo, al tiempo que sirven como instrumentos de valorización y diversificación económica del territorio, en el que las mujeres tienen un claro protagonismo.

18. Informe Intermedio anual sobre el año 2013 (fecha 9 de junio de 2014).



Por otra parte y estrechamente unido al fomento del empleo, se encuentran las medidas de información y formación profesional, base fundamental para la creación y buen desarrollo de los proyectos en el territorio, medidas que están incardinadas tanto en el Eje 1 (medida 111) como en el Eje 3 (medida 331) desarrolladas en el conjunto de Aragón.

Por lo que respecta a la medida 111, “acciones de formación e información”, (figura 9) las cifras obtenidas ponen de manifiesto una clara segregación de actividades por sectores y género relacionadas con las tradiciones ocupacionales de los territorios, es decir, todos aquellos temas y tareas relacionados con la agricultura y/o silvicultura siguen protagonizadas mayoritariamente por los hombres (más del 80%), aunque, hay que destacar que cada vez se nota una mayor presencia de mujeres en el mismo (casi un 18% en este último período).

Figura 9. Resultados Medida 111 en Aragón

MEDIDA 111. Número de participantes que han concluido con éxito una actividad de formación relacionada con la agricultura y/o silvicultura.	Número de participantes Aragón				Total
	Hombres		Mujeres		
	<40	>40	<40	>40	
Aprobado y obtención de un certificado, título o diploma.	6.195	9.303	1.550	1.609	18.657
Aplicación práctica de las capacidades adquiridas.	182	388	83	157	810
	6.377	9.691	1.633	1.766	19.467
TOTAL	82,54%		17,46%		

Fuente: PDR Aragón, Informe Intermedio (2014). Elaboración propia.

Si del análisis del ámbito regional pasamos al comarcal, nos encontramos que en relación con la medida 111 (formación; Eje 4, método LEADER) en el Pirineo oscense, en el GAL del CEDESOR fueron 8 las personas que participaron en actividades de información, mientras que en el GAL de ADECUARA hubo 14 personas interesadas en adquirir conocimientos para la puesta en marcha de algún proyecto relacionado principalmente con la creación de empresas de agroalimentación. Entre otras actividades se llevaron a cabo: acciones formativas para la gestión de huertos ecológicos en Morillo de Tou, cursos de técnicas de cultivo de la trufa y control de la evaluación de la plantación en varias localidades (Graus y Benabarre), cursos marca de calidad para ganaderos de ovino, curso



de transformación y revalorización de la lana ansotana (Ansó) y cursos de asesoramiento y formación en tecnología de los alimentos, entre otros.

Sin embargo, si nos fijamos en la medida 331 relacionada con la participación territorial en actividades orientadas a la mejora de la calidad de vida en las zonas rurales y el fomento de la diversificación de la economía rural, son las mujeres las que tienen un claro protagonismo, alcanzando casi un 57% de mujeres que realizaron algún tipo de formación en todo Aragón, frente al poco más del 43% que representan en los hombres. Los datos quedan recogidos en la *figura 10*.

Figura 10. Resultados Medida III en Aragón

MEDIDA 331. Número de participantes en actividades de información y formación en ámbitos cubiertos por el EJE 3, respecto a la mejora de la calidad de vida en las zonas rurales y fomento de la diversificación de la economía rural.	Número de participantes				Total
	Hombres		Mujeres		
	<25	>25	<25	>25	12.118
	1.666	3.596	1.908	4.948	
TOTAL	43,42%		56,58%		

Fuente: PDR Aragón, Informe Intermedio (2014). Elaboración propia.

En el caso del Pirineo oscense, en el GAL del CEDESOR fueron 79 los proyectos presentados y relacionados con formación e información para la mejora de la calidad de vida en las zonas rurales y fomento de la diversificación de la economía rural, realizados bajo metodología LEADER (Eje 4); mientras que en el GAL de ADECUARA se presentaron 34 proyectos con la citada metodología. Entre estas 113 acciones formativas podemos señalar algunas relacionadas con la mejora de la calidad del equipamiento y servicios en los alojamientos, los que abordan el tema de la gestión comercial y marketing, o los que profundizan en el conocimiento directo del medio natural que les rodea.

Asimismo, en el análisis de los mismos, hemos observado que tienen un gran peso e interés todos los temas relacionados con la mejora de los idiomas y especialmente los vinculados con las nuevas tecnologías, las redes sociales y la sociedad del conocimiento a través de la red, especialmente, entre los que



podemos citar el curso sobre “Los nuevos negocios: social media marketing”, el curso “Al cliente por la experiencia. Por qué vender experiencias en lugar de producto”, el curso sobre “Redes sociales. Sumérgete en Facebook. Nivel 2” o curso sobre “Redes sociales. Sumérgete en Twitter. Nivel 2”, y el curso “Programación móvil. Cómo estar en el bolsillo de tus clientes”, entre otros. Este interés contribuye a paliar la doble brecha digital que –a priori– existe en el medio rural para las mujeres: uno por encontrarse en territorios de difícil acceso tecnológico, y otro por el hecho de ser mujeres. Es de interés destacar la importancia que los GAL del Pirineo conceden a la formación; su experiencia en la gestión de proyectos europeos es un aval de reconocido prestigio, que además incide en la organización de actividades y en la orientación a la población, intentando suplir las carencias que se han detectado en su dilatada trayectoria profesional a lo largo de estos 20 años de metodología LEADER.

A este respecto cabe recordar que el Observatorio Aragonés de la Sociedad de la Información, OASI, (2014) señala que la brecha digital de género y de edad, es decir, la diferencia en el porcentaje de los usuarios de internet entre sexos y franjas de edad comienza en la población mayor de 45 años, tanto hombres como mujeres, y alcanza el 19,6%. Además, “en lo que respecta a las diferencias entre géneros, en 2013, se observa una diferencia de 8,4 puntos entre hombres (80,8%) y mujeres (73,4%) en el indicador de utilización de internet” (OASI, 2014: 6).

El LEADER es femenino en los Pirineos

Sin pretender ser exhaustivos y a falta de datos concluyentes, vamos a descender de la escala regional a la comarcal, para describir el peso y la incidencia que las medidas de los diferentes Ejes desarrolladas bajo metodología LEADER han tenido en el Pirineo aragonés. A este respecto, nos hubiera gustado poder añadir el dato de la segregación por géneros pero no ha sido posible ya que a fecha de septiembre de 2014 todavía están en proceso de cuantificación definitiva. No obstante, y tomando como referencia la participación de las personas en las actividades de formación e información (*figura 10*) podemos adelantar que el LEADER en los Pirineos es –y podría ser– mayoritariamente femenino, lo que denota el avance de las mujeres del medio rural aragonés en materia de implicación en el crecimiento y desarrollo de su entorno al convertirse en emprendedoras.



Figura 11. Proyectos LEADER en el Pirineo aragonés

MEDIDAS	Nº PROYECTOS APROBADOS EN ARAGÓN	GAL PIRINEOS	Nº PROYECTOS
Medida 123. Aumento del valor añadido de los productos agrícolas y forestales.	321	CEDESOR	13
		ADECUARA	5
Medida 311. Diversificación hacia actividades no agrícolas.	90	CEDESOR	14
		ADECUARA	9
Medida 312. Ayuda a la creación y el desarrollo de microempresas.	1.497	CEDESOR	50
		ADECUARA	63
Medida 313. Fomento de actividades turísticas.	738	CEDESOR	34
		ADECUARA	53
Medida 321. Servicios básicos para la economía y la población rural.	646	CEDESOR	13
		ADECUARA	11
TOTAL PROYECTOS REALIZADOS EN EL PIRINEO ARAGONÉS			265

Fuente: PDR Aragón, Informe Intermedio (GA, 2014). Elaboración propia.

Por lo que respecta al análisis detallado en cuanto a la realización de proyectos por medidas y territorios, en la *figura 11* presentamos los principales resultados de las cinco medidas incluidas en la Iniciativa LEADER 2007-2013 y que están vinculadas directa o indirectamente con el desarrollo rural, el turismo, la agroalimentación y los servicios básicos para la economía y la población rural en las zonas de montaña altoaragonesas. Las cinco medidas dentro del Eje 4 son la 123, 311, 312, 313 y 321 (*figura 11*) y, entre todas han supuesto la puesta en



marcha y/o mejora de 265 proyectos¹⁹ gestionados a través de los Grupos de Acción Local del Pirineo –CEDESOR y ADECUARA– y que, en mayor o menor medida, han contado con fondos europeos.

Desde el punto de vista de la ejecución presupuestaria y en lo referente a las medidas del Eje 4 LEADER, en el referido Informe Intermedio se señala que “a pesar de haberse visto sensiblemente afectado por los efectos de la crisis económico-financiera sobre los potenciales promotores, el resultado final se considera satisfactorio” (p. 11). Además, cabe reconocer que “los Grupos de Desarrollo Local han hecho un gran esfuerzo para movilizar inversiones durante el año 2013 y comprometer todos ellos el 100% del presupuesto disponible” (GA, 2014: 11).

En el análisis detallado de estas medidas, en la 123 relacionada con el aumento del valor añadido de los productos agrícolas y forestales, en el Pirineo oscense se han puesto en marcha 18 proyectos, 13 de los cuales están ubicados en la zona de Sobrarbe-Ribagorza (GAL CEDESOR), y 5 en la zona de Jacetania-Alto Gállego (GAL ADECUARA). En CEDESOR, entre otros proyectos nos encontramos con: acondicionamiento bodega para turismo enológico en Ubiorgo; elaboración de pacharán en Broto; elaboración de productos artesanos en Espés Alto; mermeladas artesanas en Graus y Cerler; cervezas artesanas en La Cabezónada; modernización de panadería en Secastilla, etc. Asimismo, en ADECUARA: ampliación quesería y punto de venta en Villanúa; creación industria artesanal de productos lácteos en Ansó; ampliación empresa de producción y venta de miel en Hoz de Jaca.

En la medida 311 de diversificación hacia actividades no agrícolas (rehabilitación patrimonio arquitectónico, el 100% en núcleos), 23 han sido los proyectos realizados entre los que podemos citar rehabilitaciones de bordas, casas aragonesas o pajares en varios núcleos como Montanuy, San Lorién, Cires, Borrastre, Novés y Sarvisé, entre otros.

Una de las medidas que más incidencia ha tenido en el Pirineo oscense ha sido la medida 312, vinculada a la creación y el desarrollo de microempresas. Entre los 113 proyectos puestos en marcha en total, en la zona del CEDESOR se encuentran: la creación de una empresa de turismo activo en Torla; reforma local para venta y degustación de productos artesanos en Castejón de Sos; ampliación

19. Estas cinco medidas han recibido un total de 3.292 proyectos aprobados del Eje 4-LEADER en todo Aragón, es decir, casi el 50% de todas las recibidas en el Eje 4 (se recibieron un total de 6.287 solicitudes).



de una peluquería en Broto; instalación de ocho cabañas de madera en Saravillo; apertura hotel con encanto en Coscojuela de Sobrarbe; alquiler de E-bikes para ecoturismo en Castejón de Sos; empresa de creación y distribución de biomasa en Campo, etc. Asimismo, en la zona de ADECUARA podemos citar entre otros: la creación de una empresa para el desarrollo de actividades deportivas, turísticas y culturales en Hecho/Echo; apertura de un bar-restaurante en Javierregay; apertura de una tienda-bar en Santa Cruz de la Serós; modernización de la panadería en Bailo, Sabiñánigo y Puente la Reina; apertura de tienda multiproducto en los Baños de Panticosa, etc.

Por lo que respecta a la medida 313 (fomento de actividades turísticas), cabe señalar que ha sido la segunda en importancia más solicitada por los emprendedores y emprendedoras de cara a impulsar el desarrollo vinculado a las actividades turísticas en estos territorios. De los 87 proyectos que han contado con ayuda de la Iniciativa LEADER, 34 están localizados en la zona del CEDESOR y 53 en la de ADECUARA. Entre otros, en CEDESOR, están: reforma de cocina y almacén en restaurante en Sopeira; creación de un bar-restaurante en Tolva; creación de un hostel en Sesué; equipamiento del albergue y aula-taller en Señú; centro de arte y naturaleza en Vió; vivienda de turismo rural con actividades en Albella; reforma y ampliación de antiguo molino para vivienda de turismo rural en Badaín, etc. En la misma línea, en ADECUARA podemos citar: el diseño y construcción de borda de pastores en Rapún; itinerario la senda de los contrabandistas en Jaca; recreación histórica de la entrega del Santo Grial en Bailo; I Festival Vegetariano en Ansó; rehabilitación edificio catalogado para vivienda de turismo rural en Araguás del Solano; modernización albergue y restaurante en Villanovilla; rehabilitación y ampliación de borda para hotel de montaña en Guillué; parque de juegos en árboles en Selva de Oza en Hecho/Echo; creación de pista de competición ecuestre en Jaca; creación de empresa de turismo activo especializada en BTT en Biescas, etc.). Por lo que respecta al grado de ejecución la medida 313 concerniente al fomento de actividades turísticas, a fecha de diciembre de 2013, tenía una ejecución del 23,7% respecto al número de actividades turísticas y, del 31,03% respecto al volumen de las inversiones. Según el Informe Intermedio anual (GA, 2014), “el bajo nivel de ejecución se debe a los ajustes presupuestarios realizados en la última modificación”, (p. 11).

Por último, y por lo que respecta a la medida 321 relacionada con los servicios básicos para la economía y la población rural, en la zona del Pirineo aragonés se han desarrollado 24 proyectos bajo metodología LEADER (13 en territorio CEDESOR



y II en territorio ADECUARA). Entre los proyectos cabe citar la rehabilitación de un edificio para ubicar la guardería en Fiscal, la ampliación de la casa canguro en San Juan de Plan, ampliaciones y adecuaciones de edificios para residencia de la 3ª edad en varios núcleos, rehabilitación de casas para actividades de ocio para personas con discapacidad en Bielsa y, creación de instalaciones para teletrabajo y viveros de empresas agroalimentarias, entre otros. Ésta ha sido la tercera medida con mayor presupuesto comprometido en Aragón, alcanzando el 14,62% sobre el presupuesto total comprometido. En definitiva, la principal medida por número de expedientes y presupuesto comprometido ha sido la 312 de ayuda a la creación y desarrollo de microempresas y, la segunda en importancia, la 313 vinculada al fomento de actividades turísticas, con lo que podemos afirmar que se ha seguido con la misma especialización de actividades que en las ediciones anteriores.

A modo de conclusión

Desde 1991, con la puesta en marcha de LEADER I (1991-1994) hasta el actual periodo (2007-2013), la evolución en la participación de personas, proyectos y territorios ha sido creciente en Aragón en general y en la montaña pirenaica en particular; podemos afirmar que la influencia de la metodología LEADER ha sido positiva desde el punto de vista cualitativo porque ha introducido una nueva forma de hacer las cosas en y con los territorios rurales y sus habitantes, que difícilmente se va a poder cambiar. Desde la perspectiva cuantitativa las cifras corroboran la afirmación anterior. El incremento se ha notado en la superficie afectada, la población beneficiada, el número de entidades de población, la inversión y el grado de implicación de la sociedad civil y de las Administraciones públicas en la configuración de los 20 Grupos de Acción Local.

De los 8.060 km² de superficie afectada en LEADER I (17% del territorio aragonés), hemos pasado al 95% del mismo, lo que supone una afección positiva en 713 municipios, de los 731 con que cuenta Aragón, la población beneficiada ha pasado de 45.325 habitantes a 555.176, la inversión ha pasado de 21 millones de euros a 2.147 millones de euros, la movilización del sector privado ha supuesto una inversión de 4 € de media de inversión privada por cada euro de la pública y, a falta de cerrar todo el balance del actual periodo, el número de empleos creados supera los 9.000 (RADR, 2014).

En el caso de la montaña pirenaica, la situación es similar porque a los 53 municipios de Sobrarbe y La Ribagorza que iniciaron la andadura en 1991 se



han sumado los respectivos de las Comarcas del Alto Gállego y La Jacetania hasta alcanzar los 81 en la actualidad, con la incorporación de éstas últimas a la metodología LEADER en el periodo 2000-2006. Al Grupo de Acción Local CEDESOR, se ha sumado ADECUARA y entre los dos atienden a una población de 54.714 habitantes; se han gestionado más de 700 proyectos, con el turismo rural, las pequeñas y medianas empresas y la formación, por este orden, como mayores beneficiados, se han generado mas de mil empleos de los que el 51% han correspondido a las mujeres y el 63% a los jóvenes y se ha movilizado una media de 3'4 € de inversión privada por cada euro de la pública, con algunas diferencias al alza en las medidas de diversificación y turismo, de 3'7 y 3'5 € respectivamente. La cuarta generación de la Iniciativa LEADER en Aragón (2007-2013), ha supuesto una importante labor en la diversificación de la economía rural en sectores como el turismo rural o el agroalimentario y también a través de proyectos innovadores de energías renovables y servicios a la población (GA, 2010: 12). Se ha conseguido aumentar significativamente el número de personas interesadas en diversas actividades de formación, así como un mayor número de jóvenes agricultores que se instalan en el medio rural, datos que en el caso de las mujeres alcanzan casi el 18%.

Y centrándonos en materia de despoblación rural –uno de los objetivos principales de este PDR y común a los tres anteriores LEADER–, se puede adelantar, a falta de los resultados finales, que los efectos sobre la población del territorio han sido desiguales; se ha constatado que en todo Aragón, al menos 298 municipios (42% del territorio) han experimentado un aumento de población desde 2007 y en 46 núcleos este crecimiento ha superado el 10%. Sin embargo, esta cara positiva de la evolución poblacional tiene también su cara negativa y atañe al 54% del territorio aragonés (382 municipios), donde la población ha seguido disminuyendo, siendo relevante en 71 núcleos, en los que se ha perdido el 10% de la misma, a pesar de todas las medidas y acciones realizadas con lo cual, bien podemos decir que han resultado insuficientes en este aspecto, uno de los fundamentales para el presente y futuro del desarrollo rural. De ahí la importancia de la programación y planificación del próximo periodo europeo 2014-2020. En el caso de la montaña pirenaica, la información censal refleja un cambio en la tendencia de la evolución de los efectivos totales. Así, entre 1981 y 1991 hay un descenso de población generalizado en todos los casos, pero, a partir de ese momento, la población crece hasta 2013, en todas las comarcas, a excepción de la de Sobrarbe que desde 2011 va disminuyendo los efectivos totales.



A la vista de los resultados, las instituciones deberían ser capaces no sólo de no perder el contacto directo con los habitantes de los territorios sino de procurar incrementarlo y, si fuera necesario, abrir nuevas vías de comunicación para, entre todos seguir manteniendo vivo, activo y dinámico nuestro necesario e imprescindible medio rural.

El turismo rural comprometido con el medio ambiente, las empresas de multiaventura y las actividades relacionadas con los productos agroalimentarios de calidad, son importantes y hay que seguir apoyándolos porque en Aragón tenemos uno de los territorios más ricos y variados paisajísticamente hablando. Pero están demostrando que no son suficientes. Quizá la clave esté, entre otras cuestiones, en incidir más en el apoyo de los proyectos no productivos tal y como sugiere la Red Aragonesa de Desarrollo Rural en el documento de posicionamiento ante el quinto LEADER 2014-2020. En él se incide en que es necesario realizar proyectos no productivos que tengan un carácter social o económico para la población en general que vive durante todo el año en los núcleos del medio rural, ya que “los proyectos no productivos apoyan la actividad económica de empresas y territorios o aportan servicios y recursos imprescindibles para la permanencia de la población y mejorar su calidad de vida”. Los proyectos son importantes, pero no hemos de olvidar que son las personas las que, finalmente, los crean, mantienen y desarrollan generando riqueza para el territorio.

Bibliografía

ACTUALIDAD LEADER (1998): El LEADER I en España. Una experiencia innovadora. *Actualidad LEADER-Revista de Desarrollo Rural, Unidad Española del Observatorio Europeo LEADER*, 1, pp. 16-20.

ACTUALIDAD LEADER (1998): Entrevista a Javier Gros, Director General de Estructuras Agrarias de la Diputación General de Aragón, *Actualidad LEADER*, 3, pp. 6-7.

ADECUARA (2005): Alto Gállego-La Jacetania. En *Desarrollo rural. Aragón, ayer, hoy, mañana*, Gobierno de Aragón, 97-103.

AGUILAR, E., PÉREZ, A., LOZANO, C. y MORENO, I. (2009): Políticas de empleo femenino y desarrollo rural. *Anuario UPA*, pp. 169-178.

ALBERDI, COLLANTES, J. C. (2004): Colaboración interinstitucional en el desarrollo rural: aciertos y fracasos de la Ley de Desarrollo Rural del País Vasco. *Boletín de la A.G.E.*, nº 38, pp. 131-151.

ASOCIACIÓN EUROPEA DE INFORMACIÓN SOBRE EL DESARROLLO LOCAL, AEIDL (1999): *Evaluar el valor añadido del enfoque LEADER*. Bruselas, Cuaderno nº 4.



- BLANCO, A. y CÂNOVES, G. (1998): El teletrabajo, ¿alternativa para el mundo rural? *Actas del IX Coloquio de Geografía Rural*. Vitoria. Universidad del País Vasco, pp. 57-62.
- CAMARERO, L. A., SAMPEDRO, R. y VICENTE MAZARIEGOS, J. (1991): *Mujer y ruralidad: el círculo quebrado*. Madrid, Instituto de la Mujer.
- CAMARERO, L. A., CASTELLANOS, M. L., GARCÍA, I. y SAMPEDRO, R. (2006): *El trabajo desvelado. Trayectorias ocupacionales de las mujeres rurales en España*. Madrid, Instituto de la mujer.
- CAMARERO, L. y GONZÁLEZ, M. (2008): Desarrollo y reestructuración rural: reflexiones acerca del desarrollo local de las áreas rurales. UNED, Universidad Pablo Olavide. [En línea]. http://www.uned.es/dptosociologia/departamento_sociologia/luis_camarero/94468_36.pdf (consulta, abril 2014).
- CANDELA, A. R., GARCÍA, M. DEL M. y SUCH CLIMENT, M. P. (1995): La potencia del turismo rural a través del programa LEADER: la montaña de Alicante. *Investigaciones Geográficas*, nº 14, pp. 77-98.
- CÂNOVES, G. y GARCÍA RAMÓN, M. D. (1995): Mujeres y turismo rural en Cataluña y Galicia, ¿la nueva panacea de la agricultura? *El campo*, nº 33, pp. 221-238.
- CÂNOVES, G. y VILLARINO, M. (2000): Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, nº 37, pp. 51-77.
- CÂNOVES, G., et al., (2003): Turismo rural y desarrollo rural: perspectivas y futuro en Cataluña, Baleares y Galicia. *Serie Geográfica*, nº 11, pp. 117-140.
- CÂNOVES, G., VILLARINO, M. y HERRERA, L. (2006): Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio. *Boletín de la AGE*, nº 41, pp. 199-217.
- CARAVACA, I. y MÉNDEZ, R. (1995): Efectos territoriales de la reestructuración productiva en España. *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales*, nº 106, pp. 715-744.
- CASTELLÓ, A. y HERNÁNDEZ, M. L. (2008): La gestión local del desarrollo en los albores del siglo XXI en Aragón. España (LORENA G. CORIA, coord.): *La gestión local del desarrollo. Experiencias de Panamá, España, México, Argentina y Perú*. Cap. II, Biblioteca virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales; Grupo Eumed.net, Red Académica Iberoamericana Local. [En línea]. <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008a/344/indice2.htm>. (Consulta, abril 2014).
- CAZORLA, A. et al., (2005): La Iniciativa Comunitaria LEADER como modelo de desarrollo rural: aplicación a la región capital de España. *Agrociencia*, vol. 39, nº 6, pp. 697-708.
- CEDESOR (2005): Sobrarbe-Ribagorza. En *Desarrollo rural. Aragón, ayer, hoy, mañana*, Gobierno de Aragón, 217-223.
- CEJUDO, E. y MAROTO, J. C. (2010): La reforma de la PAC de 2003: desacoplamiento, condicionalidad, modulación, desarrollo rural. *Scripta Nova*, vol. XIV, nº 318, 20 de marzo de 2010. Universidad de Barcelona. Disponible en <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-318.htm>. (Consulta, mayo 2014).



- CLIMENT, E., FRUTOS, L. M. y RUIZ, E. (2000): La Iniciativa Comunitaria LEADER II y el desarrollo rural: el caso de Aragón. X *Coloquio de Geografía Rural de España*. Llérida, pp. 586-594.
- COLLANTES, F. (2004): *El declive demográfico de la montaña española (1985-2000). ¿Un drama rural?* Madrid, MAPA, Serie Estudios.
- COMISIÓN EUROPEA (1999): *Aragón en la Unión Europea*. http://ec.europa.eu/spain/pdf/aragon_es.pdf. (Consulta, agosto 2014).
- CHUECA, M^a C. y FRUTOS, L. M. (2000): La Iniciativa LEADER para el fomento del desarrollo rural: el caso del Maestrazgo turolense. En *Lecturas Geográficas. Homenaje al profesor José Estébanez Álvarez*. Madrid, Ed. Complutense, pp. 699-712.
- CRUCES, C. y PALENZUELA, P. (2006): Emprendedoras rurales en Andalucía. Posibilidades y límites de sus estrategias. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, n° 211, pp. 239-305.
- DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA Y ALIMENTACIÓN, Gobierno de Aragón (2009): *Criterios de selección de las operaciones financiadas por el Programa de Desarrollo Rural de Aragón 2007-2013*. (Informe fecha 24.06.2009). Zaragoza, [En línea] http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/12/docs/Areas/Desarrollo_Rural/Programa_Desarrollo_Rural_2007_2013/CRITERIOS_SELECCION_PDR_ARAGON_2007_2013.pdf (Consulta, septiembre de 2014).
- DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y MEDIO AMBIENTE, Gobierno de Aragón (2014): *Informe intermedio anual 2013 del Programa de Desarrollo Rural de Aragón 2007-2013*, Zaragoza.
- DÍAZ, C. (2005): Aproximación al arraigo y al desarraigo femenino en el medio rural: mujeres jóvenes en busca de una nueva identidad. En *Papers*, 75, pp. 63-84.
- (2006): Cambios generacionales en las estrategias de inserción sociolaboral de las jóvenes rurales. En *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 211, pp. 307-338.
- ETXEZARRETA, M. y VILADOMÍ, L. (1997): El avance hacia la internacionalización: crónica de una década de la agricultura española. En GÓMEZ BENITO, C. y GONZÁLEZ, J. J., *Agricultura y Sociedad en la España Contemporánea*. Madrid, MAPA, CIS.
- FERNÁNDEZ, C. (1996): Iniciativa Comunitaria de desarrollo rural para la Isla de Palma (Programa LEADER). En VALCÁRCCEL, G., TROITINO, M. A. y ESTEBAN, C. (coords.): *Desarrollo local y medio ambiente. La Iniciativa Comunitaria LEADER*. Cuenca, Diputación de Cuenca, pp. 197-214.
- FRUTOS, L. M., HERNÁNDEZ, M. L. y CASTELLÓ, A. (2009): Desarrollo y Turismo Rural: una perspectiva sobre Aragón. *Serie Geográfica*, 15, pp. 93-115.
- GARCÍA, J. L. y otros (2005): La iniciativa comunitaria LEADER en España. *Boletín de la AGE*, 39, 361-398.



- GIL JIMÉNEZ, F. J. (2002): Desarrollo del medio rural, ponencia de la *Jornada Autonómica de la Comunidad de Castilla-La Mancha. Libro Blanco de Agricultura y el Desarrollo Rural*, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- GONZÁLEZ, A. (2004): Las políticas de desarrollo rural en España, un análisis crítico. *Documentación Social*, nº 133, pp. 77-103.
- GONZÁLEZ, A. y CAMARERO, L. (1999): Reflexiones sobre el desarrollo rural: las tramoyas de la postmodernidad. *Política y Sociedad*, 31, pp. 55-68.
- LAGUNA, M. (2006): *Las políticas de desarrollo rural en el Pirineo aragonés*. Gijón, Ediciones Trea.
- LAGUNA, M. (2007): *Veinte años de políticas de desarrollo rural. La experiencia de las políticas regionales en el Pirineo aragonés*. Zaragoza, Publicaciones del Rolde de Estudios Aragoneses y CEDDAR.
- LANGREO, A. (2000): Nuevos yacimientos de empleo: su implantación en el medio rural. *Congreso Europeo de Mujeres Rurales*. Madrid, Instituto de la Mujer, pp. 111-118.
- LANGREO, A. y BENITO, I. (2002): La participación de la mujer, elemento imprescindible en el desarrollo rural. Piedra angular. En *Actualidad LEADER. Revista de Desarrollo Rural, Unidad Española del Observatorio Europeo LEADER*, 17.
- LEGORREA, J. (1996): El Programa Local de Desarrollo Rural (PLDR) de la zona Objetivo 5b de Navarra propuesto para la participación en la Iniciativa Comunitaria LEADER. En VALCÁRCEL, G., TROITIÑO, M. A. y ESTEBAN, C. (coords.): *Desarrollo local y medio ambiente. La Iniciativa Comunitaria LEADER*. Cuenca, Diputación de Cuenca, pp. 223-226.
- LOZANO, C. (2010): Desarrollo rural sostenible. *El reto de la inserción laboral femenina*. [En línea]. http://www.escueladeformacionenfeminismo.es/images/ponencias/desarrollo_rural_sostenible.pdf (Consulta, abril 2012).
- MAPA (2003): *Libro Blanco de la Agricultura y del Desarrollo Rural*, Madrid.
- MARTÍNEZ, P. y GARCÍA, A. (2003): Desarrollo Rural y Programas Europeos. En *Sobrarbe*, 9, pp. 194-227.
- MARTÍNEZ, E. (dir.) (2007): *Mujeres Emprendedoras en el Desarrollo Rural. Atlas Regional de España de la participación de las Mujeres Rurales Emprendedoras en la Iniciativa Comunitaria LEADER II (2004-2007)*. Instituto de la Mujer, Secretaría de Políticas de Igualdad, MTAS.
- MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO, MARM, (2012): *LEADER en España (1991-2011), Una contribución activa al desarrollo rural*. Madrid.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE MAGRAMA, (2013): *Dossier Autonómico Comunidad de Aragón. Análisis y prospectiva*. [En línea].



- http://www.magrama.gob.es/es/ministerio/servicios/analisis-y-prospectiva/Dossier_Aragon_tcm7-183043.pdf (Consulta, septiembre 2014).
- MÉNDEZ, R. y CARAVACA, I. (1996): *Organización industrial y territorio*. Madrid, Síntesis.
- MOLINERO, F. et al., (coord.) (2004): *Atlas de la España Rural*. Madrid, MAPA.
- OBSERVATORIO ARAGONÉS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN OASI (2014): *Encuesta sobre el uso de internet en Aragón: hogares y personas*. [En línea] <http://aragon.es/estaticos/GobiernoAragon/Departamentos/IndustrialInnovacion/Areas/oasi/Acceso%20al%20OASI/documentos/NotaResultadosEncuestaHogares2013.pdf> (Consulta, septiembre 2014).
- OECD (1996): *Better policies for rural development*. París, OECD.
- ORTEGA VALCÁRCCEL, J. (2004): Áreas de montaña: de la supervivencia a la integración. En *Boletín de la AGE*, nº 38, pp. 5-28.
- ORTUÑO, S. y ZAMORA, R. (2001): Las áreas de montaña y los nuevos modelos de desarrollo rural. *Revista Estudios Agrosociales y Pesqueros*, nº 191, pp. 41-60.
- PÉREZ Y PÉREZ, L. y ALBISU AGUADO, L. M. (1989): Políticas socioestructurales en favor de las zonas desfavorecidas y de montaña en Aragón. Zaragoza, Gobierno de Aragón. [En Línea]. Localizado abril 2014 en http://citarea.cita-aragon.es/citarea/bitstream/10532/1007/1/10532-79_2.pdf
- REGIDOR, J. G. (2000): *El futuro del medio rural en España*. Madrid, Consejo Económico y Social.
- RUBIO, P. (1997): *La crisis del mundo rural. Experiencias de desarrollo en la provincia de Teruel*. Lección inaugural del Curso Académico 1986-1987. Zaragoza, Universidad de Zaragoza.
- SAMPEDRO, R. y CAMARERO, L. (2007): Mujeres empresarias en la España Rural. El sujeto pendiente del desarrollo. *Revista Internacional de Sociología*, RIS, nº 48, pp. 121-146.
- VILADOMIÚ, L., ROSELL, J. y FRANCÉS, L. G. (2010): Factores determinantes de la participación de las mujeres como promotoras de proyectos LEADER+. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, nº 26, pp. 177-206.
- YAGÜE, R. M. (1998): El desarrollo del turismo rural a través del programa LEADER I: el caso de la comarca valenciana de Els Ports. *Estudios Turísticos*, nº 136, pp. 5-26.



“Las matriarcas han llegado a un empoderamiento siendo conocedoras de su capacidad de aprender, siendo innovadoras en el empleo de tecnologías digitales, eso sí, casi siempre unido a su interés del bienestar familiar. Son conscientes de la necesidad de igualdad de género y, aunque no lo ven factible en su generación, sí la quieren para las posteriores”.

Alicia González Barreiro

Doctoranda en Ciencias de la Educación-Animación Sociocultural (UTAD)
Universidad de Tras-os-Montes e Alto Douro (Portugal)

LAS MATRIARCAS, CONSERVADORAS DE LA CULTURA ORGANIZATIVA E INTERVENCIÓN SOCIAL EN ESPACIOS RURALES DE GALICIA. UNA OJEADA EVOLUTIVA

Alicia González Barreiro¹

La intervención organizativa que las “matriarcas” han realizado en los espacios rurales, puede considerarse base y salvaguarda del patrimonio material e inmaterial que subsisten, estructura social de un pueblo y etnografía del futuro. Mujeres de aldea “matriarcas”² evolucionaron siendo desconocedoras en gran parte de las luchas que compañeras más duchas en la educación formal a principios del siglo XX en villas y ciudades llevaron a cabo. Siendo ellas, sin saberse importantes, dinamizadoras de los espacios rurales en una visión de unidad y trabajo en comunidad para el logro del desarrollo de la aldea. La realización de tareas de forma conjunta, el desenvolvimiento de lo lúdico, el apoyo en nacimiento y la muerte fueron tareas comunes y normalizadas entre las mujeres “matriarcas”; portadoras de aprendizajes y formaciones transmitidas de generación en generación.

Teniendo en cuenta palabras de Lopes sobre la animación,

1. Artículo derivado de la investigación realizada por ALICIA GONZÁLEZ BARREIRO para obtención de Mestrado (Doctorado), en Ciencias de la Educación-Animación Sociocultural (UTAD)-Portugal, bajo el título: *“Animación sociocultural, a intervención comunitaria e organizativa nun espazo de aldea da mau matriarcal”*. Presentada en la Universidad de Trás-os-Montes e alto Douro (Portugal.) Pendiente de exposición y defensa pública. Orientadores: D. Marcelino de Sousa Lopes (UTAD), D. Xosé Manuel Cid Fernández (Universidad de Vigo). Investigación realizada con la participación de 3 asociaciones de mujeres rurales (Ourense).
2. No empleamos el término matriarcas en contraposición al patriarcado, ya que no consideramos la dominación del género sobre otro.



*“(...) conjunto de prácticas sociales que buscan estimular la iniciativa y la participación de la población en el proceso de su propio desarrollo...”*³ (2008, p. 95).

ellas han sido determinantes en la estimulación y portal del desarrollo de la comunidad. Doblando esfuerzos en momentos históricos de conflicto, que hicieron del género femenino, el paradigma del mantenimiento de los espacios rurales. Sus labores fueron duplicadas, siendo almas de hogar y resistencia en el mantenimiento de las tierras. Rematada la guerra civil, entes organizados conocidos y llevados por el poder político, como la Sección Femenina con su grupo de Divulgadoras sanitarias rurales acercaron a las aldeas su formación en salud, higiene y los postulados de religión y estado. Su acceso a la población no siempre resultó fácil, ya que la orografía del territorio gallego complicaba su paso, es por ello, que en esta situación, estos Cuerpos organizados lejos de las villas, fueron desconocidos.

Sería la transmisión de sus dogmas mediante las maestras que llegadas a la aldea harían función formadora con los pequeños/as y sus madres. Previamente ellas mismas debían realizar el servicio social obligatorio y obtener el título de Instructoras elementales ya que sin la posesión de dicha certificación, el acceso a un puesto de trabajo remunerado en el caso femenino era inviable, a no ser en los servicios domésticos. Maestras y secretarías debían mostrar la certificación mencionada.

Los años 60, con una elevada emigración en busca de mejoras, traen en contrapartida al desarrollo y modernización de las aldeas y sus hogares, una modificación de las estructuras de aldea.

El género femenino también emigra, muchas de ellas con la perspectiva de mejora familiar y búsqueda de una independencia económica. Esa pérdida paulatina de la población en las aldeas gallegas con una demografía en decrecimiento⁴ y la nueva Ley de Educación General Básica (EGB)⁵, con la creación de las agrupaciones escolares y eliminación progresiva de las pequeñas escuelas unitarias, modifican los sonidos y tiempos. Hasta ese momento la escuela se debía al campo y a la labor; a partir de entonces los silencios en horario de 9

3. Traducción propia, del portugués.

4. (PAZ-ANDRADE, 1967: p. 24 Revista *Galicia y su desarrollo económico*).

5. Ley General de Educación entra en vigor en 1970.



a 6, marcan la vida y su dependencia de recorridos de transportes escolares. La relación intergeneracional habitual de los espacios rurales y familiares, convenientes y necesarios para el desarrollo de la relación humana, se ve desaparecer. Los dinamizadores de la educación formal e instructores de referencia de aldea también se pierden (maestros/as), quedando de nuevo en manos masculinas (curas); pero las matriarcas siguen cumpliendo su misión de dinamización en el hogar, siendo transmisoras de la cultura más tradicional y manteniendo el cuidado del patrimonio material que se sustenta.

Las modernizaciones tecnológicas y el consumismo en el que se embarca el ser humano, supone mejoras y avances para los trabajos y la individualización de los mismos; pero, en contraposición, son necesarias menos manos para la labor y las reuniones de trabajo y lúdicas como los Fiadeiros⁶ o los encuentros en los lavaderos, son paulatinamente olvidados. Aparatos como radio y TV acaparan el hogar como instrumento lúdico e informativo, y con éstos últimos (televisión⁷) se precisa de más sentidos atentos para su percepción. El individualismo y pérdida de comunicación social y convivencia, de trabajo comunitario, de unión y comunicación acaban con el tiempo de encuentro de las matriarcas, que pierden su encuentro de modo paulatino.

No sucede lo mismo en el espacio de Aldea con el género masculino, que ha tenido siempre una clara división en su parcela de trabajo y lúdica o de ocio; para ellos las tabernas serán un espacio de distracción y comunicación; espacio del que las matriarcas no disponen y que queda limitado a un tiempo religioso (y el cuidado de esa tradición y patrimonio) que, a la vez de ser un motivo de excusa para la salida del hogar es un momento de desconexión y encuentro en muchos casos en su consideración de relajación⁸.

Es en esos años, cuando en la provincia de Ourense se tiene constancia en el registro del Gobierno Civil provincial, de la inscripción de una asociación de mujeres (7/2/1968)⁹. Pero las matriarcas de aldea no tenían una organización o un espacio y tiempo para ellas, para su aprendizaje, charla, encuentro, distracción y lucha.

6. Trabajo de hilado y preparación de tejidos, en el cual se daba lugar a fiesta de encuentro y baile al acabar la labor.
7. TV española comienza a emitir en 1956; en los años 70 en Galicia había cerca de 900 aparatos instalados en los teleclubs creados en el rural (Revista Teleclubs)
8. Manifestación en las entrevistas realizadas a 50 mujeres de asociaciones.
9. Información tlf. Del servicio de la Conselleria de Igualdade, entidad que continúa en funcionamiento.



A pesar de la protección de derechos que los cambios políticos con la llegada de la democracia producen, y que quedan escritos en la Constitución del 78, el avance de las políticas culturales y sociales olvidan la necesidad del espacio rural. Las políticas vienen marcadas por agentes desconocedores del territorio y sus demandas. La entrada en el mercado común europeo (1986), y el desembolso monetario al país con las contraprestaciones exigidas, marcan de forma más exagerada un antes y un después ya que se modifica de modo total lo agrario, ante las cotas de leche, de carne, de los precios señalados... Esas políticas vistas desde el presente no estaban planteadas para un rural gallego de interior.

Los años 80 y 90, son años de movimiento hacia el capitalismo arrasador; en los que los cambios de la mentalidad de la mujer; formada, instruida e independiente, que ya no considera “tener hijos para el campo”, y en su mayoría en miras de mejora y ante las necesidades generadas con políticas de desarrollo esquivas a los espacios rurales, ya no vive de forma habitual en las aldeas, sino en las villas y ciudades, dando paso a una imagen de aldea con una demografía en descendencia y una visión envejecida en un riesgo de exclusión, ante la situación de alejamiento de espacios donde se llevan a cabo las muestras de cultura y formación, con un abandono del desarrollo del sector primario, por la fortaleza de un sector terciario en las villas, olvidando de nuevo al género femenino que mantiene el hogar y el entorno ambiental (medio-ambiente) de las aldeas.

Es en esos años cuando se hace hincapié desde las políticas gubernamentales, de gestión y burocráticas en el interés del asociacionismo. Asociaciones de todo tipo: juveniles, de defensa de..., de vecinos y de mujeres del medio rural comienzan a surgir desde finales de los 80. La creación de las Asociaciones de mujeres, antes con un órgano de dirección y una organización directiva, con estatutos, normativas y una gestión administrativa, fue fruto de la unión. Mujeres que previamente fueron informadas sobre las ventajas del asociacionismo y que eran incitadas por los partidos en el gobierno de turno y recibían ayudas de las administraciones tanto en su gestión como en lo económico, para el mantenimiento y la actividad de las mismas.

Estos entes han sido los impulsores de espacios de encuentro femeninos en las aldeas, donde las matriarcas han generado un tiempo propio de formación, de información de actividades, de encuentros de charlas de conocimiento. Han sido 20 años en los que las mujeres del rural han aprendido y descubierto, han modificado e introducido innovaciones en sus hogares, con lo aprendido. Lo más



importante es que han sabido diferenciar: tiempo trabajo y tiempo lúdico. Han conseguido cumplir parte de los objetivos marcados en sus estatutos, mejorar y mostrar la gran capacidad femenina bajo los objetivos de aprendizaje, convivencia, elevación de autoestima, empoderamiento, emprendimiento, mejora de la salud, de la autoestima. El número de asociaciones de mujeres pasó a ser de 235¹⁰ en el año 2012, no todas ellas con actualización a las nuevas normativas surgidas en la actualidad, pero, en su mayoría con funcionamiento, aunque resulte independiente de las administraciones.

Pero, los intereses políticos no son iguales que los intereses comunitarios y poblacionales; el despoblamiento continúa en todo el rural y las mujeres que conforman las asociaciones de estos espacios son en un 75% mayores de 65 años.

Las matriarcas han llegado a un empoderamiento, siendo conocedoras de su capacidad de aprender; siendo innovadoras en el empleo de tecnologías digitales, eso sí, casi siempre unido su interés del bienestar familiar. Han obtenido una mejora psicológica que siempre redunde en sus propios hogares. Son conscientes de la necesidad de igualdad de género y, aunque no lo ven factible en su generación, sí la quieren para las posteriores.

En el momento actual de la segunda década del siglo XXI, convulso en lo social, económico y político, donde la situación de la población se ha complicado, las políticas culturales y la gestión cultural que le había dado un valor equivocado a las grandes estructuras e infraestructuras frente a la animación y la intervención social, Puig manifiesta la necesidad de una visión distinta y femenina:

“Mujeres. Por favor. Demasiados machos, hombres viriles, caballeros impecables, profesores sabelotodo, políticos engominados y gestores con diseño encorsetado en las políticas culturales. Las han convertido en masculino estéril. Sólo las mujeres pueden remediarlo; donde hay prepotencia necesitamos acogimiento, donde hay dictado urgimos fecundidad, donde hay mundo nos apetece familia, donde hay razón absoluta queremos sensibilidad”.

(s. f.: p. 76 URL: www.tonipuig.com)

Las matriarcas cubren la labor social y han desarrollado labor de intervención en el patrimonio arquitectónico material en el ámbito rural (iglesias, petos,

10. Información recibida vía tlf. Del personal de la Secretaría Xeral de Igualdade.



cruceiros, lavaderos, balados, plazas y estética de aldea, además del cuidado del medio ambiente), son una labor desenvuelta por matriarcas. Como “Abuelas canguro”, enseñan la riqueza de cultura de forma oral en las nuevas generaciones: cantos, cuentos, tradiciones y modos al igual que oraciones y rezos, algo esto último, a pesar de ser la iglesia una losa sobre las mujeres. Matriarcas que son en muchos casos memorias andantes, para la recopilación de trabajos etnográficos de pasos de baile, de tradiciones gastronómicas o de medicina tradicional.

Las asociaciones, como entes, están llegando a un momento de cansancio generalizado, sin duda debido a causas como la pérdida demográfica continua, la situación del país... aunque, y probablemente como ellas consideran, “¡todo es cíclico!”. Sin duda, la pérdida de base económica, dada la escasez de recursos y las dificultades planteadas por las propias administraciones y las políticas de gestión, también se unen a las causas que dificultan el desarrollo de actividades.

Reconocen haber aprendido a tener un tiempo que las une, motivo “café”¹¹ algo que seguro no vuelve atrás, y provoca el encuentro en sus espacios y su tiempo.

Reclaman su interés en ser consideradas y que sean las administraciones las que se acerquen a sus entornos, y no al contrario, que el personal enviado a través de la administración, en su mayoría local, sea un personal de continuidad¹², ya que en las pocas ocasiones en que es derivada a las aldeas una formación, la misma no es un proyecto de largo plazo. Su deseo de saber y disfrutar continúa: ver teatro, cine, música, recibir formaciones adaptadas, etc.

Matriarcas, cuidadoras del medio ambiente en los espacios que habitan, evitando riesgos de incendios y cuidado del entorno; mantenedoras de estructuras y bienes materiales que son base de antropología; innovadoras y avanzadas en la tecnología.

Matriarcas actrices de la actividad de su aldea como instrumento de dinamización de la animación sociocultural, ASC.¹³

11. Hemos podido comprobar que todas sus actividades y reuniones, como remate tienen en común el momento “café”.

12. Manifiestan que en las ocasiones que reciben un curso, éstos son de corta duración y en las siguientes el personal técnico no es el mismo.

13. Animación sociocultural.



“Es precisamente en esa necesidad de “escapismo” del ciudadano urbano donde el mundo rural puede aparecer con fuerza como un destino buscado. Los turistas-consumidores, si son activos buscan activamente en internet la información para huir de la ciudad cotidiana, y los menos activos necesitan la información ya elaborada, proveniente de fuentes mediáticas digitales”.

María Gómez y Patiño

Profesora Grado Periodismo
Universidad de Zaragoza

“Si bien el turismo rural nació en el ámbito de lo local, su éxito se dirime y transita en lo global. Internet es un escaparate sin límites donde todo producto que se exponga en él ve multiplicada su difusión de tal forma que resulta prácticamente imposible cuantificar con exactitud su alcance. Los medios de comunicación digitales podrían llegar a desempeñar un papel fundamental en la expansión y consolidación de este turismo del siglo XXI”.

María Inmaculada Hervás Moreno

Periodista
Doctoranda Universidad de Zaragoza

EL TURISMO RURAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES. IMAGEN Y PRESENCIA

María Gómez y Patiño¹

María Inmaculada Hervás Moreno²

Resumen

El turismo rural en España no ha alcanzado su máxima potencialidad. Se da la aparente paradoja de que, a pesar de que las reservas y contratación para los alojamientos rurales se hacen mayoritariamente por internet, los medios digitales no le dedican al tema demasiado espacio. Este trabajo presenta un trabajo empírico sobre la presencia del tema “turismo rural” en los medios de comunicación digital. La muestra recoge todos los artículos publicados desde el 1 al 30 de junio de 2014, utilizando como motor de búsqueda Google, habiendo sido analizados 86 medios de 15 comunidades autónomas, cifras que nos permiten presentar algunas conclusiones.

Palabras clave: *turismo rural, medios de comunicación digital, internet, influencia social.*

Turismo rural, comunicación y desarrollo

Desde finales del pasado siglo, y en especial desde comienzos del actual, internet, como “red de redes” (CHIANG, KING y NGUYEN, 2011, DI PIETRO, WANG,

1. Profesora Grado Periodismo, Universidad de Zaragoza.

2. Doctoranda Universidad de Zaragoza. Licenciada en Periodismo.



ROMPF Y SEVERT, 2007, LAW, 2000, LO, CHEUNG & LAW, 2002, LUNA BERENGUER y CONTRI, 2013b), se ha convertido en una herramienta indispensable para la adquisición de todo tipo de servicios y productos. Uno de los sectores que más se ha beneficiado de esta macro-red ha sido el turismo y su entorno. A final de la década de los noventa, el impacto de internet en el marketing de viajes y de turismo era mayor que el de ninguna otra tecnología (OMT, 1999)³.

El turismo de *sol y playa* en España es desde hace algunas décadas un turismo internacionalmente conocido que ocupa un espacio en la industria turística mundial y que constituye una buena parte del PIB. A este respecto cabe recordar que la actividad turística en 2012 alcanzó el 10,9% del PIB⁴ (lo que supuso una décima más que el año anterior) y representó el 11,9% del empleo; además ha demostrado ser uno de los pocos sectores económicos que ha soportado los vaivenes de la crisis sistémica económica que en el último lustro han sacudido la economía mundial, consolidando así su futuro como sector. Junto a él, y confluyendo en esta misma industria y en los mismos parámetros macroeconómicos, existe un turismo menor (si nos referimos a los datos cuantitativos) que ocupa un espacio destacado y que convendría fomentar dentro de lo que se entiende por turismo sostenible. GARRIDO LORA (2005) hace referencia a la publicidad que se hace para el turismo interior o rural, con expresiones como “paraíso interior”. Lo cierto es que aun siendo un ‘paraíso’ nuestra España rural, es un paraíso desconocido, del que no se informa, no existe, y por lo tanto, no lo es.

Asimismo y según consta en la Comunicación de la Comisión Europea [COM (2010) 352 final]⁵ sobre *Europa, primer destino turístico del mundo*, el turismo es una actividad económica capaz de generar crecimiento y empleo en la UE, contribuyendo al mismo tiempo al desarrollo y a la integración económica y social, en particular de las zonas rurales y de montaña, las regiones costeras y las islas, las regiones periféricas, las regiones ultraperiféricas o las regiones en proceso de

3. Consejo empresarial de la OMT (1999): Promoción de destinos turísticos en el ciberespacio. OMT, Madrid, septiembre de 1999.
4. Instituto Nacional de Estadística, INE. El peso de la actividad turística en 2012 alcanzó el 10,9% del PIB y el 11,9% del empleo. Nota de prensa, 27 de diciembre de 2013. <http://www.ine.es/prensa/np829.pdf>
5. COM (2010) 352 final, Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre *Europa, primer destino turístico del mundo: un nuevo marco político para el turismo europeo*. Bruselas, 30.06.2010.



convergencia, con cerca de 1,8 millones de empresas, esencialmente PYME, que ocupan aproximadamente al 5,2% de la mano de obra total (es decir, alrededor de 9,7 millones de puestos de trabajo, con una proporción importante de jóvenes). La industria turística europea⁶ genera más de un 5% del PIB de la UE, una cifra en constante crecimiento⁷. Así, el turismo constituye la tercera actividad socioeconómica más importante de la UE, después de los sectores del comercio y la distribución, y la construcción. Si tenemos en cuenta los sectores relacionados con él, la contribución del turismo al producto interior bruto es todavía más importante; se estima que da lugar a más del 10% del PIB de la Unión Europea y que proporciona un 12% del empleo total. En relación con esto, si se observa la tendencia de los últimos diez años, el crecimiento del empleo en el sector turístico ha sido casi siempre más importante que en el resto de la economía.

Por otra parte, la Unión Europea sigue siendo el primer destino turístico del mundo, con 370 millones de llegadas de turistas internacionales durante el año 2008, lo que representa un 40% de las llegadas en todo el mundo⁸:

“El sector turístico tiene un potencial importante de desarrollo de la actividad empresarial, ya que la gran mayoría de las empresas turísticas son pequeñas y medianas empresas (PYME). Además, presenta sinergias importantes con la artesanía y los oficios artísticos, que pueden contribuir a conservar el patrimonio cultural y a desarrollar las economías locales” (CE, 2010: 8).

Si bien los grandes destinos turísticos son muy conocidos por el turismo en general, el turismo rural trata de ocupar un espacio en la era digital que necesita y merece, no sólo por ofrecer un turismo alternativo al tradicional rico en experiencias, sino y sobre todo, para afrontar el reto de darse a conocer debido a su generalizado olvido en los medios de comunicación que continúan apostando masivamente por los grandes tours internacionales y los productos turísticos consolidados.

6. Proveedores tradicionales de viajes y servicios turísticos (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, alquiler de coches, compañías aéreas de vuelos chárter, autocares de turismo, buques de crucero, etc.), que ofrecen directamente bienes y servicios a los visitantes.

7. Estudios sobre la competitividad del sector turístico en la Unión Europea, septiembre de 2009. En <http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm>

8. Barómetro OMT del turismo mundial, volumen 8, enero 2010.



Es en este espacio donde ubicamos nuestro trabajo, partiendo de la hipótesis de que, a pesar de que es un hecho claramente consensuado y conocido, y que internet es sin duda el medio de satisfacción de la demanda de información por parte de los turistas, los medios de comunicación que transitan por la red, no le prestan demasiada atención. En esta línea se han pronunciado los últimos Congresos de Turismo Rural (ACANTUR-Canarias, 2010; I Congreso Nacional de Turismo Rural en Ávila, 2013; V Congreso Internacional de Turismo Rural “Reino de Navarra”, Pamplona 2014) así como el Informe del Observatorio del Turismo Rural (2013) al afirmar que el futuro del producto de turismo rural pasa inexorablemente por internet, al constatar que el 87% de los viajeros utiliza esta fuente de información para planificar sus viajes. Y es que, a día de hoy, no existe una agencia de viaje específica para tal fin. Abundando en el tema, tal y como se recogió en las conclusiones del V Congreso Internacional de Turismo Rural (Pamplona, 2014), los medios de comunicación digitales no le prestan mucha atención a esta modalidad de turismo, por lo que medir la presencia de las informaciones referidas al turismo rural en los medios digitales se presenta como el objetivo principal de esta investigación.

De forma muy similar, en el I Congreso Nacional de Turismo Rural en Ávila (2013), David Fernández, en su ponencia *El rol de los medios de comunicación en la promoción del turismo rural* señalaba que el papel de los medios de comunicación es fundamental y que han de ser un aliado indispensable, sumado a internet, como soportes para la promoción del turismo rural, para que éste pueda crecer como sector y consolidarse como un mercado importante en España. Asimismo, y en el mismo Congreso, desde el sector turístico se señaló que los medios de comunicación son esenciales a la hora de influir y animar a la sociedad a viajar y a crear inquietudes por conocer distintos destinos.

Así pues, bien podemos afirmar que el turismo rural nació en el ámbito de lo local pero su éxito se dirime y transita en lo global. Internet es un escaparate sin límites donde todo producto que se exponga en él ve multiplicada su difusión de tal forma que resulta prácticamente imposible cuantificar con exactitud su alcance. Y los diversos productos turísticos son un claro ejemplo de ello, ya que “el turismo es una industria intensiva en información e internet es el medio más eficaz de intercambio de información a nivel mundial” (ALONSO y FURIÓ, 2006: 36).

Los profesionales del turismo son conscientes de la necesidad de promocionar a través de los medios de comunicación el turismo rural, haciendo hincapié en el



panorama internacional donde a España se la conoce únicamente como destino de 'sol y playa'. Además consideran necesario "profesionalizar" la comunicación en el sector. También ponen de relieve que si bien los medios de comunicación son fundamentales para las tareas de informar y formar a la audiencia, ésta no es ya una audiencia pasiva, sino que es capaz de decidir qué información quiere y cuándo y cómo la quiere, e internet le facilita esta elección.

Lo cierto es que, más allá de estas opiniones, como afirman LUNA BERENGUER y CONTRI (2013a y 2013b) y ORTEGA y RODRÍGUEZ (2004, 2007) tiene una gran significación la importancia que el turista le otorgue a un medio de comunicación, y en este sentido, los medios de comunicación digitales tienen sin duda un espacio considerable. Por último cabe destacar que por el mero hecho de publicar una noticia curiosa o destacable, los medios de comunicación generan o pueden generar destinos turísticos aun no siendo ésa su intención. Dan a conocer al público un destino que de no ser por la propia noticia no habría tenido tal notoriedad. Un ejemplo muy claro y llamativo fue la noticia generada en torno al *Ecce-homo* de Borja en el verano de 2012. La restauradora octogenaria Cecilia Giménez se vio convertida en protagonista, que dio a conocer su pueblo y generó "una peregrinación" a la parroquia para ver la obra. Más de 140.000 visitantes acudieron a este pueblo aragonés, aumentando claramente el turismo rural.

De hecho, algunos autores, como MAJÓ y GALI (2002), afirman que han sido las TIC (mundo digital) las que están permitiendo o favoreciendo una segmentación de mercados, el desarrollo sostenible, la integración diagonal y el nuevo concepto de turista, los principales impulsores de lo que se conoce como el *Nuevo Turismo*. Aunque no es el tema central de este trabajo, sí aclararemos que los rasgos fundamentales del llamado *Nuevo Turismo*, están caracterizados por la utilización de las TIC's (internet, especialmente) lo que genera un tipo de turismo a la carta, donde cuentan las experiencias personales y las opiniones particulares, y donde el turista es mucho más activo, por lo que requiere también una mayor información.

Si bien es cierto que, como afirman BLANCO y CÁNOVES (2005: 114), "gracias a las TIC's, las pequeñas empresas turísticas pueden proporcionar información directa de sus ofertas a los usuarios finales, atrayendo al público hacia su producto, resolviendo directamente dudas y contratando de manera individualizada, aumentando su valor añadido y haciéndolas más competitivas ante el monopolio de agencias y mayoristas", resulta muy evidente que el papel de los medios de



comunicación se reclama por todos los profesionales del turismo, por lo que resulta muy conveniente analizar la presencia del turismo rural en los medios de comunicación digital. A este respecto, son varias las investigaciones que han cuantificado y valorado la importancia que quienes regentan estos establecimientos otorgan a las nuevas tecnologías (AÑOVER, 2012 y HERVÁS 2014 –tesis doctoral en curso–) así como la importancia que las diferentes instituciones otorgan a la implantación y usos de las mismas (TURESPAÑA, Plan Integral de Turismo Rural, 2014; Observatorio Aragonés de la Sociedad de la Información, OASI, 2014), e incluso sobre internet y sus aplicaciones al sector turístico (ALONSO y FURIÓ, 2006).

En este mismo sentido, PÉREZ ANDRÉS (2007: 20) afirmaba que: “el verdadero reto está en crear unos vehículos de información que, con carácter comarcal, recojan el pulso de la noticia, del suceso...”. Las ciudades no tienen otra fuente de información sobre el mundo rural que no sea la información proveniente de los medios de comunicación (convencionales o digitales) y por supuesto la ingente información que en internet se puede conseguir en la actualidad. Es precisamente en esa necesidad de “escapismo” del ciudadano urbano (GÓMEZ y PATIÑO, 2012), donde el mundo rural puede aparecer con fuerza como un destino buscado. Los turistas-consumidores, si son activos, buscan activamente en internet la información para huir de la ciudad cotidiana y los menos activos, necesitan la información ya elaborada, proveniente de fuentes mediáticas digitales. Tanto para unos como para otros, las escapadas cortas al agro español, a través del turismo rural, son fundamentales.

Como LUNA BERENGUER y CONTRI (2013a y 2013b) afirman, tanto la toma de decisiones, durante la planificación como en destino, se toman utilizando internet; esta declaración reforzaría la importancia de los medios de comunicación digital, puesto que podrían utilizarse tanto en origen como en destino.

En las conclusiones del interesante estudio de ALONSO y FURIÓ (2006) sobre internet y su aplicación a los estudios del sector turístico, se destaca que los banners en la red de redes son el medio más común por el que se publicitan las empresas estudiadas (76,9% de las mismas) para atraer a los viajeros, seguido de los buscadores (67,69%), anuncios en prensa (66,15%) y e-mail personalizado (63,07%). No obstante, le siguen muy de cerca los medios tradicionales de publicidad y comunicación, como son los anuncios en revistas, en radio y en televisión, con un 61,53% cada uno de ellos. Una situación que evidencia la utilización conjunta, por parte de la industria turística, de medios de comunicación



basados en internet y de medios de comunicación tradicionales. “Los primeros presentan como ventajas principales el posibilitar una selectividad de la audiencia, una personalización del contenido y un bajo coste. Pero su mayor limitación es que el mensaje debe ser considerado importante por el receptor, pues en caso contrario se considerará un mensaje basura” (2006: 38-39). Asimismo, en la mencionada investigación, queda demostrado que los anuncios en la televisión –al igual que los medios sobre internet–, combinan el texto, el audio, el vídeo y el movimiento, posibilitando un alto nivel de atracción y atención, al tiempo que presenta una alta cobertura. Como principales inconvenientes señalan “el elevado coste y la elevada saturación de mensajes”, (ALONSO y FURIÓ, 2006: 39).

No cabe duda de que, tanto el contenido como la forma de informar de los entornos, especialmente los rurales, por menos conocidos, irán configurando una imagen propia, la imagen corporativa a la que CAPRIOTTI (1999) alude para todos los ámbitos, donde la intervención de los profesionales de la comunicación es cada vez más necesaria. Desde diferentes enfoques, pero todos ellos para conseguir el desarrollo local, los medios de comunicación se convierten en los aliados necesarios para visibilizar los bienes y valores; productos y servicios que el medio local tiene y que los medios de comunicación pueden dar a conocer al público general. Si bien es cierto que todas las agencias, establecimientos hoteleros o casas rurales cuentan con sus propias páginas webs, el turista en ocasiones necesita información (no opinión como se podría encontrar en blogs o comentarios a ciertos establecimientos). Esta información, como ya anticipara BUHALIS (1998), deberá estar actualizada. En este sentido, los medios de comunicación incorporan noticias actuales, por un lado, y de otro tienen la credibilidad de un medio de comunicación sin interés particular en uno u otro establecimiento.

Sin embargo, el turismo rural, para asegurar el desarrollo local, ha de ser sostenible (GÓMEZ y PATIÑO, 2013), entendiendo por “sostenibilidad” el mantenimiento de las tres dimensiones actuales: la medioambiental, la económica y la social (SANAGUSTÍN *et al.*, 2011). En el caso del turismo, la sostenibilidad social hace referencia expresa a la conservación y puesta en valor del patrimonio histórico y cultural, así como el asentamiento de la población, junto a la generación de empleo y la estabilidad en el mismo con actividades alternativas. Escaso favor sería si se consiguiera una extraordinaria divulgación si ésta solo sirviera para dejar actuar a un turismo depredador, o si no fuera sostenible, por ejemplo. Incluso la eno-gastronomía puede favorecer tanto el turismo como el desarrollo local (GÓMEZ y PATIÑO, *et al.*, 2013). Por tanto, si el turismo es importante para



la economía general y el turismo rural y sostenible lo es para el desarrollo del medio rural en particular; si internet se ha convertido en la herramienta favorita para la búsqueda de destinos turísticos; y, además, si lo que aparece en los medios de comunicación influye en nuestras decisiones, cabe preguntarse si existe algún tipo de relación entre turismo rural-internet-medios de comunicación digitales.

Además, y una vez hechas todas estas consideraciones, cabe señalar que si las funciones de los medios de comunicación convencionales tienen como misiones principales las de informar, formar y entretener, los medios de comunicación digitales tienen exactamente las mismas funciones a las que habría que sumar las características propias de internet, el tipo de lectura que se hace, y el tipo de experiencia que aportan. Por ello, abordaremos tanto la función informativa, la función formativa y la de entretenimiento.

Algunos detalles metodológicos

Siendo conscientes de que existen publicaciones especializadas en turismo rural tanto en papel como en soporte digital, no era ése el objeto de nuestro estudio. Nuestra pretensión era ver cómo se desarrollaba la tarea informativa en los medios digitales, por entender que internet y el nuevo turismo son inseparables. Entendiendo además que la dimensión informativa debería comprender todos los procesos de promoción, divulgación del turismo, hacer un seguimiento del mes de junio, que es el inmediatamente anterior al de las vacaciones masivas por parte de los españoles (julio-agosto) podría arrojar una información interesante para visibilizar la información sobre el turismo rural en todos los medios de

Figura 1. Ficha Técnica. Prensa online y Turismo Rural

Fecha	Junio 2014
Período	1 al 30 de junio de 2014
Nº registros	142
Nº medios analizados	86 medios de comunicación
Origen medios de comunicación	15 Comunidades Autónomas
Promedio extensión artículo	488 palabras / artículo
Artículo menor	93 palabras
Artículo mayor	1990 palabras

Elaboración propia.



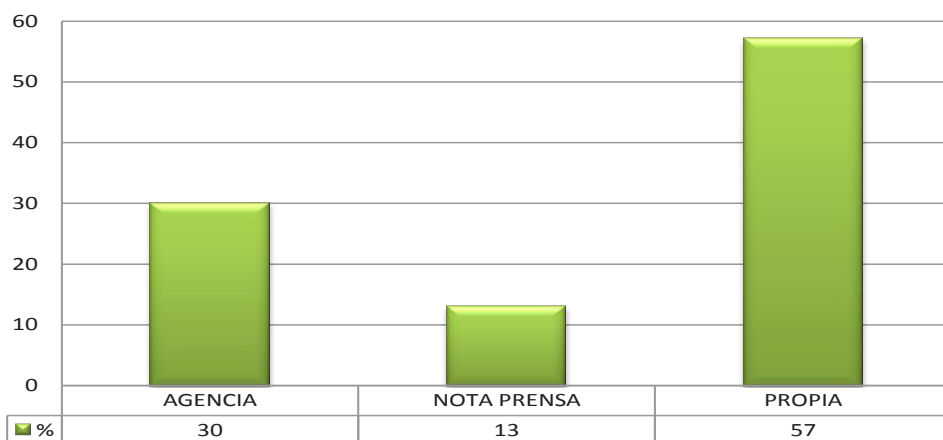
comunicación digitales. Por tanto, esta investigación pone de manifiesto la relación que estos dos sectores –internet y turismo rural– tienen o pudieran tener. Realizaremos una aproximación de doble vertiente: cuantitativa y cualitativa que permitirá ver la cobertura de los medios de comunicación digitales sobre turismo rural y su tratamiento. A continuación se reflejan los datos contenidos en la *figura 1*.

Fuentes de información

Para quienes estudian el contenido de los medios de comunicación, uno de los principales factores es conocer cuál es la fuente de información de la noticia ya que la procedencia de la misma nos indica –entre otros datos– el peso e importancia que ese tema tiene en la planificación del contenido.

Teniendo en cuenta que básicamente en los medios de comunicación existen dos tipos de fuentes: las fuentes propias (redactores, colaboradores, corresponsales, archivos, etc.) y las fuentes externas (gabinetes de prensa, agencias de noticias, etc.), en el presente estudio se observa que más de la mitad de los medios analizados (57%) han publicado noticias propias relacionadas con el turismo rural, lo que detona un cierto interés de los medios por este tema. Asimismo, como se puede observar en la *figura 2*, un 30% ha recogido informaciones provenientes de

Figura 2. Procedencia de la información



Fuente: Investigación y elaboración propia.



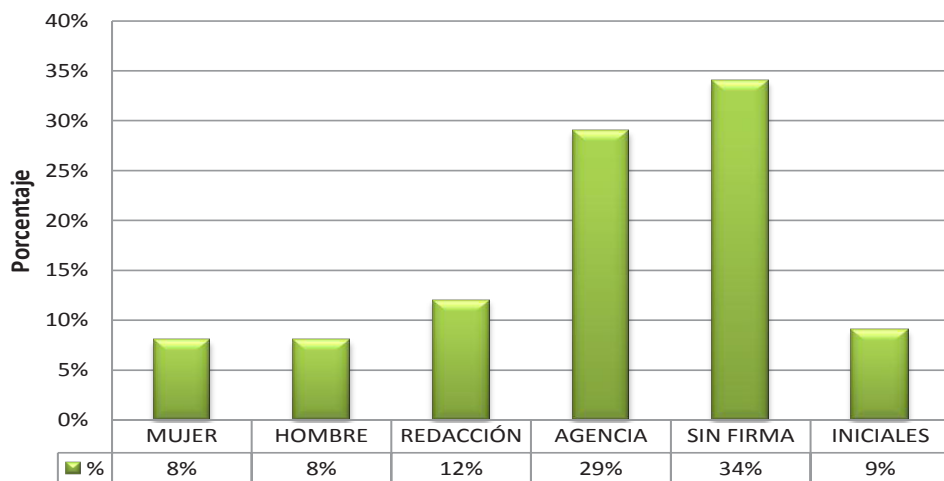
diferentes agencias de noticias y un 13% lo ha hecho utilizando las notas de prensa que las diferentes Instituciones y organismos emiten asiduamente a través de sus propios gabinetes de comunicación.

Autoría de la noticia

En los datos expuestos en la *figura 3*, un 34% de las informaciones recogidas sobre turismo rural han sido publicadas de forma anónima, es decir, que nadie de la redacción se hace responsable de la misma, asumiendo el propio medio la autoría del contenido de la citada información. Este porcentaje está estrechamente relacionado con el dato del 57% expuesto en la anterior *figura* sobre la procedencia de la información (propia).

En el lado opuesto se encuentra la cifra de un 25% de noticias con autoría reconocida de las que un 8% han sido escritas por mujeres, un 8% por hombres y un 9% están respaldadas por las iniciales, lo que denota que son periodistas habituales en el medio y que gozan de un cierto reconocimiento. Asimismo, en el análisis de las informaciones recogidas nos hemos

Figura 3. Autoría de la información



Fuente: Investigación y elaboración propia.



encontrado con un 29% cuya autoría corresponde a una *Agencia* de prensa y con un 12% firmadas por la *Redacción*. A este respecto, por experiencia profesional podemos decir que un artículo firmado por *Redacción* nos indica –generalmente– que el periodista ha utilizado una fuente de información externa (nota de prensa, informe, comunicado, etc.), a la que ha añadido algunos datos (los menos).

El género⁹ periodístico

En el análisis que nos atañe, el género periodístico es otro de los ítems que aportan información sobre la importancia que el tema tiene en el medio de comunicación. En general, se informa de los temas relacionados con el turismo rural pero no se opina, no se hacen editoriales, ni se encargan artículos de opinión, ni se profundiza en la trascendencia del mismo, aunque el sector turístico tenga un peso considerable en la economía no sólo nacional sino también regional y local. Es decir, que se informa pero no se opina.

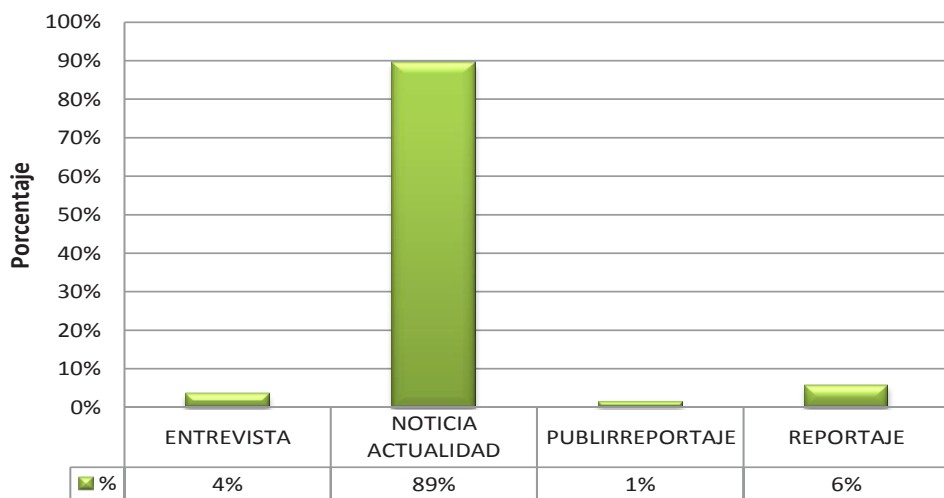
Al indagar sobre el tipo de información publicada (género periodístico) nos hemos encontrado con el hecho de que el total de las noticias, 100%, pertenecen al ámbito del género periodístico 'informativo'. Si bien es cierto que, a pesar de la abundante bibliografía que existe sobre los géneros periodísticos (CASASÚS y NÚÑEZ, 1991, MARTÍNEZ, 2004, NÚÑEZ, 1995, entre otros) todavía no existe un criterio unánime a la hora de clasificar los diferentes tipos de información que aparecen en los medios de comunicación. A este respecto, según la tradición latina o europea, se pueden agrupar en tres bloques: género informativo (noticia, reportaje objetivo, entrevista, principalmente), género interpretativo (crónica, reportaje interpretativo, entrevistas) y género de opinión (editorial, columna de opinión, crítica, etc.). Sin embargo, la corriente anglosajona los sintetiza en dos grupos: género informativo (*story*) y de opinión (*comment*).

Principalmente nos hemos encontrado con artículos que reflejaban la actualidad alcanzando el 89% de la información publicada. Asimismo, tan sólo un 6% responde a la publicación de reportajes y un 4% a entrevistas personales. En este caso, cabe señalar que la entrevista se realiza siempre que hay una renovación de cargos en alguna de las asociaciones vinculadas al turismo rural de ámbito nacional

9. El concepto de "género periodístico" fue utilizado inicialmente por JACQUES KAYSER, quien en 1952 veía en este concepto uno de los criterios para la clasificación de los contenidos de la prensa.



Figura 4. Género periodístico de la noticia



Fuente: Investigación y elaboración propia.

o regional. En cuanto al *publirreportaje* se realiza en contadas ocasiones y sólo cuando se inaugura un nuevo establecimiento con el objetivo de darse a conocer masivamente.

Noticias aumentables (con enlaces a otras informaciones)

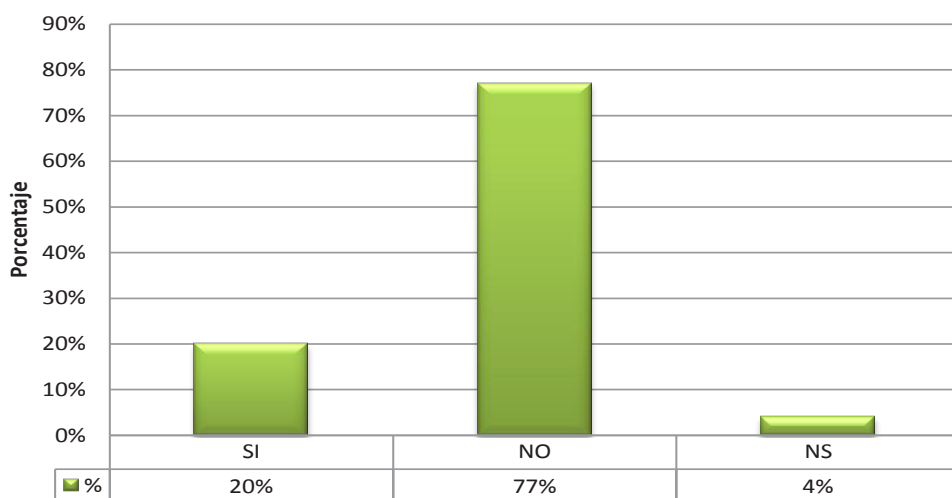
Una de las grandes ventajas de los medios de comunicación digitales (o en red) es el plus de contenidos que pueden incorporar a las noticias publicadas a través de diversos enlaces. Cada noticia se convierte así en la puerta de entrada a un importante bagaje informativo y documental que nos permite recorrer toda la trayectoria de la misma desde sus inicios hasta la actualidad. Así, frente a la noticia tradicional y estática de los medios impresos en papel, las noticias aparecidas en los .es, .com, .org, .net, etc., ganan no sólo en inmediatez sino también en dinamicidad.

A priori, podríamos decir que toda información que aparece en un medio de comunicación digital y que tenga un cierto peso en el mismo, debería incluir



uno o dos enlaces, para reafirmar o ampliar el tema abordado. Sin embargo, y ateniéndonos a los resultados obtenidos en la presente investigación, tan sólo un 20% de las informaciones relacionadas con temas de turismo rural incluían algún enlace ampliando la misma. Frente a esta insignificante cifra, un 77% de noticias que no incluían ningún enlace, publicando la misma información que la aparecida en la versión impresa en papel (los medios que tienen ambos formatos). El 4% restante de noticias corresponde a medios de comunicación que ofrecen información de pago y que, por lo tanto, desconocemos si incluyen o no enlaces a otras informaciones.

Figura 5. Información dinámica o estática



Fuente: Investigación y elaboración propia.

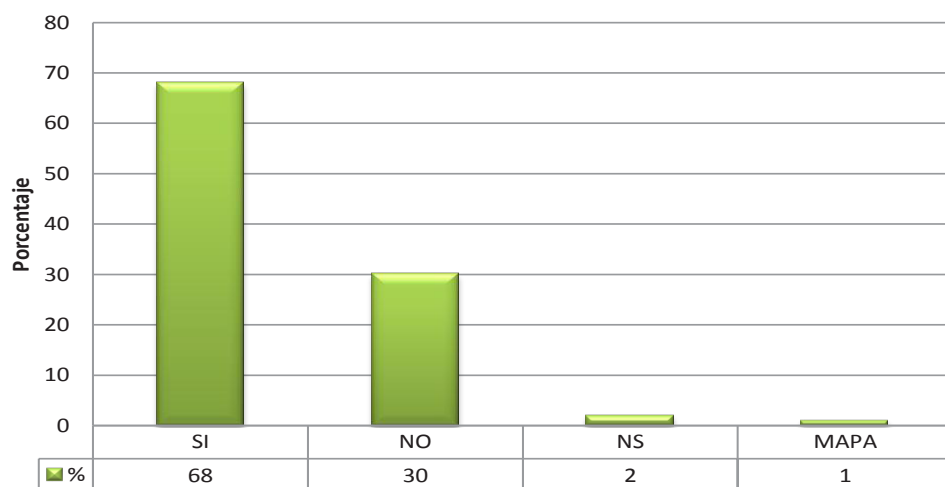
Despliegue gráfico

En una sociedad como la actual en la que el tiempo y el uso del tiempo, son factores altamente valorados, el consumo masivo de información se ha convertido en una breve consulta sobre el contenido de los medios de comunicación. Se leen los titulares en los dispositivos móviles y se echa un primer vistazo a las imágenes que la acompañan, y que hablan por sí solas.



En un tema como el turismo rural cuyo atractivo reside en ver las zonas geográficas en las que se ubica, en la espectacularidad de las actividades que se realizan, en el entorno donde está instalado el alojamiento rural e incluso el tipo de alojamiento del que se trata (molinos rehabilitados, antiguas casas de labranza, bordas, casonas, pazos aislados, etc.), las imágenes tienen un peso especial en las informaciones. Esta hipótesis queda reafirmada al observar que casi un 70% de las informaciones que abordan el tema del turismo rural, incluyen fotografías relacionadas con la noticia. No obstante, y frente a este porcentaje, hemos detectado que un 30% de los artículos periodísticos no ofrece ninguna imagen (fotografía, mapa, gráfico, etc.), lo cual no habla muy a favor de la consideración que el medio muestra hacia el tema.

Figura 6. Información acompañada de imágenes



Fuente: Investigación y elaboración propia.

Extensión de las informaciones

Al ser ésta una investigación en diarios digitales, no es posible conocer cuál es la ubicación exacta de la noticia dentro del medio (la sección y/o página), y contar así con un dato más que nos aproxime a esta visualización del turismo rural en la prensa digital. Sin embargo, sí que hemos podido medir la extensión de la noticia, lo que nos permitirá aproximarnos a este aspecto.

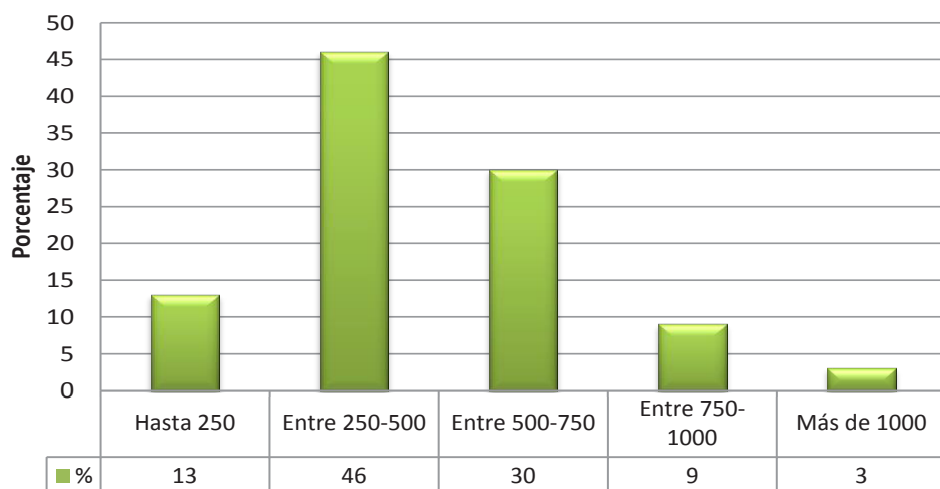


En el análisis cuantitativo de las informaciones, observamos que las noticias que contienen entre 250 y 500 palabras son las más habituales representando el 46% de los artículos publicados. A este respecto hay que tener en cuenta que 250 palabras representan alrededor de una columna informativa en un diario impreso.

Asimismo, las informaciones de entre 500 y 750 palabras representan el 30% de los artículos publicados, mientras que los de menos de 250 palabras son el 13% de las noticias recogidas.

El 11% restante de informaciones publicadas con un contenido superior a 750 palabras coincide con el porcentaje de género periodístico utilizado (ver *figura 7*) que hacía referencia a entrevistas, reportajes y publirreportajes.

Figura 7. Extensión de la información



Fuente: Investigación y elaboración propia.

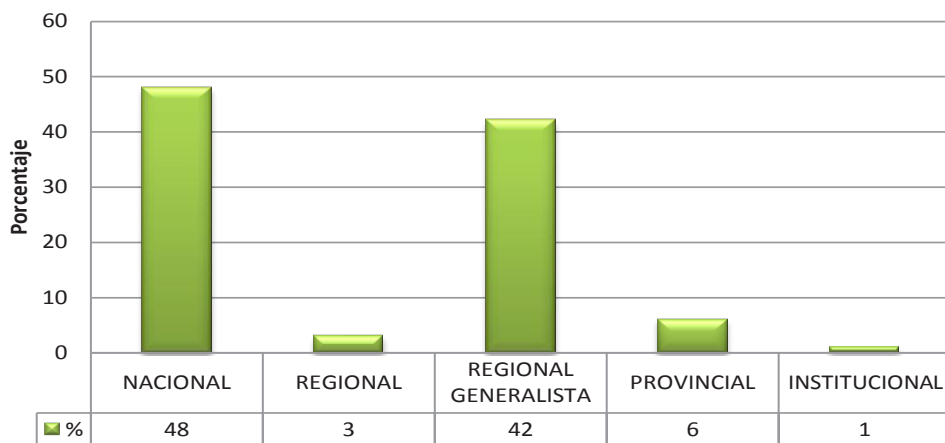
Ámbito geográfico de influencia

En el análisis de este ítem se observa que los medios de comunicación que recogen información sobre el desarrollo del turismo rural, en un 48% son de ámbito nacional y un 42% de ámbito regional, donde la información nacional e



internacional también tiene un peso específico considerable. Por lo general, en el resto de los medios de comunicación ya anuncian en la cabecera su ámbito de influencia, *Diario de información regional*, o *Diario de información provincial*. Este tipo de medios digitales tan solo representa el 9% de los recogidos en la muestra, lo que viene a corroborar que, al igual que resto de productos que se exhiben en la red, si estos diarios quieren ser más vistos tendrán que posicionarse mejor en los distintos buscadores de información. De ahí que tan sólo se recoge un 1% de información proveniente de Instituciones locales o provinciales, a pesar de la enorme cantidad de comunicados de prensa que éstas emiten habitualmente.

Figura 8. Ámbito del medio de comunicación



Fuente: Investigación y elaboración propia.

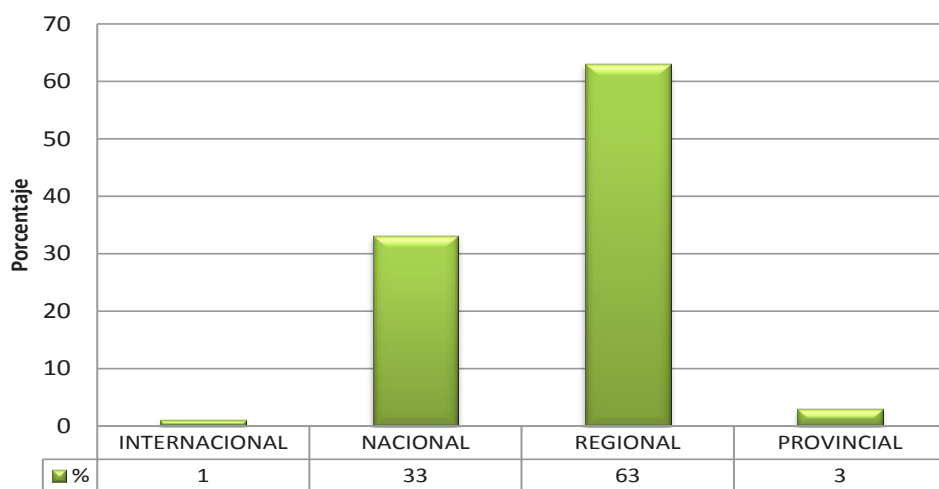
Referencia a su comunidad o a otras comunidades autónomas

“Vender nuestro turismo”. Ésta podría ser la frase que resumiera el resultado del análisis del presente ítem. Los medios de comunicación de Aragón escriben sobre el turismo rural que se puede hacer en Aragón, los de Andalucía publican informaciones referidas a su Comunidad Autónoma y así todas las regiones. Así pues, bien podríamos decir que se trata de una información de consumo interno regional puesto que representa el 63% de las noticias publicadas.



Por otra parte, un 33% de los artículos publicados hace hincapié en informaciones que incluyen datos nacionales (programas, planes etc.) que pueden resultar de interés para todas las personas relacionadas con este sector.

Figura 9. Contenido de la información



Fuente: Investigación y elaboración propia.

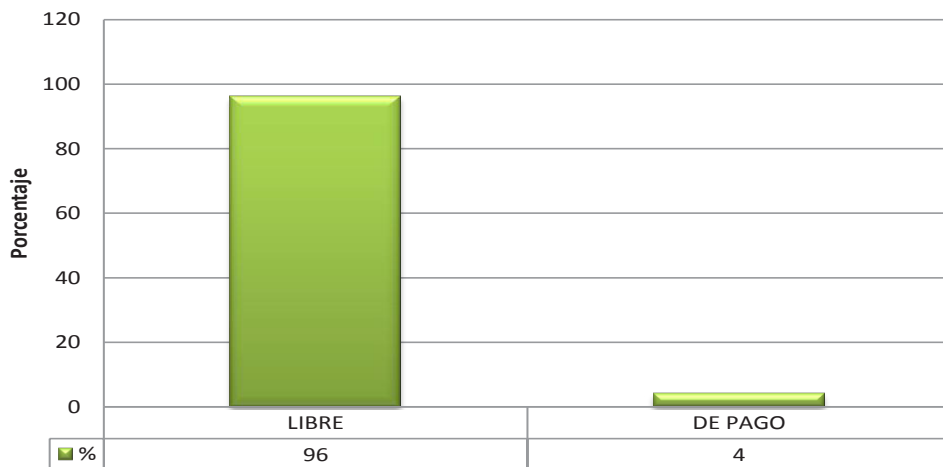
Información de acceso abierto o de pago

Como podemos observar en la siguiente *figura*, la prensa digital es mayoritariamente de acceso abierto a los lectores. No obstante, cabe señalar que en el listado de medios que se han analizado, el peso de los grandes periódicos de referencia nacional (*El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia*, *ABC*, *El Periódico*), así como de referencia regional (*Heraldo de Aragón* y *La Voz de Galicia*), tan sólo representan un 10% de presencia.

Respecto a la información con acceso restringido (de pago) tan sólo hace referencia al Periódico en sus diversas regiones (*El Periódico del Mediterráneo* o *El Periódico de Extremadura*).



Figura 10. Información libre o de pago



Fuente: Investigación y elaboración propia.

Procedencia del medio de comunicación

En la siguiente *figura* queda reflejado por Comunidades Autónomas cuáles son los medios de comunicación ubicados en ellas que más espacio le han dedicado al tema del turismo rural en el período de estudio (junio 2014).

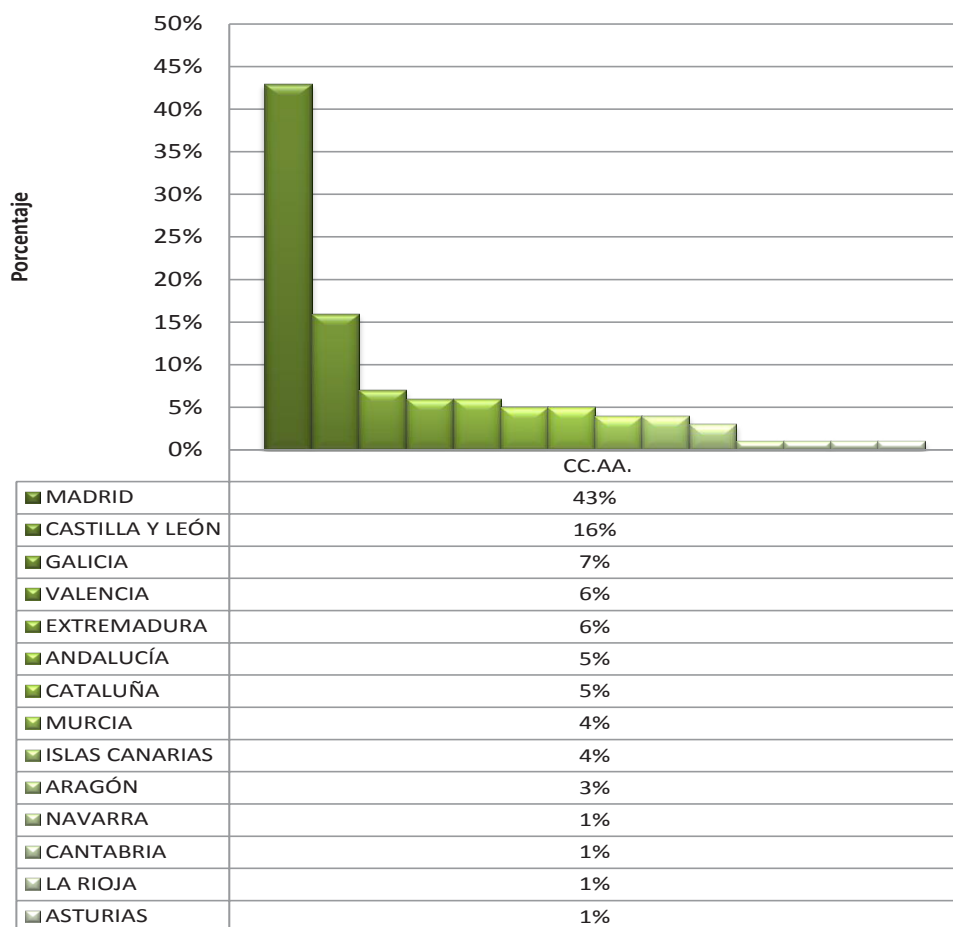
Como se puede observar, los medios cuya redacción central se encuentra en la capital de España, son los más activos a la hora de visibilizar los temas de turismo rural. No obstante, cabe señalar que en la capital se encuentran todas las Agencias de Información (*EFE, Europapress*) que nutren diariamente a los medios de todas las Comunidades Autónomas.

Si los medios de comunicación digitales de Madrid y alrededores generan el 43% de la información recogida sobre turismo rural, los de la Comunidad de Castilla y León le siguen en importancia con un 16% de publicaciones realizadas. Ello denota la importancia que para esta comunidad autónoma tiene esta actividad económica. No obstante, y en lo concerniente a Madrid es necesario precisar que del 43% total, un 18% son periódicos digitales y el resto agencias de información y revistas especializadas.



A continuación, a gran distancia, le siguen las Comunidades de Galicia (7%), Extremadura y C. Valenciana (6%), Cataluña y Andalucía (5%), Murcia y Canarias (4%), Aragón (3% de informaciones publicadas) y Asturias, Cantabria, La Rioja y Navarra (1%) cierran este listado.

Figura 11. Procedencia del medio de comunicación



Fuente: Investigación y elaboración propia.

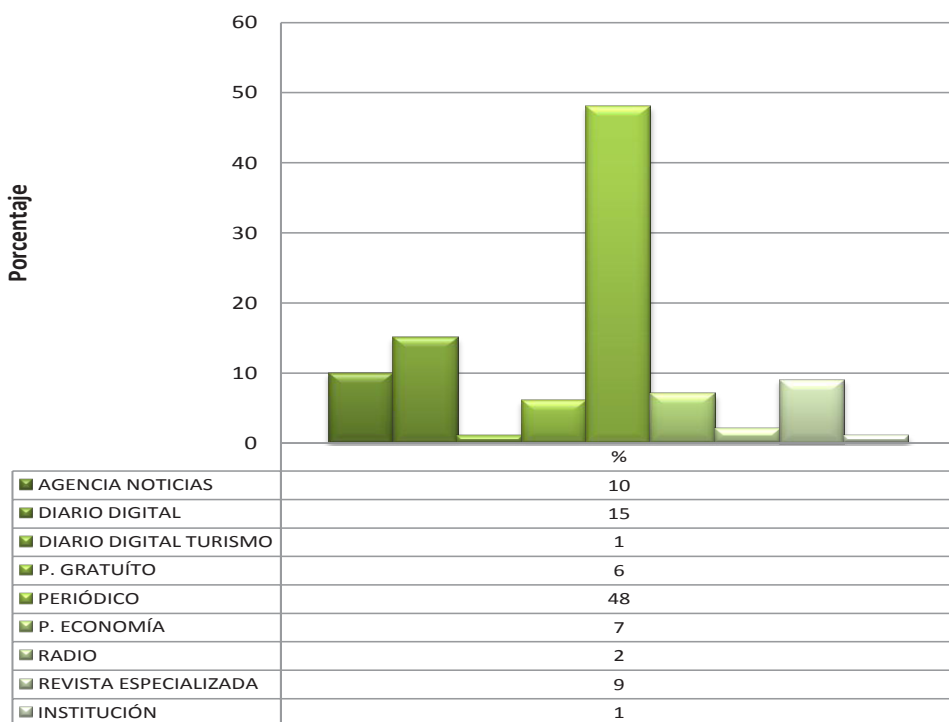


Tipo de medio de comunicación que publica la información

En el presente análisis sobre la visualización del turismo rural en la prensa digital, analizamos ahora qué tipo de medio de comunicación ha sido el emisor de la información.

En la *figura 12* podemos observar que el periódico tradicional y de contenido generalista es el que con mayor frecuencia aborda el tema del turismo rural representando el 48% de los medios analizados. Son periódicos que mantienen la doble edición, es decir, impresa en papel (y de pago) y su versión on-line. A continuación le siguen los medios de comunicación que tan sólo cuentan con su formato digital (15%), y las Agencias de Información (10%).

Figura 12. Tipología medio de comunicación digital



Fuente: Investigación y elaboración propia.



Paradójicamente, tan sólo un 9% de las revistas especializadas en turismo, le dedican algún espacio informativo al sector del turismo rural. La razón de ello bien la podemos encontrar en las contraprestaciones que reciben por medio de los ingresos en publicidad de todos los sectores relacionados con el turismo de *sol y playa* (mayoristas, campañas nacionales e internacionales de promoción turística, grupos empresariales, etc.). Estas inversiones publicitarias son inasumibles por parte de quienes regentan los establecimientos de alojamiento rural.

Asimismo, llama la atención que los medios de comunicación de índole económico (con un 7%) y los de distribución gratuita (con un 6%) sean considerablemente activos a la hora de visualizar las noticias relacionadas con el turismo rural.

Sección donde se inserta la información

Por último, analizaremos ahora la ubicación de las noticias sobre turismo rural en el medio de comunicación, es decir, en qué sección las podemos encontrar.

En primer lugar se comprueba si este tipo de información tiene una sección fija en los medios de comunicación, o si por el contrario, se pueden encontrar en cualquiera de ellas. El resultado del estudio nos revela que en el 97% de los casos las noticias e informaciones relacionadas con el sector turístico no tienen una sección fija. Tan sólo un 3% la tiene. Los medios de comunicación que sí tienen una sección propia son las Agencias de Información (www.efeverde.com y www.europapress.turismo.es), la revista especializada www.revista80dias.es y el diario de información económica www.eleconomista.es.

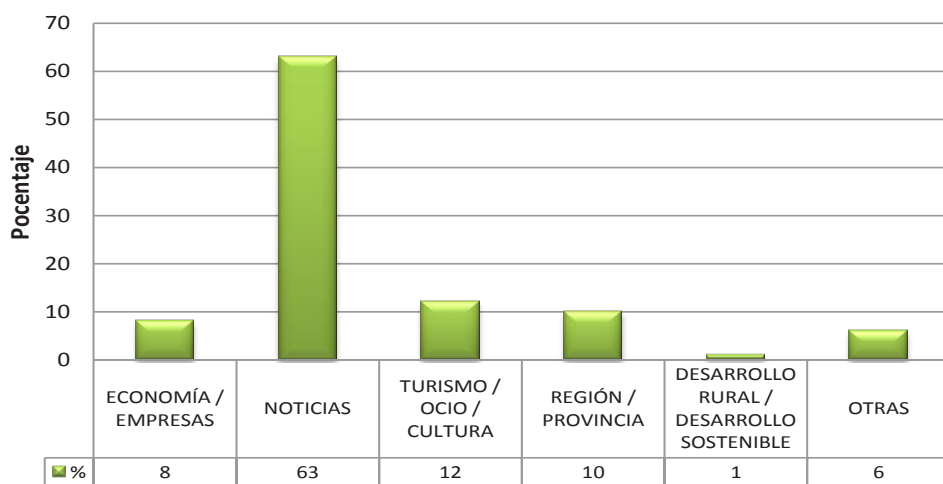
Esta dispersión informativa (el 97% de las noticias de turismo rural no tiene una sección fija) no hace fácil ni la localización ni el seguimiento de esta información en los medios digitales, conclusión que se puede extrapolar a los medios de comunicación impresos. Como se puede observar en el análisis de la muestra, la sección más habitual donde localizar esta información es en la macrosección "Noticias" donde se publican informaciones de cualquier tema y contenido, siempre y cuando no estén relacionadas con los temas de deporte (con sección propia), internacional (con sección propia), e incluso espectáculos (con sección propia), por citar algunas de las secciones fijas de los medios impresos.

El abanico de secciones donde hemos localizado las noticias relacionadas con el turismo rural queda estructurado de la siguiente forma: un 63% de noticias de



turismo rural aparecen en una sección denominada “Noticias”; el 12% en varias secciones relacionadas con el turismo, el ocio y la cultura; el 10% las publican dentro de la sección de “noticias provinciales o regionales”; y, el 8% se encuentran en las secciones de empresas y economía. Asimismo, un 6% de informaciones sobre turismo rural se hallan en secciones tan dispares como deportes, local, agenda, miscelánea o sociedad, entre otras. Por último, tan sólo el 1% de las informaciones relaciona el turismo rural con la sección de “desarrollo sostenible” o “desarrollo rural”, sección que corresponde a una Agencia de Información.

Figura 13. Sección de las noticias de TR



Fuente: Investigación y elaboración propia.

A modo de conclusión

Parece conveniente decir que, debido a la enorme cantidad de hechos noticiables que se producen a diario en cualquier rincón del planeta, ocupar un espacio en los medios de comunicación tanto impresos como digitales, no es tarea fácil. Además, no hay que olvidar que los medios de comunicación son, principalmente, empresas y como tales están sujetas al resultado de sus balances económicos. En otros términos: *hay que publicar lo que vende*, lo que



supuestamente interesa a la sociedad y, a la vista de los resultados de este estudio, el turismo rural, hoy por hoy, no parece interesar en exceso. Por ello, a la vista de los datos expuestos, se podría afirmar que la prensa digital –tanto la generalista como la especializada– no suele recoger informaciones relacionadas con el turismo rural, mostrando poco interés por la promoción de este sector económico. Ello se manifiesta, entre otros aspectos en que en un 97% no les otorga una sección fija a la que puedan acudir directamente quienes estén interesados en el tema, obligándoles a hacer un largo recorrido por numerosas secciones, con el riesgo de perderse en el camino virtual, con frecuencia.

De otro lado, podría desprenderse que, si como ya se ha expuesto anteriormente, tanto durante el proceso de la toma de decisiones en la planificación del viaje como en destino se toman utilizando internet, se estarían minusvalorando e infrautilizando los medios de comunicación digital, dado que éstos pueden utilizarse tanto en origen como en destino. Igualmente, se estaría infravalorando el hecho diferencial entre la prensa en papel y la digital (publicada en internet) que es sin duda, su interactividad. Éste es un recurso que no suele utilizarse en la prensa digital, convirtiendo las informaciones relacionadas en materia de turismo en meras extensiones de lo que aparece en papel, cuando no exactamente lo mismo.

En definitiva, podríamos concluir que los medios de comunicación digital ofrecen escasa información. No tienen una sección específica para el turismo rural y, además, no ofrecen opinión, siendo ésta una información que los turistas no buscan en los portales particulares de los establecimientos turísticos, con lo que las funciones principales de los medios de comunicación (en este caso digital) no estarían cubriendo todas sus funciones.

Además, dada la escasa o nula presencia en los medios de referencia nacional del tema que nos ocupa –turismo rural–, sería deseable que éstos dedicaran algún espacio a la información en los puntos de origen mayoritarios, es decir, las grandes ciudades consumidoras de turismo rural, dado que será bastante más infrecuente que el residente en estas ciudades acuda a los medios de comunicación local o autonómicos.

La cobertura del tema del turismo rural, en cuanto a la sostenibilidad de su existencia, debería ser un tema de información/formación y entretenimiento para el ciudadano medio, con independencia de que busque un destino de vacaciones o no.



Y es que, si bien el turismo rural nació en los años 90 del pasado siglo en el ámbito de lo local, hoy su éxito se dirime y transita en lo global. Internet es un escaparate sin límites donde todo producto que se exponga en él ve multiplicada su difusión de tal forma que resulta prácticamente imposible cuantificar con exactitud su alcance. Los medios de comunicación digitales podrían llegar a desempeñar un papel fundamental en la expansión y consolidación de este turismo del siglo XXI.

Esta pequeña aproximación a la presencia del tema del "turismo rural" en los medios digitales puede abrir una pequeña brecha a través de la cual se podría continuar investigando, lo que permitiría poder ofrecer mayor información tanto de interés general como específico.

Listado medios de comunicación consultados

www.laverdad.es	www.elapuron.com	www.elnortedecastilla.es
www.heraldo.es	www.europapress.es	www.hostnews.es
www.elcorreodeburgos.com	www.lavanguardia.com	www.equiposytalento.com
www.eldiario.es	www.regiondigital.com	www.hosteltur.com
www.larazon.es	www.laopiniondezamora.es	www.laopiniondemurcia.es
www.sorianoticias.com	www.radiohuesca.com	www.salamanca24horas.com
www.informaria.com	www.rhpress.com	www.diariodenavarra.es
www.revista80dias.es	www.finanzas.com	www.cronicanorte.es
www.eleconomista.es	www.rhhdigital.com	www.elseisdoble.com
www.expansion.com	www.agrodigital.com	www.valenciabusiness.es
www.latribunadetoledo.es	www.elperiodicoextremadura.com	www.elperiodicomediterraneo.com
www.efeverde.com	www.avilared.com	www.alhama.com
www.muypymes.com	www.laplanaaldia.com	www.andaluciainformacion.es
www.expreso.info	www.tecnohotelnews.com	www.lavozdegalicia.es
www.denia.com	www.hoy.es	www.noticiasdenavarra.com
www.eldia.es	www.lainformacion.com	www.agroinformación.com
www.abcblogs.abc.es	www.noticiashuesca.com	www.diariodigitaldeleon.com
www.20minutos.es	www.periodistadigital.com	www.elalmeria.es
www.diariodehuelva.es	www.viajaratope.com	www.ecoticias.com
www.farodevigo.es	www.diariodeleon.es	www.bolsamania.com
www.icalnews.com	www.teinteresa.es	www.digitalextrmadura.com
www.lasprovincias.es	www.murcia.com	www.eldiadevalladolid.com



www.laopinioncoruna.es	www.02b.com	www.hosteleriadigital.es
www.salamanca24horas.com	www.elcorreodeburgos.com	www.ileon.com
www.diariodeavisos.com	www.elcorreogallego.es	www.lagacetadesalamanca.es
www.elcomercio.es	www.laopiniondetenerife.es	www.malaga.es
www.lainformacion.com	www.murciaeconomia.com	www.radioarlanzon.com
www.abc.es	www.tribunasalamanca.com	www.revistagq.com
www.asturias24.es	www.agenttravel.es	www.eldiario.es
www.noticiasdemadrid.es	www.elmundo.es	

Referencias

- ALÉN, M. E. y RODRÍGUEZ, L. (2009): Análisis de los determinantes del uso de fuentes de información previas al viaje y de las oficinas de turismo en destino. En *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 18 (2009), pp. 546-566.
- ALONSO PÉREZ, M. y FURIÓ BLASCO, E. (2006): Internet y sus aplicaciones al sector turístico. Universidad de Valencia. [En línea] <http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/11/94/39/PDF/internetTurismo.pdf>. (Consulta, 2 agosto 2014).
- AÑOVER, M. (2012): *Mujeres empresarias. Acciones y estrategias en Aragón*. Tesis Doctoral inédita. Universidad de Zaragoza.
- BLANCO ROMERO, A. y CÁNOVES I VALIENTE, G. (2005): Las tecnologías de la información y la comunicación en el desarrollo del turismo rural. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, n° 36, pp. 105-117.
- BUHALIS DIMITRIOS (1998): Strategic use of information technologies in the tourism industry. En *Tourism Management*, vol. 19, n° 5, pp. 409-421.
- CÁNOVES I VALIENTE, G., VILLARINO, M., PRIESTLEY, G.K., y BLANCO ROMERO, A. (2004): Rural tourism in Spain: an analysis of recent evolution. En *Geoforum*, n° 35, pp. 755-769.
- CAPRIOTTI, P. (1999): *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Barcelona, Ariel.
- CASASÚS, J. y NÚÑEZ, L. (1991): *Estilo y género periodísticos*. Barcelona, Ariel.
- CHIANG, CH., KING, B. E. y NGUYEN, T. H. (2011): Information searching and the travel behaviours of MICE Travelers: a cross-cultural study. En *International Journal of Tourism Research*, vol. 1, pp. 1-13.
- COMISIÓN EUROPEA, CE (2010): *Europa, primer destino turístico del mundo: un nuevo marco político para el turismo europeo*. COM (2010) 352 final, Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Bruselas, 30.06.2010.



- DÍAZ SORIA, I. y LLURDÉS COIT, J. C. (2013): Reflexiones sobre el turismo de proximidad como una estrategia para el desarrollo local. *Cuadernos de Turismo*, nº 32, pp. 65-88.
- DÍAZ LUQUE, P. y JIMÉNEZ MARÍN, G. (2013): La web como herramienta de comunicación y distribución de destinos turísticos. Análisis y modelos. *Questiones Publicitarias*, vol. 1, nº 18, pp. 39-55.
- DI PIETRO, R. B., SEVERT, D., ROMPF, P. y RICCI, P. (2005): Visitor at-destination search for travel related services. *FIU Hospitality Review*, vol. 23, nº 1, pp. 51-64.
- DI PIETRO, R. B., WANG, Y., ROMPF, P. y SEVERT, D. (2007): At-destination visitor information search and venue decision strategies. *International journal of tourism research*, vol. 9, pp. 175-188.
- FODNESS, D. y MURRAY, B. (1997): Tourist information search. *Annals of Tourism Research*, vol. 24, nº 3, pp. 503-523.
- GALLARZA, M. G. y GIL SAURA, I. (2005): Desarrollo de una escala multidimensional para medir el valor percibido de una experiencia de servicio. *Revista Española de Investigación de Marketing (ESIC)*, vol. 10, nº 2, pp. 25-60.
- GARRIDO LORA, M. (2005): Comportamiento estratégico de la promoción turística española. *Comunicación*, nº 3, pp. 125-140.
- GÓMEZ Y PATIÑO, M. (2012): *Escapistas de la realidad. Los intangibles del turismo*. Barcelona, Laertes.
- GÓMEZ Y PATIÑO, M. (2013): Mujer y Turismo Rural, ¿opción u obligación? *Revista de Desarrollo rural y cooperativismo agrario*, nº 14, pp. 195-206. ISSN: 1199-7748. <http://cederul.unizar.es/index.php?option=content&task=view&id=222&Itemid=36>.
- GÓMEZ Y PATIÑO, M., PUYUELO ARILLA, J. M., MARTÍNEZ URTÍNEZ URTASUN, J. M. y LOZANO PÉREZ, J. (2013): Claves para la recuperación económica del turismo de interior eno-gastronómico. En GONZÁLEZ TURMO, I. (coord.): *Respuestas alimentarias a la crisis económica*, con http://www.amazon.es/Respuestas-alimentarias-crisis-econ%C3%B3mica-Gonz%C3%A1lez-ebook/dp/B00H7J01LU/ref=sr_l_1?ie=UTF8&qid=1386780379&sr=8-l&keywords=respuestas+alimentarias
- GONZÁLEZ TURMO, I. (coord.): *Respuestas alimentarias a la crisis económica*. Disponible en: http://www.amazon.es/Respuestas-alimentarias-crisis-econ%C3%B3mica-Gonz%C3%A1lez-ebook/dp/B00H7J01LU/ref=sr_l_1?ie=UTF8&qid=1386780379&sr=8-l&keywords=respuestas+alimentarias
- IET (2006): *Hábitos turísticos de los españoles*. [En línea], <http://www.iet.tourspain.com>
- JUN, S. H., VOGT, C. A. y MACKAY, K. J. (2007): Relationships between travel information search and travel product purchase in pre-trip contexts. *Journal of Travel Research*, vol. 45(3), pp. 266-274.



- LAW, R. (2000): Internet in travel and tourism. Part 1. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, vol. 9, nº 3, pp. 65-71.
- LO, A., CHEUNG, C. y LAW, R. (2002): Information search behavior of Hong Kong's inbound travelers a comparison of business and leisure travelers. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, vol. 13, nº 3, pp. 61-81.
- LUNA CORTÉS, G. y BERENGUER CONTRI, G. (2013a): La búsqueda y el valor de la información en los destinos turísticos. *Papers de Turisme*, nº 523, pp. 18-43.
- LUNA CORTÉS, G. y BERENGUER CONTRI, G. (2013b): Distintas etapas del uso de las fuentes de información de los turistas en Valencia, España. *Estudios y Perspectivas en turismo*, vol. 22, nº 3, pp. 410-424.
- MAJÓ, J. y GALI, N. (2002): Internet en la información turística. Ponencia en el IV Congreso *Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*, TuriTec, 2002.
- MARTÍNEZ, J. L. (2004): *Curso general de redacción periodística*. Madrid, Paraninfo.
- NÚÑEZ, L. (1995): *Introducción al periodismo escrito*. Barcelona, Ariel.
- OBSERVATORIO ARAGONÉS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN, OASI (2014): *Encuesta sobre el uso de internet en Aragón: hogares y personas*. Zaragoza, Gobierno de Aragón, Departamento de Industria e Innovación.
- ORTEGA MARTÍNEZ, E. y RODRÍGUEZ HERRÁEZ, B. (2005): La importancia de la comunicación en los destinos turísticos internacionales. *Cuadernos de Turismo*, Universidad de Murcia, nº 15, pp. 169-188.
- ORTEGA MARTÍNEZ, E. y RODRÍGUEZ HERRÁEZ, B. (2007): La comunicación en los destinos turísticos. En *XIX Congreso anual y XV Congreso Hispano-Francés de AEDEM*, vol. 2, pp. 22. (Comunicaciones).
- PERDUE, R. R. (1985): Segmenting state information inquirers by timing of destination decision and previous experience. *Journal of Travel Research*, vol. 23, nº 3, pp. 6-11.
- PÉREZ CABAÑERO, C. (2001): *La búsqueda externa de información pre-compra de los consumidores de bienes y servicios*. Tesis Doctoral, Universidad de Valencia, Departamento de Dirección de Empresas.
- RODRÍGUEZ HERRÁEZ, B. (2009): *La comunicación en los destinos turísticos y el desarrollo del turismo cultural en España*. Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados.
- SANAGUSTÍN, M. V., MONSEÑÉ, J. A. y GÓMEZ Y PATIÑO, M. (2011): *Rural Tourism: A sustainable alternative*, *Applied Energy*, vol. 88 (2): 551-557. Disponible online en www.sciencedirect.com PII: S030626191000348X. DOI: 10.1016/j.apenergy.2010.08.031 www.elsevier.com/locate/apenergy
- TURESPAÑA (2014): *Plan Integral de Turismo Rural*. Madrid, Instituto de Turismo de España.



Páginas WEB:

- <http://www.congresoturismorural.es/conclusiones-2>, consultado el 06.09.2014.
- <http://www.europapress.es/turismo/turismo-verde-noticias/noticia-medios-comunicacion-son-aliado-indispensable-turismo-rural-20130607135504.html>, Consultado el 06.09.2014.



NOTAS BIOGRÁFICAS DE LAS AUTORAS

NOTAS BIOGRÁFICAS DE LAS AUTORAS

Luisa María Frutos Mejías

Catedrática de Análisis Geográfico en el Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio de la Universidad de Zaragoza, profesora emérita y miembro del Grupo de Investigación GEDETUZ de la mencionada universidad.

En su dilatada trayectoria profesional, académica e investigadora, sus trabajos en los campos de la Geografía Rural (agricultura, agroindustria, población, etc.) y el Análisis Geográfico Regional (economía, desarrollo y equilibrios regionales), se han plasmado en multitud de libros y artículos de carácter científico, así como Comunicaciones y ponencias en Congresos de Geografía. Asimismo, ha dirigido varias tesis con la temática de la mujer como eje central.

Entre sus publicaciones iniciadas en los años 70, se encuentran: “Estudio geográfico del Campo de Zaragoza” (Tesis doctoral), “Problemas y perspectivas del mundo rural” y “Población y mercado de trabajo en Aragón”. Asimismo, en el terreno del desarrollo rural, y en colaboración con otros autores y autoras, cabe citar: “Políticas públicas y de sostenibilidad en el medio rural en Aragón” y “Estrategias territoriales de desarrollo rural”. Por último, en el ámbito del desarrollo rural unido al turismo podemos destacar: “Desarrollo y turismo rural: una perspectiva sobre Aragón”, “Turismo en espacios rurales y naturales. Monografía del Atlas Nacional de España”, y “Los programas LEADER II en Aragón. Su contribución al desarrollo de espacios turísticos en el medio rural”, entre otros.



Milagros Alario Trigueros

Profesora titular del Departamento de Geografía de la Universidad de Valladolid y miembro de la Cátedra de Estudios de Género y del Grupo de Investigación de Excelencia Mundo Rural de la universidad de Valladolid.

En su trayectoria profesional, académica e investigadora, iniciada a finales de los años ochenta, encontramos un amplio espectro temático, en el que cabe destacar, sobre todo, sus trabajos relacionados con el medio rural a nivel económico, social, territorial, etc., y con el desarrollo de las mujeres, la mayoría de ellos centrados fundamentalmente en la Comunidad Autónoma de Castilla y León, de la que es una de las principales expertas. A este respecto, y entre sus trabajos más destacados podemos citar: “Segregación laboral de las mujeres en la industria rural”, “Políticas públicas y desarrollo rural en Castilla y León”, “Evolución de la inserción laboral de las mujeres en Castilla y León”, “Las mujeres rurales en Castilla y León” y el Informe para el Consejo Económico y Social sobre “La situación de los nuevos yacimientos de empleo en Castilla y León”, entre otros. Así mismo, ha publicado en colaboración con otros investigadores, artículos sobre otras comunidades autónomas, entre ellas Aragón, entre los que podemos destacar el de “Aragón: similitudes y diferencias con otras Comunidades Autónomas”.

En sus más de tres décadas de docencia e investigación ha escrito, colaborado y coordinado numerosos trabajos, así como dirigido varias tesis doctorales.

Ana Castelló Puig

Profesora titular en el Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio de la Universidad de Zaragoza y en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación (Huesca). Asimismo, es miembro del Grupo de Investigación GEDETUZ de la mencionada universidad.

En la década de los años 80 comenzó su interés académico por los temas de desarrollo rural, diseñando y poniendo en marcha en 1989 el primer estudio de Postgrado en la Universidad Española, denominado Gestión del Desarrollo Rural,



en el antiguo Colegio Universitario de Huesca, del que fue coordinadora durante una década. Sus investigaciones inciden en el análisis de la transformación agrícola y socioeconómica que el medio rural estaba experimentando, abarcando como ámbito de estudio toda la diversidad que presenta la provincia de Huesca y que queda reflejada en sus libros y artículos de investigación, algunos elaborados en colaboración. Entre sus investigaciones podemos destacar: “Propiedad, uso y explotación de la tierra en la comarca de los Monegros oscenses” o “La crisis del sistema agropecuario y las mutaciones del medio rural en el Serrablo”. Asimismo, es una gran conocedora de la geografía de la Comarca del Somontano como lo atestiguan algunas de sus publicaciones: “El parque cultural del río Vero. De espacio protegido a motor de desarrollo local”, “La ruta del vino de Somontano de Barbastro (Huesca) como proyecto territorial de identidad cultural”, e “Innovación y desarrollo endógeno en áreas rurales: el caso del Somontano de Barbastro (Huesca, España)”.

Por último, su interés académico se ha extendido también al desarrollo del turismo rural, “Desarrollo y turismo rural: una perspectiva sobre Aragón”, así como a los relacionados con las mujeres que habitan en el medio rural, “El déficit de población femenina y su importancia en los problemas demográficos estructurales de los espacios rurales”, entre otros.

María Luz Hernández Navarro

Profesora de la Universidad de Zaragoza y especialista en “Políticas y estrategias territoriales de la Unión Europea”. Es Coordinadora del Grado en Geografía y Ordenación del Territorio y miembro del Grupo de investigación GEDETUZ, Grupo de Estudios de Desarrollo Territorial de la Universidad de Zaragoza.

En sus más de dos décadas de docencia e investigación académica, ha sido autora de varias publicaciones relacionadas tanto con su especialidad europea como con el desarrollo y el medio ambiente en Aragón entre las que se encuentran una veintena de artículos de investigación propios, numerosos artículos científicos en colaboración con otros investigadores, varias colaboraciones en libros, así como dos títulos propios.



Asimismo, en su línea de investigación regional también ha profundizado en los temas relacionados con la mujer tanto en su contribución al desarrollo rural endógeno como en temas de despoblación femenina y los problemas demográficos que ello conlleva en los espacios rurales.

Entre otros artículos de investigación podemos citar “El desarrollo rural en la provincia de Huesca: los proyectos LEADER”, “El déficit de población femenina y su importancia en los problemas demográficos estructurales de los espacios rurales”, “Innovación y desarrollo endógeno en áreas rurales”, “El desarrollo rural en Aragón: objetivos, programas y realización. Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural”, o sobre la calidad del vino en Aragón en general y en la D.O. Somontano en especial.

María Gómez y Patiño

Licenciada en Ciencias de la Información, Universidad del País Vasco (UPV) y Doctora por la Universidad Complutense de Madrid (UCM), Sociología VI: Programa Cultura y Comunicación de Masas de la Fac. CC. Información (1996). Tras trabajar como periodista, ha impartido clases en distintas Universidades (Madrid, Roma, Helsinki, Jena, Rotterdam, El Cairo).

Entre sus publicaciones se encuentran: “Propaganda Poética en Miguel Hernández. Un análisis de su discurso periodístico y político (1936-1939)”, (1999), “Calderón: una lectura desde el siglo XXI” (2000), “Paz: Femenino, singular” (2005), “Las Huellas de la violencia invisible” (2005), “Escapistas de la realidad. Los intangibles del turismo” (2012), y traducido el libro de Irving Crespi: “El proceso de Opinión Pública” (2000). Asimismo, ha participado en diversos Proyectos Europeos.

Por lo que respecta al tema de Estudios de Mujeres, ha sido Directora-Fundadora del Seminario Permanente de Estudios sobre la Mujer (UEM-Madrid), habiendo recibido financiación proyectos I+D+I Instituto de la Mujer-Madrid.

Actualmente es PDI de la Universidad de Zaragoza: Grado de Periodismo y, miembro del equipo de investigación GICID (Grupo de Investigación de Comunicación e Información Digital), así como de *The Sustainable Socioeconomic Group* (LISOSTUR). Investigadora polifacética, ha realizado diversas contribuciones científicas y ganado algunos premios académicos tanto institucionales (Instituto Mujer Navarra) como literarios (ensayo, relatos y de teatro) o artísticos.



María Inmaculada Hervás Moreno

Licenciada en Ciencias de la Información por la Facultad de Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona. Posteriormente, en la Universidad de Zaragoza realizó los estudios de Tercer Ciclo, en el Programa de Estudios de Mujeres obteniendo en 2005 la Suficiencia Investigadora y el Diploma de Estudios Avanzados con dos trabajos de investigación dirigidos por la profesora de Historia Moderna y Contemporánea, Ángela Cenarro: *El Movimiento de Mujeres. Aproximación al estudio del feminismo en Aragón y su conexión con las mujeres periodistas entre 1975-1990. Relación e implicación.* Y, *Las periodistas en los medios de comunicación de Aragón, 1979-2004. De una minoría profesional al techo de cristal.*

Su trayectoria profesional le ha llevado a conocer en profundidad la Comunidad Autónoma de Aragón, y en especial, la provincia de Huesca, así como algunas de las principales instituciones europeas como el Parlamento Europeo (Bruselas y Estrasburgo) y el Comité de Regiones ubicado en la capital belga.

En la actualidad está realizando la Tesis Doctoral en el Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio de la Universidad de Zaragoza bajo el título, *El papel de la mujer en la implantación y desarrollo del turismo en el Pirineo aragonés, 1990-2013*, dirigida por las profesoras Luisa M^a Frutos Mejías y Ana Castelló Puig. Asimismo, forma parte del Grupo de Investigación consolidado de la universidad, GEDETUZ.

María Añoover López

Cursó estudios de Antropología Social y Cultural en la Universidad del País Vasco, periodo académico donde empieza su relación con temas sobre espacio urbano y feminismo, participando en un estudio sobre violencia simbólica en las ciudades hacia las mujeres en Vitoria, Bilbao y San Sebastián. En el 2006 se traslada a Zaragoza para realizar el Doctorado de Estudios de Mujeres y en el año siguiente obtiene la Suficiencia Investigadora en Análisis Geográfico Regional, con un estudio dedicado al Asociacionismo Femenino en Los Monegros. En los años posteriores, participa en varios proyectos de investigación del grupo Gedetuz en categoría de técnica sobre varias comarcas de Aragón.



Actualmente es Doctora en Relaciones de Género, Máster en Gestión de Políticas y Proyectos Culturales y Máster en Estudios de Género por la Universidad de Zaragoza. En este momento, es profesora en el módulo Género y Construcción Cultural de la Universidad de Zaragoza. También, participa como activista en diferentes colectivos feministas de Zaragoza como es el *Febrero Feminista* y *A Clau Roya*.

Ha publicado varios artículos sobre la situación de los diferentes sujetos políticos feministas y las reivindicaciones y luchas en contra de la discriminación por género, especialmente en temas vinculados con el espacio urbano y rural. Entre otros artículos de investigación podemos citar: “La mujer en el desarrollo rural de Aragón. Acciones y estrategias desde una perspectiva feminista”, “Los espacios del miedo, ciudad y género” y “Mujeres empresarias. Acciones y Estrategias en la Provincia de Huesca”.

Alicia González Barreiro

En la actualidad acaba de presentar la investigación para obtención de Mestrado en Ciencias de la Educación-Animación Sociocultural en la UTAD-Portugal, bajo el título: *“Animación sociocultural, a intervención comunitaria e organizativa nun espazo de aldea da mau matriarcal”*.

Este trabajo ha sido presentado en la Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, UTAD, (Portugal) y está pendiente de exposición y defensa pública.

Los orientadores de la investigación han sido Marcelino de Sousa Lopes (UTAD), profesor de Recursos Humanos del Departamento de Educación y Psicología de la Universidade de Trás-os-Montes (Portugal), y Xosé Manuel Cid Fernández, vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Vigo.

La investigación ha sido realizada con la participación de 3 asociaciones de mujeres rurales (Ourense).





Este libro se terminó de imprimir
el 14 de octubre de 2014,
jornada previa al
Día Internacional de la Mujer Rural

Organizan:



Universidad
Zaragoza



Colaboran:



RedR
Red Española de Desarrollo Rural



CENTRO DE DESARROLLO DEL
SOMONTANO



Comarca de
Somontano
de Barbastro