

En gran medida, los hijos e hijas que marchaban a las ciudades representaban una puerta de acceso de las familias al contexto urbano, una motivación para acercarse y mantener ciertas tareas de cuidados y, a la vez, un motivo de orgullo familiar, como un logro de todo el colectivo.

- “Las que hicieron buena carrera, sí que puede decir la madre que está bien colocada, eso sí. Pero otras pobres, que estaban limpiando a la señorita, pues están como nosotras. **Pero las madres: -¡oye mira, está colocada en Bilbao!** - Como si estaba dando escobazos en una pared (risas)... Las madres así: el mío está colocado, pues sí, colocado...” (AC1)

Como se puede observar, el tener los hijos o hijas estudiando o trabajando en una ciudad, era motivo de orgullo para la familia, del que se presumía en el pueblo. Al mismo tiempo, los familiares encontraban en ello su propio vínculo personal con el contexto urbano. Especialmente las madres percibían una ampliación de su contexto de relaciones, tan limitado a lo doméstico, y organizaban una nueva rutina cotidiana, que incluía la visita a los hijos e hijas en la ciudad, y la atención de sus nuevas necesidades urbanas.

Las estrategias para vincularse a las ciudades han sido diversas, pero queda patente que el éxodo femenino, se legitima en las situaciones que hemos identificado y contaba, y sigue contando, con el apoyo de redes sociales, que se tejen entre los pueblos y las ciudades, para promover y facilitar el proceso migratorio.

5. LOS NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO Y LA CONSTRUCCIÓN DE LAS IDENTIDADES ELEGIDAS

5.1. El turismo rural como estrategia para quedarse en el medio rural y la construcción de nuevos papeles sociales y profesionales

En las últimas décadas, el medio rural viene estando marcado por importantes transformaciones, caracterizándose como un contexto en cambio. La reconversión de los sectores productivos tradicionales, como

son la agricultura, la ganadería y la minería, vienen determinando nuevos modelos de organización social y económica. En este marco, las mujeres también construyen nuevos espacios de participación en la economía rural, con un destacado papel en el sector servicios, que ha crecido vertiginosamente en los territorios rurales con relación a los demás sectores, en clara regresión. Las mujeres se posicionan como protagonistas del crecimiento del sector servicios en el medio rural, principalmente, en los llamados **nuevos yacimientos de empleo** (Lucas, 2000), que se desarrollan mayormente en torno a los servicios de proximidad, a los servicios personales y sociales y al turismo rural. En estos sectores económicos, las mujeres han encontrado un importante hueco de inserción en el mercado laboral, tanto como trabajadoras por cuenta ajena como a través de la creación de empresas propias.

En esta investigación, el grupo de mujeres emprendedoras está compuesto principalmente por microempresarias vinculadas al turismo rural. A partir de esta realidad, procuramos analizar en el discurso de las mujeres entrevistadas el papel que viene desempeñando el turismo rural, como agente de fijación de población femenina en los territorios rurales despoblados y de transformación de los papeles tradicionales. En relación con la fijación de población, las principales diferencias, que hemos podido observar entre las emprendedoras y los demás grupos de mujeres (amas de casa y estudiantes), hace referencia a que, mientras las amas de casa demuestran resignación con quedarse en el pueblo, y las estudiantes manifiestan abiertamente el deseo de marcharse, las emprendedoras manifiestan, en mayor medida, una opción por vivir en el medio rural. Las emprendedoras expresan haber buscado estrategias no para huir, sino para quedarse, construyendo formas de realización, en los ámbitos personal y profesional, en este entorno, no siempre sin dificultades.

- “Pero llegó un momento en que la mina se hundió, y pensamos: ¡Va a cerrar! Teníamos 3 hijos: ¿Qué hacemos? ¿Nos vamos? Lo teníamos muy fácil... Pero **nos gusta esto, no queríamos irnos**. La cuadra estaba vacía y nuestra primera idea fue hacer un merendero, pero al irlo levantando vimos que había espacio para habitaciones. Solicitamos ayudas y empezamos así, al principio con miedo por ser un pueblo apartado...” (EM6)

- “Surgía la posibilidad de comprar la casa y nos pareció que sería una combinación muy buena, una casa rural con un taller de restauración. Porque, como mi trabajo no es continuo todo el año, siempre tengo unos meses vacíos, pensé que lo podía compaginar bien...” (EM4)
- “Compramos una casa, una edificación, que en realidad eran dos casas. Decidimos restaurar una para vivir, y la otra para alquilar, y así pagar la hipoteca. Estoy muy contenta.” (GE2)

Como hemos visto en apartados anteriores, existe un rechazo explícito a las actividades agroganaderas, que no siempre va unido a un rechazo al medio rural, sino a una representación que lo vincula a un modelo de producción agraria tradicional, considerada “esclavo” y “duro”. El turismo rural y otros yacimientos de empleo, permiten a las mujeres de familias vinculadas a la ganadería escapar de la división sexual del trabajo que ha asignado a las mujeres los papeles sociales y productivos tradicionales, y construir, lo que venimos denominando, “identidades elegidas” (Camps, 1998; G^a. Colmenares, 2000). Encontrar, también, una salida laboral alternativa a las labores domésticas como único destino, sin tener que marcharse del pueblo y sin la exclusión del mercado de trabajo.

- “Yo siempre tenía ganas de poder hacer algo en el negocio, pues del estilo del de mi madre, la misma cosa, no hay más que hablar, es que es lo mismo. **Yo siempre con la ilusión de hacer algo que no fuera solamente lo del campo.** Eso lo llevaba atravesado, siempre, es que no me gustaba nada... A mí, eso nada. No me gusta nada, nunca... Te voy a decir una cosa, con **la casa (rural) ahora me encanta.** Aunque tenga que estar muchas horas aquí, y no me importa, soy feliz.” (EM2)

El turismo rural es una actividad productiva y socialmente reconocida en la que las mujeres perciben que tienen más capacidad de decisión que en otros ámbitos, seguramente, por la proximidad con las tareas domésticas y de gestión del hogar, tanto en las actividades prácticas cotidianas como en el espacio simbólico de las mujeres.

- “Yo me siento mucho más promotora de turismo rural, que ganadera. Eso sí que lo he mamado, eso sí que es mi proyecto, y he podido tomar decisiones y parte activa. Y como que me gusta más, porque es algo que **yo puedo controlar más**. Desde donde lo veo hoy, para montar una casa de turismo rural, desde el primer paso hasta el último, me siento capaz de hacerlo yo sola. Y una explotación ganadera, no, ni me lo planteo.” (EM3)

Las mujeres, al convertirse en emprendedoras son, en mayor medida, protagonistas de decisiones, tanto respecto a sus empresas como en sus familias, estando más legitimadas por sus nuevas funciones: la participación social y la aportación económica a la renta familiar.

- “Pero al principio, es una decisión y una inversión muy fuerte. Es mucho... Luego, ya decidí vender la casa donde vivíamos, el apartamento de la carretera, que también se vendió, y con una pequeña ayuda que nos dieron, pues ya... nos echaron un cable.” (EM2)

Esta emprendedora hace referencia a las ayudas económicas europeas como “echar un cable”. En muchos casos, los proyectos europeos han servido para impulsar las iniciativas en un primer momento de toma de decisiones. Seguramente, los mismos proyectos se hubiesen podido llevar a cabo sin las subvenciones; sin embargo, éstas funcionan como agentes catalizadores, sin los cuales las dinámicas emprendedoras no tendrían inicio.

En el caso de las mujeres, esto es especialmente determinante, pues hay una mayor presión familiar en los riesgos empresariales que se asumen con la nueva iniciativa. Cuando los hombres ponen en marcha proyectos empresariales, suele haber apoyo y confianza por parte de la familia al asumir nuevos riesgos financieros. Sin embargo, las mujeres se encuentran con una mayor desconfianza en sus capacidades para los negocios, seguramente por la falta de tradición empresarial femenina y por la falta de reconocimiento social como parte de la discriminación de género. En este sentido, preguntamos a una de las emprendedoras (EM3),

cuya madre es promotora de una casa de turismo rural (EM2), por la reacción de su padre al plantearle la puesta en marcha del negocio. Ella nos contesta:

- “Yo creo que mi padre estaba alucinado. Por un lado sí, y por otro, no. Más que nada, les apetecía que la casa fuera de ellos por un rollo sentimental. Al fallecer mi abuelo, como la casa era de todos los hermanos, era como progresar; hemos conseguido tener un dinero y comprar la casa. Pero de ahí a tener que poner en marcha el negocio... Él, como que lo recalcó mucho: **‘¿vosotras (las hijas) vais a tirar de esto? Porque si no, no lo hacemos’**. **Mi madre iba dejando que las cosas fuesen pasando, porque si le dice a mi padre que ella iba a tirar de lleno...** Como él nos veía bastante animadas y como vio que estábamos currando... Nos vio con ganas...” (EM3)

Las mujeres tienen que demostrar permanentemente, y en mayor medida que los hombres, sus capacidades, sus ganas y la viabilidad económica de sus iniciativas. Por otro lado, para los hombres tampoco es fácil asumir y asimilar el protagonismo de las mujeres en los nuevos yacimientos de empleo, principalmente en el turismo rural, que es un importante escaparate social, con un consolidado reconocimiento público y un elevado nivel de relaciones sociales y profesionales. Sin embargo, aun con algunas dificultades, las mujeres van cogiendo las riendas de los negocios, de los que son, en la práctica, las protagonistas.

- “En principio, el titular de la casa rural era mi padre porque era ganadero y era más fácil conseguir ayudas si él era ganadero. Después, por otros rollos, hemos tenido que cambiar y poner de titular a mi madre. Pero es más real, **en realidad, es ella la que lo lleva. Las casas de turismo rural, en realidad, son las mujeres las que las llevan. Mi padre está un poco celoso.** Aunque la casa la han pagado ellos, se siguió manteniendo el nombre, que es una historia de la familia de mi madre. Una de las cosas que yo he mangoneado últimamente, es poner la factura de teléfono a nombre del titular, por cuestiones de IVA. Y aparece mi

madre, con su nombre y apellidos, y mi padre se ha enterado el otro día mirando la guía... ¡Se ha pillado un mosqueo! **Dice que le hemos anulado, que ya no figura en ningún sitio... Él sentía que perdía poder.** Aunque, en realidad, él no decidía, ni hacía nada..." (EM3)

A medida que las mujeres van adquiriendo protagonismo en los ámbitos económicos y públicos, también afloran las resistencias del sistema patriarcal, y de los hombres en particular, llegando muchas veces a generar conflictos familiares, por la indefinición de los papeles sociales, que hasta entonces estaban pautados por los moldes tradicionales y por la división entre papeles productivos y reproductivos, y la asignación de unos papeles u otros a hombres y mujeres, respectivamente. Con la incorporación de las mujeres a los ámbitos productivos, hay una mayor flexibilidad en los papeles de género y, tanto mujeres como hombres, tienen que reajustarse a un contexto social cambiante.

El turismo rural, aunque no sea una solución para el desarrollo del medio rural, se ha convertido en un complemento de renta importante, e incluso una alternativa económica para muchas familias, principalmente para las mujeres, permitiendo a muchas personas, que desean seguir viviendo en el pueblo, mantener unas condiciones de vida dignas. Así mismo, posibilita la ampliación de las relaciones sociales y la construcción de vínculos directos con las ciudades, a través de turistas urbanos, además de proporcionar una gran visibilidad a las capacidades de sus protagonistas, que salen de las sombras de las tareas domésticas restringidas al ámbito familiar y pasan a prestar un servicio socialmente reconocido y remunerado.

5.2. Dificultades añadidas, por cuestiones de género, para las empresarias rurales

La incorporación de las mujeres al mundo laboral es una realidad actualmente incuestionable, así como es incuestionable que las discriminaciones de género todavía persisten. Las mujeres experimentan todavía dificultades añadidas por cuestiones de género, a la hora de competir en el mercado de trabajo, y al llevar a cabo iniciativas empresariales. La

presión de los estereotipos de género en los ámbitos laborales, y el peso de las tareas tradicionalmente adjudicadas a las mujeres en el ámbito doméstico, aún hoy suponen importantes obstáculos a la plena integración económica y ciudadana de la población femenina.

- “Muchas veces me ha pasado, al llegar a buscar trabajo o negociar un trabajo concreto. Ahora ya menos, pero, **cuando encima de mujer era joven, más joven, era complicadísimo, parecía que estabas jugando, que no eras profesional**, pero a base de años te van tomando más en serio, ahora ya bien.” (EM4)

Parece haber aún muchas dificultades para que las mujeres lleven a cabo iniciativas empresariales, sobre todo, relacionadas con la necesidad de ruptura con los papeles tradicionales de género. Preguntando a las emprendedoras sobre la puesta en marcha de sus negocios, si han tenido dificultades específicas por el hecho de ser mujeres, obtuvimos respuestas como las siguientes:

- “Todas... Me gustaría estar trabajando y dirigiendo. Cuando entramos en la Cooperativa ‘Carne de Cervera’, yo controlaba más, estaba más en el tema de la facturación. Yo sabía los terneros y las terneras que vendíamos, más o menos lo que pesaban, al precio que estaban las canales... Todo eso sí que lo llevaba más, pero ahora... ¡mira!... **Es que ¡sólo se me ocurre a mí tener otra hija! Y más aquí... Y como lo de que lleves la casa y los hijos es muy normal para todo el mundo, pero que lleves otras cosas no...** En esta casa, la primera vez que se me ocurrió ir con un mono a la cuadra, la verdad es que alucinaron: Pero, ¿qué haces tú aquí? ¡Que no hace falta que vengas! Y yo: ¡pero es que lo prefiero, de verdad! ¡Prefiero estar aquí que en mi casa, que estoy de la niña hasta aquí! Vas perdiendo tu terreno y te vas quedando...” (EM3)
- “Eres **tú la que cargas un poco con el tema niños y el tema casa**. Entonces, que voy a salir a cenar: a organizarte la vida;

que voy a llegar más tarde: teléfono a no sé quien; ahora mismo: el pañal, el no sé qué. O sea, **que no desconectas**, y en ese sentido, es mucho más difícil para una mujer que para un hombre. Pero si quieres trabajar, te cuesta más y te estresas más, pero ¡tienes que hacerlo!...” (GE3)

Las mayores dificultades para las emprendedoras radican en la naturalización de los papeles tradicionales de género, en el que a las mujeres se les ha asignado el cuidado de la prole y de la casa, y a los hombres el trabajo remunerado fuera del hogar. En general, en los discursos de las entrevistadas aparecen las exigencias de las obligaciones femeninas vinculadas a las tareas del hogar como un gran lastre, que exige un sobreesfuerzo en las tareas y funciones profesionales. La naturalización de las responsabilidades domésticas asignadas a las mujeres representa una demanda permanente de atención hacia el hogar, sin embargo, las tareas vinculadas al ámbito profesional, son consideradas secundarias, y las mujeres solo pueden dedicarse a lo profesional si las demandas domésticas quedan convenientemente resueltas.

La organización del trabajo y de la vida cotidiana atendiendo a las diferentes dimensiones del mundo generizado, tanto al nivel simbólico como estructural, facilitan el desempeño de los hombres en los espacios públicos y en los contextos laborales y, a la vez, dificultan u obstaculizan el desempeño de las mujeres en estos mismos contextos. Los mandatos de género funcionan como barreras que hay que traspasar para poder cambiar o, al menos, flexibilizar la división sexual del trabajo.

Construir nuevas identidades a partir de papeles familiares y profesionales elegidos por las mujeres supone romper las resistencias del entorno que tiende a mantener el *status quo* de las relaciones de dominación entre varones y mujeres. El discurso de las mujeres entrevistadas sobre las representaciones de lo agrario indica una fuerte cristalización de los estereotipos de género en los contextos agrarios. Sin embargo, los nuevos yacimientos de empleo, y el turismo rural en particular, parecen favorecer la construcción de nuevos papeles sociales y el reparto de funciones y poderes en las familias de las emprendedoras y en la sociedad rural. Las mujeres en este sector, afirman ser más activas en la toma de decisiones que conciernen a los negocios y tienen una mayor riqueza de relaciones sociales y profesionales directas, sean con clientes,

con proveedores y con los compañeros y las compañeras de otros establecimientos, que, poco a poco, van ampliando su ámbito de influencia y de poder fuera del círculo doméstico, facilitando la ruptura con los modelos limitantes de identidades asignadas de género.