



Descentrada, Vol. 5, n° 2, septiembre 2021 - febrero 2022, e148. ISSN 2545-7284
 Universidad Nacional de La Plata.
 Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.
 Centro Interdisciplinario de Investigaciones en Género (CInIG)

La fábrica de las siete mujeres: género y diversificación de los medios de vida rural

The Seven Women's Factory: gender and rural livelihoods diversification

 Renata Borges Kempf

renata_bk@hotmail.com

Universidad Tecnológica Federal de Paraná, Brasil

 Josiane Carine Wedig

josiwedig@gmail.com

Universidad Tecnológica Federal de Paraná, Brasil

 Miguel Angelo Perondi

miguelangeloperondi@gmail.com

Universidad Tecnológica Federal de Paraná, Brasil

Recepción: 08 Marzo 2020

Aprobación: 01 Marzo 2021

Publicación: 01 Septiembre 2021

Cita sugerida: Borges Kempf, R., Wedig, J. C. y Perondi, M. A. (2021). La fábrica de las siete mujeres: género y diversificación de los medios de vida rural. *Descentrada*, 5(2), e148. <https://doi.org/10.24215/25457284e148>

Resumen: Mirando el caso de una agroindustria en una comunidad rural, este documento analiza las estrategias de subsistencia de siete mujeres y comprende la transformación social y económica de sus familias. La investigación de campo ocurrió entre octubre de 2015 y enero de 2017 en el municipio de Pranchita, estado de Paraná, Brasil. La originalidad de este estudio consiste en indagar una organización exclusivamente de mujeres que asumieron las diferentes funciones y roles de la empresa, transformando las relaciones sociales y de poder, dentro y fuera de la esfera familiar. El análisis de la estrategia de diversificación de los medios de vida rurales a través de la autopercepción de las mujeres revela que hubo un aumento en el bienestar de las familias involucradas, así como también una emancipación financiera que condujo a mejoras en su vida y en la de sus familias.

Palabras clave: Mujeres campesinas, Agricultura familiar, Diversificación de los medios de vida.

Abstract: Looking at the case of an agroindustry at a rural community, this paper analyzes the livelihoods strategies of seven women, and understands the social and economic transformation of their families. The research took place from October 2015 to January 2017 in Pranchita, Paraná state of Brazil. The originality of this study is to deal with an organization exclusively of women who assumed the different functions and roles of the firm, transforming social and powerful relationships in it and outside the family sphere. The analysis of the strategy of diversification of rural livelihoods by the women's self-perception reveals that there was increases in the well-being of the families involved, as well as some financial emancipation that led to improvements in their lives and the life of their families.

Keywords: Peasant women, Family farm, Rural livelihood diversification.

1. INTRODUCCIÓN

Se necesita un enfoque específico para analizar las relaciones sociales de las mujeres en el espacio rural, siendo fundamental observar las formas y los movimientos de resistencia que les son propios y que se



diferencian de aquellos que se establecen en el medio urbano, puesto que, más allá de la invisibilidad del trabajo femenino, también se suman dificultades de acceso a políticas públicas, como la ausencia de centros de cuidado con niños en el medio rural.

La subyugación de las mujeres dentro de las familias campesinas está fuertemente relacionada a su dependencia financiera con relación al marido (o al padre), pues este es, comúnmente, considerado el “jefe” o el “responsable” de la actividad principal de la unidad de producción, así como de la administración financiera del establecimiento, independientemente de la intensidad del trabajo que ellas realizan dentro de tales actividades productivas. El dinero, en este contexto, resulta claramente sexuado (Rodríguez, 2014) y el control del dinero por parte de los hombres se muestra como un dispositivo importante para ejercer control sobre las mujeres (Stolen, 2004). De esta manera, la independencia financiera asume una gran importancia para la emancipación social de las mujeres campesinas (Brumer, 2004).

Sin embargo, la concepción de independencia financiera es de difícil aplicación en la realidad rural, donde la renta de la familia tiene un carácter indivisible (Chayanov, 1974), siendo difícil definir quién es el responsable por el origen de cada renta. Aparte de esto, su uso ocurre a partir de un “fondo familiar común” que, sin embargo, es generalmente administrado por el padre o por el marido. También, se debe agregar el hecho de que las funciones de las mujeres están intensamente vinculadas a la esfera doméstica y, de este modo, se percibe una gran dificultad para definir la importancia económica de su trabajo, lo que ocasiona su desvalorización, reproduciendo y reforzando el sistema de dominación.

Una característica importante que se presenta en la agricultura familiar y campesina está representada en la diversificación de los medios de la vida rural. Ese concepto, propuesto por Frank Ellis (2000), es elaborado sobre diferentes perspectivas, integrando temas como diversificación de rentas y pluriactividad (Wanderley, 1996; Schneider, 2003; Silva & Schneider, 2010). La diversificación protege a las familias campesinas de las variaciones del mercado, teniendo también influencia directa en su capacidad de generación de renta. En una investigación realizada con familias campesinas en el suroeste paranaense, se observó que aquellas que diversificaban sus rentas con actividades no agrícolas, y/o que implementaron mecanismos para generar valor agregado, presentaron mejores índices de desempeño económico comparados con las familias rurales monoproductivas, o sea, aquellas cuyas rentas provenían únicamente de los *commodities* agrícolas, dependientes de los mercados internacionales (Perondi, 2007).

En ese sentido, este artículo analiza las relaciones de género en el medio rural, a partir de la observación de estrategias de diversificación creadas por mujeres campesinas, buscando comprender cómo estas han transformado las relaciones de poder en el espacio privado y público. Así, la investigación procura dialogar a través del abordaje de la diversificación de los medios de vida y el análisis de género, para comprender las estrategias de sobrevivencia y las alternativas de emancipación de esas mujeres.

La investigación de campo ocurrió entre los meses de octubre de 2015 y enero de 2017 en el municipio Pranchita, Paraná/Brasil. La ciudad tiene una población estimada de 5.558 habitantes, con un área territorial de 225.535 km², ubicada en el extremo suroeste del estado de Paraná, lindando con Argentina, como se puede ver en el mapa de la Figura 1. Pranchita tiene un producto interno bruto (PIB) per cápita de R\$ 27.271 y un Índice de Desarrollo Humano (IDH-M) de 0.752. Según información de IPARDES (2016), la ocupación principal de la población del municipio es agrícola, con 989 personas, y comercial, en segundo lugar, ocupando 670 personas. Más del 36% de la población vive en la zona rural, sin embargo, la tasa de crecimiento de la población rural, en el último censo demográfico (realizado en 2010), disminuyó en una tasa de -4,18% y aumentó en un 1,33% en el área urbana, apuntando a un proceso de éxodo rural en el municipio.

FIGURA 1
Mapa de localización de la ciudad de Pranchita-PR



Fuente: preparado por la primera autora, basado en mapas de Ipardes, 2020.

Las mujeres que participaron en esta investigación viven en la comunidad rural Linha de São Roque, donde se encuentra la Agroindustria Rural de la Familia São Roque, conocida entre ellas como la "Fábrica", creada en el año 2001.

Se realizó un estudio de caso en una agroindustria familiar de panificación, compuesta únicamente por mujeres. El estudio de caso es un método utilizado para estudios microsociales, ya que da lugar a una comprensión intensa de las relaciones sociales y un enfoque más profundo de la realidad, lo que permite vislumbrar los procesos sociales en su complejidad (Cotanda et al., 2008). Las técnicas de investigación incluyeron entrevistas individuales con cada una de las siete mujeres en sus hogares, la aplicación de cuestionarios de capital social Granovetter (1973) con cada una de ellas en la Agroindustria Familiar Rural (AGF) y la observación sistemática de las prácticas realizadas en la fábrica, durante la producción y comercialización de los panes.

De ese modo, las interlocutoras de la pesquisa fueron siete mujeres campesinas – que trabajan de forma asociada desde hace 18 años – y sus familias que viven en el suroeste de Paraná-BR. Ellas trabajan en la unidad de producción de forma conjunta a sus familias, y sus conocimientos sobre las prácticas agrícolas están vinculados a una tradición familiar, pues también sus padres fueron agricultores y ahora algunos de sus hijos lo son. Eso demuestra el carácter generacional de la agricultura familiar campesina. En esas familias percibimos fuertes rasgos de la modernización de la agricultura, con rendimientos en gran parte provenientes de los *commodities* agrícolas del maíz y de la soya. La vulnerabilidad económica de estas formas de producción encuentra en la agroindustria una forma importante de diversificación de sus medios de vida.

Se observaron las relaciones entre las mujeres y sus familias con la intención de percibir posibles efectos de ese trabajo en la agroindustria, dentro y fuera de la unidad de producción familiar y de la renta proveniente de esa fuente. También se observó que la organización de su asociación actúa como un medio que facilita el acceso al capital humano, financiero y social (Ellis, 2000), hasta entonces limitados debido a cuestiones de género. A través de la "Fábrica" hay cambios en los roles de género en los que las mujeres se asignan tareas, diferentes de las que se asignan en el espacio doméstico.

2. LA AGROINDUSTRIA FAMILIAR RURAL SÃO ROQUE

La AGF São Roque produce masas y panes que se comercializan en la comunidad, en el municipio y en la región. La asociación de mujeres se formó a través de una oportunidad ofrecida por el Banco Mundial por medio del apoyo a un programa del gobierno del estado de Paraná, denominado “Programa Paraná 12 Meses”. El título hace una analogía con la idea de agricultores produciendo todo el año.

Para iniciar la agroindustria, las mujeres ocuparon el espacio físico de una antigua escuela pública inactiva, cedido por la alcaldía a la comunidad, que se convirtió en la sede de la Fábrica de las siete mujeres.

El grupo estaba formado, inicialmente, por 13 mujeres, pero, en el transcurso de dos años, disminuyó y quedaron solamente las siete participantes actuales. Seis mujeres abandonaron la actividad cuando percibieron que sería necesario realizar inversiones extras en el proyecto, como por ejemplo la compra de un automóvil, que viabilizaría las entregas de los productos para la región.

La corporación de la agroindustria está a nombre de una de las integrantes de la fábrica que ya está jubilada. Explican que esta designación se produjo para evitar posibles complicaciones en un futuro proceso de jubilación rural, ya que en Brasil existe la posibilidad de una jubilación especial para las agricultoras familiares, categoría en la que se encuentran.

Aunque no haya una formalización en su status de asociación o cooperativa, tienen como valores la “ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad” (Arce, 2015, p. 5429). La forma de organización de trabajo dentro de la AGF presenta particularidades, puesto que las funciones se desempeñan sobre la base de una especie de organización rotativa. Las características y aptitudes de cada una de las integrantes son respetadas, al mismo tiempo que se dividen las actividades más extenuantes. En la división del trabajo dentro de la agroindustria no existe alguien que delegue tareas y funciones, las trabajadoras van rotando actividades e inician otras de forma sinérgica.

La única actividad en la que no existe rotación es en la comercialización de los productos. Esta es realizada, según ellas, por las mujeres “que tienen más destrezas para vender” y que “gustan más” de esa actividad. Dos de las mujeres son responsables por la comercialización, pero eso no implica diferencia salarial. El rendimiento mensual de cada una de ellas se calcula con base en la cantidad de horas trabajadas, las cuales son organizadas a través del banco de horas, donde cada una anota su horario de llegada y de salida. Así, las horas de actividad en la agroindustria o en actividades externas, como ventas y cursos, son contabilizadas al final de cada mes, y las utilidades producidas son divididas de acuerdo al tiempo trabajado. Por ese motivo, en el análisis económico de cada familia, los rendimientos recibidos presentan variaciones mensuales significativas.

Ellas trabajan en la Fábrica un promedio de 8 horas diarias, las cuales aumentan en los días de ventas. Hay una excepción, Lurdes, que trabaja media jornada debido a que tiene más edad y dispone de una jubilación como ingreso propio. Las actividades dentro de la AGF son desarrolladas únicamente por ellas y no cuentan con la ayuda de sus maridos, quienes no interfieren en los asuntos de la Fábrica.

Conforme a estudios sobre las AGF, estas surgen de la creciente necesidad de encontrar nuevas alternativas para la creación de renta en el medio rural, así como un monto mayor de utilidad a través del aumento de valor y mejor aprovechamiento de subproductos (Kiyota et al., 2014). Además de la renta, estas iniciativas promueven la diversificación de las actividades productivas, preservación de la cultura y la ocupación de los miembros de la familia en el medio rural (Agne & Waquil, 2011a).

Las AGF son definidas por Mior (2007, p.10) como formas “de organização onde a família rural produz, processa e/ou transforma parte de sua produção agrícola e/ou pecuária, visando, sobretudo, à produção de valor de troca que se realiza na comercialização”. Además de eso, otros de sus aspectos característicos son “a localização no meio rural, a utilização de máquinas e equipamentos em escalas menores, procedência própria da matéria-prima [...] processos artesanais próprios, assim como predominância da mão de obra familiar” (Mior, 2007, p. 8). El autor también propone que las AGF pueden constituir un emprendimiento asociativo que agrega familias o individuos, emparentados o no.

La comercialización en las agroindustrias familiares se realiza por la persona que “mais se identifica com a tarefa. Habilidades como a negociação, o relacionamento interpessoal e o *marketing* são características fundamentais para o sucesso desta função” (Mior, 2008, p. 11). Sobre esas aptitudes para la comercialización, el autor también afirma que en las AGF mixtas, formadas por hombres y mujeres, cuando en el grupo familiar la mujer es la persona considerada más apta, es ella la quien hace la comercialización. Contrariando esa visión, Brumer (2004), apunta que, en la mayoría de los casos, el hombre es el responsable por la comercialización, incluso en situaciones donde el producto vendido es producido por las mujeres. Esto se debe a la jerarquía en la división sexual del trabajo, en la que a los hombres se les otorga la legitimidad de la circulación en el espacio de ventas públicas, mientras que a las mujeres se les da el espacio privado, como veremos a continuación.

En el análisis de una agroindustria familiar de caña de azúcar, Gnoatto, Balestrini, Possamai & Perondi (2004), constataron que la división del trabajo por género y edad es idéntica en la agroindustria y en las Unidades de Producción (UP's). De esta forma, es comprensible que en una agroindustria mixta exista una gran probabilidad de que la comercialización sea realizada por hombres, siendo esa una actividad que les es reservada. Alejandra de Arce (2015) considera que estos problemas son “las 'barreras invisibles' del acceso de las mujeres a posiciones sociales” (p. 5446).

Sin embargo, conforme subraya Luiz Carlos Mior (2008), cuando se observa más a fondo, se perciben otros factores que influyen esa división de tareas, desde la cuestión de género en las AGF's mixtas, hasta el hecho de poseer licencia de conducir. En la AGF São Roque, donde solo hay mujeres, el criterio para seleccionar quién venderá, según ellas, se basa en las aptitudes para realizar tal actividad y en la habilidad para conducir el automóvil de la Fábrica. Fátima y Joana son las únicas mujeres del grupo que poseen licencia de conducir, de esta manera se hizo evidente que la selección para las actividades de comercialización no sólo contempló el “tener destrezas para vender”.

Tanto en las UP's como en las AGF's, se nota una relación entre la actividad comercial y la posición de liderazgo en el grupo familiar. En la AGF São Roque se percibió que las mujeres que se encargan de la comercialización poseen una posición de lideresas en el grupo. Fátima asume claramente una posición de lideresa, tanto en la Fábrica como en el seno de su familia y en su comunidad. Ella participa en la dirección de la cooperativa y es ministra de la iglesia. Tanto ella como Joana son señaladas por sus colegas como lideresas dentro del grupo de mujeres de la AGF.

Para ese grupo de mujeres campesinas, no hay inconvenientes en el flujo de la producción y de la comercialización. Fátima afirma que “no existen dificultades para vender los productos, todo lo que se hace se vende, y las personas todavía procuran comprar más”. Eso se debe, especialmente, a los lazos construidos en el transcurrir de los años de actividad en la AGF. Esos lazos y estrategias de construcción de mercados se contraponen directamente con la óptica de acceso al mercado, utilizada convencionalmente por la economía, la cual parte del supuesto de la preexistencia de éste.

En la lógica hegemónica de la economía, los pequeños agricultores deberían capacitarse empresarialmente para, de esa forma, tener acceso a los mercados establecidos. Diferenciándose de esa visión, cuando se habla de mercados en la agricultura campesina, se perciben sus estrategias de comercialización de la producción y cómo éstas requieren una visión de construcción de mercados, y no de inserción en mercados preexistentes (Maluf, 2004). Para esa visión, es necesario comprender que los mercados no son caracterizados “apenas pelo ato comercial, mas, sim, pelo conjunto de ações ao longo da cadeia produtiva” (Agne y Waquil, 2011b, p. 150).

En el contexto de su investigación, Agne y Waquil (2011a, p. 791) destacan que en esas relaciones “os vizinhos ora são consumidores, ora fornecedores de serviços ou matéria-prima para a agroindústria (efetivadas pelas relações de troca)”, lo que también se verificó en este estudio. Una de las formas de comercialización de los productos de la AGF São Roque es la venta directa, a través de la cual ellas reciben a las(os) clientes en la Fábrica. Algunas(os) de estas(os) provienen del centro urbano de Pranchita, pero la mayoría de las personas que van a adquirir los productos son habitantes de la propia comunidad donde ellas residen. Una vecina

afirmó que desde que la Fábrica comenzó, ella no hace más pan en su casa, pues es mejor comprar el pan de las agroproductoras debido a la calidad del producto y a los precios accesibles. Además, afirma que prefiere comprar los productos de ellas, en vez de ir a la ciudad para adquirir panes industrializados.

La iglesia católica siempre fue una institución fundamental en la vida de estas mujeres campesinas porque ellas siempre tuvieron inserción en el grupo religioso, un elemento central para la sociabilidad comunitaria. Esta institución también fue importante para la creación de la Fábrica, que se encuentra en el mismo terreno de la iglesia de la comunidad. Muchas de las mujeres forman parte de la dirección de la iglesia y/o son también responsables por la producción de los alimentos para las fiestas comunitarias, actividades que inicialmente fueron importantes para la promoción de los productos fabricados, cuando aún la AGF no era conocida.

Las ventas “de casa en casa” o, como ellas las llaman, “de puerta en puerta”, tienen lugar desde hace 18 años (desde que inició la agroindustria). En el centro de Pranchita ocurren los jueves en la tarde y se visita cada casa en un intervalo de 15 días. Los productos llevados, aunque variados, son relativamente direccionados para las viviendas que serán visitadas. Es decir, ya toman los productos considerando los gustos de las(os) clientes y productos que comúnmente compran, demostrando relaciones complejas de mucha proximidad con las(os) consumidoras(es).

En el inicio de la AGF, ellas ofrecieron sus productos por todas las casas que pasaban. Hoy en día tienen compradores fijos a los cuales visitan quincenalmente y, además, afirman que no buscan “nuevos clientes”, ya que “las personas van hablando de nuestros productos, y así los nuevos clientes vienen por ellos”. Esos mercados, contruidos por estas mujeres, están enraizados en relaciones sociales, personales y comerciales, que prolongan lazos de parentesco y proximidad y se multiplican entre los “conocidos de los clientes” (Wilkinson, 2002, p. 7). En el contacto con las(os) compradoras(es) y las(os) proveedoras(es) se construyen nuevas redes sociales, y esas transacciones “confirmam reputações e consolidam lealdades, fazendo com que esses mercados se tornem relativamente imunes de pressões externas, sejam de ordem mercadológica ou reguladora” (Wilkinson, 2002, p. 7).

La reputación de las productoras y de la AGF en la ciudad conquista a la clientela, que termina prefiriéndolas ante la competencia. Es evidente que muchas de esas preferencias se deben a los lazos sociales contruidos. Eso se comprueba al comparar las ventas entre los municipios vecinos de Pranchita y Santo Antônio, cuyas entregas se hacen con la misma frecuencia. En Santo Antônio, aunque sea una ciudad mayor y son atendidos más mercados, se vende mucho menos que en Pranchita. Clara, una de nuestras interlocutoras, afirma que eso se debe al hecho de haber otras personas vendiendo productos similares en Santo Antônio, o sea, los clientes “dão preferência a quem é de lá”. Eso demuestra la importancia de los productos locales y de las redes de comercialización y confianza que se establecen.

En términos de cantidades, la principal forma de comercialización utilizada por ellas es la venta a los supermercados y pequeños mercados de la ciudad, a los que tuvieron acceso inicialmente a través de visitas ofreciendo sus productos. Hoy en día, tienen una lista fija de establecimientos a los que abastecen con productos, atendiendo cuatro mercados en Pranchita y ocho en Santo Antônio. Los pequeños mercados pagan al momento, mientras los grandes lo hacen al final de mes.

Otra forma de comercialización utilizada por el grupo es la venta a las escuelas municipales, a las que proveen sus productos desde hace aproximadamente 16 años. Antes, la transacción era realizada directamente por la alcaldía. Luego, la compra de la merienda de las escuelas pasó a realizarse a través de los programas del gobierno federal, a saber: Programa de Adquisición de Alimentos (PAA) y el Programa Nacional de Alimentación Escolar (PNAE). El PNAE, según el Instituto de Asistencia Técnica y Extensión Rural (EMATER), tiene como objetivo “oferecer alimentação saudável aos milhões de estudantes das escolas públicas de todo Brasil” y de esta forma objetiva la “melhoria das condições de aprendizagem, ensinar práticas alimentares saudáveis aos alunos por meio de ações de educação alimentar e de alimentos que supram as necessidades nutricionais”. El programa federal PAA tiene como “objetivo a aquisição de produtos da agricultura familiar, com a finalidade de atender a demanda de alimentos de populações em condição de

insegurança alimentar” (EMATER, 2016). Debido a las reglas de los programas antes mencionados, que requieren que las agricultoras entreguen las facturas a los compradores institucionales, ellas comenzaron a otorgar sus productos a través de la Cooperativa de Comercialização de Agricultura Familiar de Santo Antônio do Sudoeste e Pranchita – COOPAFI. Esta cooperativa existe desde 2007, a través de la cual, además de las entregas de PAA, las mujeres de la agroindustria de São Roque también compran insumos para la producción, como el trigo, por ejemplo.

Desde el cuarto año del establecimiento de la AGF también venden sus productos a la Pastoral del Niño (Pastoral da Criança), es una organización social de la iglesia católica en la región, que orienta acciones básicas de salud, educación, nutrición y ciudadanía para la infancia. Además, realizan ventas por teléfono, lo que requirió la instalación de este servicio en la comunidad, pero que aún no representa un medio significativo de comercialización.

El nivel de involucramiento social con los mercados se puede percibir en la explicación de dos interlocutoras, Fátima y Joana, sobre la relación de la venta con los salarios de las(os) clientes. Según ellas, entre los días 10 y 20 de cada mes “há bastante saída [dos alimentos por ellas produzidos] porque no dia 10 entra o cheque do leite e no dia 20 as aposentadorias”. Estas son algunas de las principales fuentes de ingreso de las(os) consumidoras(es) de la AGF y de esa forma inciden directamente en el poder adquisitivo de las personas. Cabe añadir que el municipio de Pranchita, siendo principalmente agrícola, tiene en la producción de leche su principal actividad económica, con una producción anual de 31.777.175 litros, que representó un total de R\$ 30.784.180,42, en el año agrícola 2015 (CONSEA, 2019).

El conocimiento de las mujeres sobre las(os) consumidoras(es) va más allá de apenas saber sus nombres, ellas también conocen sus preferencias, una vez que la ciudad pequeña contribuye para estrechar lazos que transitan entre lo social y lo comercial. Esos vínculos funcionan como un mecanismo de confianza en las transacciones, minimizando los riesgos que se refieren a la seguridad en los pagos y en relación con la competencia (Agne y Waquil, 2011a). La eliminación de intermediarios trae ventajas para las productoras y las(os) consumidoras(es) al fortalecer la confianza que ambos usufructúan de la reducción del margen de comercialización (Gazolla y Pelegrini, 2011).

Esta forma asociativa de organización incluye al capital social la forma grupal, en la que se destaca la movilización de lo que se consideran como “recursos sociales”, los cuales están “imersos nas relações sociais envolvendo, amizade, parentesco, confiança, reciprocidade, enfim, diversas formas de manifestação do capital social” que se encuentran “heterogeneamente presentes nas comunidades rurais” (Mior, 2008, p.12). El capital social, según Putnam (2002, p. 177) se refiere a “características da organização social, como confiança, normas e sistemas, que contribuam para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando as ações coordenadas”. Se debe a cambios en las relaciones interpersonales que facilitan la acción colectiva, lo que brinda grandes ventajas a los grupos con un fuerte capital social de Coleman (1988). Mirar la perspectiva del capital social en el grupo es tener en cuenta la importancia de la dimensión político-social, enfatizando la cooperación y la confianza como pilares para aumentar la eficiencia administrativa.

De esa forma, las acciones colectivas en las comunidades rurales acaban teniendo especial importancia en la construcción de emprendimientos asociativos, como es el caso del grupo en cuestión. Como señaló Bidaseca (2004), al analizar grupos de mujeres campesinas en Argentina y Brasil, se observa que sus organizaciones colectivas permiten reconfiguraciones en la vida cotidiana, a través de la solidaridad entre ellas. En nuestro campo de investigación, varias veces las mujeres entrevistadas destacaron la importancia de la comunidad en el éxito de la AGF São Roque, tal como se presenta en la siguiente declaración:

La comunidad es una comunidad muy unida [...] siempre trabaja junta. Cuando nosotros abrimos aquí tuvimos todo el apoyo de la comunidad, pues las personas tienen mucha vinculación con la comunidad. Ellos tienen acceso aquí [al espacio de la Fábrica], si necesitan de alguna cosa, así como nosotras tenemos acceso [a los demás espacios] en la comunidad. Si necesitamos, ellos están listos para ayudar, no existe eso de “yo soy yo y tú eres tú”, creo que es por eso que todo salió bien (Ana, entrevista en Julio, 2016)¹.

Para esas mujeres, las relaciones de parentesco y proximidad son centrales en la organización de la AGF, pues sostienen relaciones de intercambio y reciprocidad, que mezclan necesidades de mercado con las de ayuda mutua. En la AGF São Roque, esa ayuda se muestra importante de varias formas: la sede de la agroindustria resultó de la donación de la estructura física de la escuela municipal para la comunidad; las(os) vecinas(os) y allegadas(os) se abastecen en la AGF, pero también son las(os) principales abastecedoras(es) de materia prima. Existen fuertes vínculos de emprendimiento con la comunidad, la iglesia, la asociación de vecinas(os) y el club de madres, que van más allá de la participación activa en los encuentros familiares y en fiestas comunitarias.

Esos vínculos de parentesco y proximidad son esenciales para superar las limitaciones encontradas debido a la producción en pequeña escala, posibilitando la ampliación de la “capacidade de produção e, consequentemente, a comercialização” (Agne y Waquil, 2011a, p. 793). Para Ploeg (2009), esas redes de relaciones entre vecinos y parientes están más presentes en el medio rural que en el urbano, y el sentido de la comunidad es más perceptible en los pequeños productores, en comparación con los de grandes dimensiones.

Más del 70% de los gastos de la Fábrica corresponden a la compra de insumos, y estos se relacionan directamente con los canales de comercialización de sus relaciones sociales de proximidad. Los huevos, la manteca de origen animal y vegetal, y la nata, se obtienen a través de las familias que habitan en la comunidad. El melado y azúcar morena son comprados a una pequeña agroindustria familiar rural de la comunidad en la que trabaja el marido de una de las integrantes da Fábrica. Una cooperativa local, la COOPAFI, provee el trigo y también auxilia en la comercialización de los productos para el PNAE y el PAA, como se señaló anteriormente. El mismo trigo, cuando no se compra a esa cooperativa, es importado de Argentina (frontera cercana), dependiendo de la cotización de la moneda de ese país. Pero, a excepción de ese *commodity*, cuya compra representa una decisión estrictamente económica, todas(os) las(os) demás proveedoras(es) de materia prima son también consumidoras(es) de los productos de la AGF.

Percibir estos múltiples factores demuestra que es imprescindible observar una AGF de un modo más amplio del que permite el pensamiento estrictamente económico. De ese modo será posible, realmente, comprender sus procesos de formación y de toma de decisiones. Hay que tener en cuenta que el modo en que se toman las decisiones incluye no sólo la consideración de las estrategias de mercado, sino innumerables acciones y relaciones específicas del contexto en el cual estas se desarrollan, como es el caso de ese sistema de intercambio de ayuda mutua y reciprocidad en el medio rural.

3. LAS MUJERES CAMPESINAS Y SUS RESISTENCIAS

Para comprender los roles sociales de las mujeres campesinas, es importante considerar cómo el mundo moderno estableció la división sexual del trabajo, que “constituye una ‘norma’ social que influye fuertemente la asignación de ciertos trabajos a las personas” (Stolen, 2004, p. 163). Esta división define jerárquicamente como el trabajo productivo aquel por el cual se recibe una remuneración, realizado por el hombre/padre en el espacio público, mientras el improductivo (o reproductivo), son las actividades de subsistencia, realizadas en el espacio privado de la unidad domiciliar por la mujer/madre (Wallerstein, 2001), devaluando así el trabajo de las mujeres y originando un sexismo estructural.

En el campo el espacio público es considerado masculino y allí el hombre es visto como el responsable por la ejecución de las actividades externas a la UP, sea en los bancos, en las cooperativas, en los sindicatos o en la relación con los técnicos y los órganos de extensión (Paulilo, 2004). La comercialización es un elemento que es culturalmente considerado como una actividad masculina.

En un sistema donde apenas la labor productiva es valorizada, señalar como trabajo a las innumerables actividades desarrolladas por las mujeres es una forma de tornarlas visibles. Además de eso, el trabajo remunerado de las mujeres, a través del acceso a un ingreso propio, les posibilita volverse más independientes

del marido y más participantes “nas decisões que envolvem tanto o grupo doméstico como a sociedade mais ampla” (Paulilo y Schmidt, 2003, p.2).

Para Paulilo (1987), la valorización del trabajo de las mujeres, así como su emancipación, se relaciona con la variable ingreso, pues el trabajo doméstico es desvalorizado, invisible y considerado ligero, independientemente del esfuerzo que implique su realización. El trabajo que ellas llevan a cabo en las actividades consideradas productivas (del cual proviene el ingreso familiar), se define solo como “ayuda”, indiferentemente del número de horas trabajadas. Así, la renta obtenida por las mujeres en el espacio público, externo a la UP, al ser mensurable, puede contribuir al reconocimiento de su trabajo y generar una reconfiguración de la organización social del espacio doméstico.

Generalmente, en las AGF's mixtas se establece una división sexual del trabajo, reservando la actividad comercial a los hombres. Sin embargo, en el caso de nuestra investigación toda la labor es exclusivamente realizada por mujeres. Estas participan en un proceso productivo que incluye la producción de parte de la materia prima, la transformación en el alimento final y su respectiva comercialización.

La investigación reveló que la AGF tiene una gran influencia en la autopercepción de las mujeres, pues su participación en ese espacio posibilitó que pudieran tener un mayor contacto con la comunidad, formar redes de comercio en las ciudades vecinas, adquirir nuevos conocimientos sobre producción, transformación, ventas y organización financiera, viajar a ferias, participar en eventos y cursos, etc. Todo eso les permitió una mayor independencia, rompiendo con el espacio doméstico al cual estaban limitadas anteriormente e influenciando directamente en el empoderamiento personal de estas mujeres. Además, les proporcionó un nuevo protagonismo dentro de la comunidad y de sus familias, a través de la diversificación de sus medios de vida. Según Baquero (2012), esta emancipación resulta de la “habilidade das pessoas de ganharem conhecimento e controle sobre forças pessoais, para agir na direção de melhoria de sua situação de vida”, así como, aumentar la “capacidade de os indivíduos se sentirem influentes nos processos que determinam suas vidas” (p. 176).

Sin embargo, una cuestión que aún está muy presente en la vida de estas mujeres es la doble jornada de trabajo (Deere y León, 2003; Brumer, 2004; Silva y Schneider, 2010), debido a que ellas asumen trabajos remunerados que se suman a las actividades domésticas. Silva y Schneider (2010), consideran que, al disminuir el trabajo doméstico femenino, a través de las actividades de diversificación que las colocaría “afuera de la casa”, lentamente, las tareas del hogar pasarían a ser realizadas también por los hombres, disminuyendo las obligaciones domésticas de las mujeres. Empero, en el caso de este estudio, esa transferencia de tareas domésticas hacia los hombres poco se constató (solo en uno de los casos se evidenció una alteración, a la cual se hará referencia más adelante), porque ellas, además de trabajar íntegramente en la AGF, son responsables de las tareas del hogar, lo que resulta en una doble jornada de trabajo.

Las mujeres de la Fábrica respondieron, de manera unánime, que todavía son responsables por la labor doméstica en sus hogares, aunque trabajen más de ocho horas diarias en la UP. En cinco de los casos investigados afirmaron que llevan a cabo las actividades del hogar durante la noche o los fines de semana, y dos de ellas expresaron que cuentan con la ayuda de sus hijas para realizar tales tareas, demostrando que el trabajo externo a la UP, en vez de generar una revisión de los roles de género en el espacio doméstico, refuerza la doble jornada o transfiere esas funciones hacia otras mujeres, en este caso, a las hijas.

La tendencia a la transferencia del trabajo doméstico hacia otras mujeres fue observada por Hirata y Kergoat (2007, p.601-602), en el contexto francés, en el cual hay una creciente tendencia de las mujeres a trabajar fuera de casa e invertir en sus carreras. Ello tiene como consecuencia la externalización y delegación de las tareas domésticas, recurriendo a la “reserva de mulheres em situação precária”, como es el caso de las mujeres inmigrantes. Estos procesos terminan enmascarando el problema de la división sexual del trabajo y no ayudan “a avançar na luta pela igualdade”.

Entre el grupo investigado, es posible observar una pequeña inserción de los hombres en el espacio doméstico a través de la preparación del almuerzo, especialmente en los días de ventas, cuando las mujeres

siguen horarios de trabajo más intensos. La responsabilidad del marido en la preparación de los alimentos se realiza con cierta renuencia. Cuando se le preguntó a Clara sobre los principales cambios producidos en su hogar por su participación en la Fábrica, rápidamente, y con cierto rencor, el marido responde: “ahora yo soy quien tiene que hacer el almuerzo”. Clara agregó que, como condición para ejercer esa función, su marido exigió que fuese instalada una cocina a gas afuera de la casa, en la parte de atrás, de modo que no sería visto por los vecinos, negándose así a apropiarse de la cocina, espacio considerado femenino.

Sobre este tema, podemos reflexionar sobre cómo, en el espacio doméstico campesino, los roles de género se relacionan con las concepciones de “dentro y fuera de la casa”. De esa forma, el trabajo ejecutado “dentro de la casa” es femenino, y ese espacio pertenece fundamentalmente a las mujeres, mientras que el de “fuera de la casa” (cultivo y espacio público en la ciudad) es de dominio masculino. Más allá de la división sexual del trabajo en sí, la división espacial establece que la producción del alimento cocido (en la cocina) debe ser hecho por las mujeres, a diferencia del alimento hecho fuera de la casa, como el beneficio de animales y la preparación de las carnes, que se considera como masculino (Wedig, 2009; Silva, 2009).

De esa forma, para las mujeres campesinas, se torna especialmente importante esa salida “de la cocina” de casa para realizar una actividad externa al ambiente doméstico, rompiendo con la espacialidad que les fue atribuida y naturalizada por la estructura social. Con la agroindustria, el trabajo pasa a ser ejecutado en “otra” cocina (donde realizan prácticamente las mismas actividades hechas en casa), sin embargo, estas tareas pasan de “no tener valor” a ser una actividad con rendimiento económico mensurable y, por ende, más valorada también en términos sociales.

Cuando este trabajo deja la cocina en casa y se hace visible y remunerado, es posible desafiar la visión previamente concebida del sistema de producción anclado en la familia patriarcal, cuestionando el papel de los hombres como principal responsable del apoyo familiar que, sin embargo, no es “una decisión fácil, y hacerlo implica numerosos procesos de negociación y transformación de las relaciones al interior del hogar, particularmente con los esposos” (Rodríguez, 2014, p. 424).

Frente a esto, las mujeres campesinas que comenzaron con la actividad de la AGF con la intención de ayudar financieramente a su familia, crearon algunas alteraciones en su contexto familiar y social, tales como cambios en la percepción de su trabajo, contacto con espacios públicos que permitieron cambiar su rutina, una pequeña reorganización en algunas de las actividades domésticas –especialmente en el almuerzo– cuyas responsabilidades pasaron a sus hijas, y cuando no hay opción deben ser asumidas por el esposo.

Tanto la relevancia, como los efectos de la renta de las mujeres en las familias investigadas son variadas. Cada una de ellas presenta sus justificaciones específicas sobre sus motivos para estar dentro de la AGF. Dos agricultoras afirmaron que el objetivo de participar en la AGF es el de “ayudar en la casa / ayudar a la familia” y “complementar el ingreso”. Lurdes dice que participa en la Fábrica para tener un “dinerito extra para ayudar a la familia” y “para comprarles regalos a sus nietos”. En el análisis de Stolen (2004, p.190), con mujeres de la colonia de Santa Cecilia en Argentina, la autora observa este mismo patrón e informa que las mujeres tienen acceso a “‘el dinero chico’, mientras que los hombres al ‘dinero grande’”.

Para Ellis (2000), el ingreso familiar adicional tiene diferentes efectos para los hombres y mujeres, porque ellos tendrían una tendencia mayor a usar el dinero para gastos personales, mientras que ellas usarían el dinero para mejorar el bienestar de la familia. Esto es perceptible claramente en la declaración de todas las mujeres entrevistadas, puesto que el bienestar de la familia fue la principal motivación de ellas para asociarse en la Fábrica, en donde la renta que se obtiene es direccionada para los gastos “de la casa” en todas las situaciones descritas.

En ese sentido, la participación en la Fábrica puede alterar algunas de las posiciones socialmente determinadas a lo interno de la familia, cuestionando el papel de proveedor del hombre/padre/marido como jefe, pues a diferencia de la renta agrícola que es familiar e indivisible, el rendimiento proveniente de actividades no agrícolas tiene un carácter un poco más individual (aunque sea frecuentemente aplicado al conjunto de la familia y de la unidad de producción), pudiendo representar la independencia (al menos

financiera) de las mujeres, cuyo trabajo dentro de la propiedad familiar tiende a ser desvalorizado y no remunerado.

4. LA DIVERSIFICACIÓN DE LOS MEDIOS DE VIDA RURAL REALIZADA POR LAS MUJERES CAMPESINAS

El carácter familiar es una característica básica del campesinado (Chayanov, 1974), que “no es un mero detalle superficial y descriptivo”, pues el hecho de que la estructura productiva asocie las categorías “familia, producción y trabajo” tiene consecuencias fundamentales en su forma de organización social y económica (Wanderley, 1996, p. 2).

En las familias con las que realizamos la investigación, percibimos fuertes rasgos de la modernización de la agricultura, que ocurrió en la región en las décadas de 1970 y 1980, mediante la difusión de la Revolución Verde que, según Ferreira y Zanoni (1998), fue un fenómeno técnico y social, cuyo resultado fue una disminución poblacional en las áreas rurales de Brasil, a la vez que se establecieron nuevas dinámicas sociales, económicas y ambientales. A partir de este período, la principal renta de la mayoría de las familias proviene de los *commodities* agrícolas del maíz y la soja. Esa forma de producción les genera grandes variaciones en su productividad, debido a cuestiones climáticas, y en sus entradas, por las fluctuaciones en el mercado internacional de estos productos. Las familias que dependen en mayor proporción de tales cultivos presentan un menor nivel de renta total y una mayor vulnerabilidad económica cuando se comparan con otras unidades de agricultura familiar que ostentan diversificación en su producción.

Esa vulnerabilidad es una característica de la agricultura familiar moderna, que presenta intensa dependencia de factores externos (Hass, 2008), pues los avances tecnológicos modernos dejaron a las(os) agricultoras(es) más dependientes de la industria y de las empresas multinacionales que comercializan maquinarias, pesticidas y semillas transgénicas. A esa situación se suman las variaciones climáticas que afectan a las(os) agricultoras(es) en general, y, con mayor intensidad, a aquellas(os) que poseen una producción de monocultivo o poco diversificada. Las prácticas de resistencia que las familias campesinas realizan frente a esos procesos son denominadas por Ploeg (2009) como “condición campesina”, marcadas por constantes luchas que buscan autonomía con relación al ambiente hostil en el que se insertan.

La diversificación de los medios de vida es una estrategia reproductiva de la agricultura familiar campesina, que es definida por Ellis (2000, p.15) como “the process by which rural households construct an increasingly diverse portfolio of activities and assets in order to survive and to improve their standard of living”. Este concepto comprende a los activos, que pueden ser naturales, físicos, humanos y sociales, y que están mediados por instituciones y relaciones sociales, definiendo los ingresos generados por el individuo o la familia.

En el análisis de los factores que influyen los recursos de la familia y como se produce el acceso a estos, Ellis (2000) afirma que ese acceso se diferencia con base en el género, en la clase, en las reglas, en las costumbres y en las prácticas del mercado, las cuales entorpecen la disponibilidad para las mujeres agricultoras. Según este autor, esas estrategias son diferentes para las mujeres, debido a las dificultades en el acceso a los recursos financieros y a la renta, dejándolas en desventaja en lo que se refiere a activos y actividades.

Los medios de vida son intervenidos por una serie de instituciones sociales presentes en la vida de los agricultores, que pueden actuar suprimiendo oportunidades para ciertos miembros de una comunidad, así como mejorar estas oportunidades para otros miembros (Ellis, 1998; 2000). La restricción de oportunidades se observa en la dificultad de las mujeres en acceder a ciertos recursos con relación a los medios de producción, como en el caso de las políticas públicas de crédito agrícola y de los mercados, los cuales están, generalmente, en las manos de los maridos, de los padres y hasta de los hijos varones.

Al relacionar la cuestión de género al estudio de la agricultura familiar campesina se evidenció de manera destacada la cuestión del acceso a esos activos, lo que diferencia claramente a las mujeres de los hombres. En el mercado de tierras, por ejemplo, Deere y León (2003) destacan que, además de las dificultades enfrentadas

por las agricultoras en cuanto a la obtención de recursos financieros o a la falta de acceso a créditos, ellas también enfrentan factores de exclusión cultural, estructural e institucional.

La diversificación es una estrategia comúnmente empleada por las familias campesinas para reducir el riesgo productivo o de renta, pero para las mujeres agricultoras desencadena algunos otros efectos más allá del ingreso familiar. Conforme Wanderley (2003, p. 53), en el caso de las mujeres, el trabajo externo a la unidad productiva puede tener dos significados: 1) puede ser “o caminho pelo qual a mulher adquire uma maior capacidade de participar dos ganhos da família”, y/o 2) puede “criar um distanciamento em relação ao estabelecimento familiar”, siendo una autonomía para afuera y caracterizando un proceso semejante a la individualización de las(os) jóvenes campesinas(os).

Esa visión se relaciona con la cuestión de la indivisibilidad de la renta agrícola señalada por Chayanov (1974) para el contexto de las familias campesinas, que la conforman como un organismo económico único. En ese contexto, la diversificación puede representar una forma de independencia para las mujeres, así como para las(os) jóvenes, descentralizando el control de la renta familiar por el jefe de familia. De esa manera, las estrategias de diversificación presentan relación tanto con la reproducción de la familia campesina como con la resistencia y la autonomía de las mujeres.

La creación de la agroindustria familiar por las mujeres campesinas constituye una estrategia de diversificación de los medios de vida. Además de la AGF, se observaron también esas estrategias en lo que se refiere al autoconsumo, debido a que todas las familias poseen pequeños huertos y animales, aparte de las actividades principales de renta agrícola. Por medio de algunas de estas actividades para el autoconsumo, las integrantes de la AGF obtienen excedentes comercializables con los que complementan el ingreso total.

En el caso de las mujeres participantes en esta investigación, la agroindustria les permite, además del acceso a la renta, más conocimientos y contactos sociales por medio de cursos que amplían sus saberes en el área de la producción y organización, viajes para la participación en ferias, relaciones de comercialización, etc. Aparte de eso, el hecho de que ellas se reúnan en una asociación es de suma importancia para mejorar el acceso a otros recursos, más allá de los económicos.

Las estrategias de diversificación de los medios de vida y de resistencia de esas mujeres campesinas demuestran un conjunto de acciones colectivas realizadas por ellas para modificar el ambiente del cual forman parte. El análisis aquí realizado de la diversificación de los medios de vida se realizó centrado en las actoras sociales (que en este caso son las mujeres campesinas y sus familias), y en las múltiples estrategias que ellas construyen.

Así, las familias estudiadas se caracterizan por sus estrategias y sus organizaciones económicas particulares, las cuales se diferencian entre sí, aunque coexistan en la misma comunidad, ejerzan el mismo trabajo y frecuenten los mismos círculos sociales. Esto apunta hacia los diferentes efectos que la participación en la AGF tiene en cada familia, puesto que estos presentan variaciones significativas en el ambiente familiar. Tales variaciones se relacionan, especialmente, con la relevancia financiera del rendimiento obtenido con la agroindustria en la economía familiar, como puede ser visto a continuación.

El análisis socioeconómico de las familias se realizó con base en un cuestionario elaborado por Perondi (2007), lo que permitió evaluar el desempeño económico de las familias con base en la disponibilidad de acceso a los principales factores de producción. En este caso, la renta obtenida por las mujeres en la AGF anualmente varió de 3.018,86 USD a 4.528,30 USD (referencia del dólar estadounidense con base en la tasa de cambio del día 15/07/2017), teniendo como base 2014, año anterior al inicio de la investigación. Las variaciones se producen de acuerdo con las horas trabajadas, las cuales ellas intentan mantener en equidad, salvo en situaciones extraordinarias, como en el caso de tener algún problema o compromiso personal o familiar que conlleve al incumplimiento de parte de la carga horaria.

La relación entre la renta obtenida por las mujeres en la AGF y la renta total de las familias se presenta como de suma importancia al revelar el impacto financiero de éstas para cada unidad de producción. La participación de la AGF en la composición de la renta puede variar de 6% a 80%, lo que demuestra esa

significación financiera del emprendimiento de las mujeres, como también, la importancia relativa que adquiere en cada familia. Así, para Lurdes –en cuya composición de la renta proveniente de la Fábrica representa menos de un 20% total del ingreso familiar– el principal propósito de su participación es “ganar un dinerito extra para comprar regalos para sus nietos”, mientras para el caso de Clara –que más del 70% de su ingreso familiar proviene de la renta de la agroindustria familiar– “no se puede vivir sin el dinero de la Fábrica”.

Todas las familias presentan una baja disponibilidad de fuerza de trabajo, con base en el cálculo de la Unidad de Trabajo Humano (UTH), siguiendo los criterios de Lima et al., (1995), el cual varía de 0,65 en el caso Ana, donde las(os) hijas(os) ya no forman parte de la UP y la pareja trabaja todo el día fuera de casa; hasta 2,32 en el caso de Fátima, donde el marido trabaja integralmente en la UP, ella trabaja parcialmente, el hijo tiene un empleo urbano, y la hija menor estudia.

Las justificaciones dadas por todas las mujeres para participar en la Fábrica presentan como un denominador común la cuestión financiera. Sin embargo, cuando se analizan los casos individualmente, otras razones surgen para explicar esa motivación. En el caso de Joana, su integración se produjo debido a la necesidad de estar cerca de su familia (dejó un empleo en la ciudad para trabajar en la AGF y así consiguió estar más cerca de su marido y de su hijo). Para Ana fue algo no planificado, “la oportunidad se dio” y ella la “aprovechó”. Isabel justificó su adhesión con base en la escasez de tierras de su familia, lo que limitaba el ingreso familiar y se traducía en la necesidad de buscar rentas alternativas. Para Clara, el dinero proveniente de la Fábrica es considerado esencial, además de señalar la importancia de la convivencia con sus colegas de trabajo como uno de los motivos que la han ayudado a superar una depresión.

Cada caso reseña particularidades en lo que se refiere a la organización financiera y de producción. Aun compartiendo circunstancias de vida similares, la actividad presenta efectos diferentes para cada una de las mujeres entrevistadas, así como para sus familias.

5. CONSIDERACIONES FINALES

En este estudio fue posible observar las diversas particularidades de las estrategias de resistencia construidas por las mujeres campesinas, y cómo su emancipación financiera y social es importante para la reproducción social de la agricultura familiar campesina. Se buscó identificar los obstáculos, los medios y las alternativas encontradas por ellas en el camino recorrido hasta hoy, como así también las redes de relaciones que se construyeron en ese proceso.

La creación de la agroindustria familiar por las mujeres campesinas constituye, de esa forma, una estrategia de diversificación de los medios de vida utilizada por las familias analizadas. La restricción de oportunidades se observa en la dificultad de las mujeres en acceder a ciertos recursos en relación a los medios de producción, como en el caso de las políticas públicas de crédito agrícola y los mercados, los cuales están, generalmente, en las manos de los maridos, de los padres y hasta de los hijos varones. Luego, la organización de la asociación actúa como un medio que facilita el acceso al capital humano, financiero y social, hasta entonces limitados debido a cuestiones de género.

La agroindustria les permite, además del acceso a la renta, saberes y contactos sociales, dados por medio de cursos que amplían sus conocimientos en el área de la producción y organización, viajes para la participación en ferias y relaciones de comercialización, entre otros. El hecho de que ellas se reúnan en una asociación es de suma importancia para mejorar el acceso a otros recursos, más allá de los económicos.

Cada caso reseña particularidades en lo que se refiere a la organización financiera y de producción. Aun compartiendo circunstancias de vida similares, la actividad presenta efectos diferentes para cada una de las mujeres entrevistadas, así como para sus familias. Estas variaciones se relacionan con la relevancia financiera del rendimiento obtenido con la agroindustria en la economía familiar. La cuestión financiera es el denominador común en las justificaciones dadas por las mujeres para participar en la Fábrica. Sin embargo,

cuando se analizaron los casos individualmente, otras razones surgieron para explicar esa motivación, develándose como un factor relevante la convivencia social con las compañeras.

Se concluyó que, debido al hecho de que esa organización sea exclusivamente de mujeres, tuvieron que asumir diferentes funciones y roles sociales, comúnmente identificados como masculinos, como es el caso del control financiero, la conducción de vehículos y el dominio de las redes comerciales, cuestiones que les permitieron ser protagonistas en una actividad considerada productiva.

Ese emprendimiento resultó en una reducción de relaciones desiguales de poder en el interior de sus respectivas familias, hecho que fue percibido, aunque de manera sutil. A pesar de que en la mayoría de los casos hay todavía una doble jornada laboral de estas mujeres, se observaron, en todos los casos, renegociaciones y redefiniciones de algunas relaciones familiares, a partir de la independencia económica de las mujeres. Se evidenció también que las relaciones de poder se tornaron más equitativas en cuanto la intervención de la mujer en la agroindustria tenía mayor incidencia económica en el contexto familiar. La participación en el grupo de la AGF también amplió su participación social en la comunidad/ciudad. En el caso estudiado, el grupo utiliza estrategias de diversificación de los medios de vida que tienen por objetivo mejorar el bienestar familiar. Esas estrategias terminan teniendo influencia en la independencia económica de las mujeres y, especialmente, en la autopercepción de cada una de ellas.

AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen a Guillermo Velásquez por la traducción del artículo, a Daiane Padula Paz por la revisión del texto y a la Fundação Araucária de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico, FAADCT/PR, Brasil por financiar la investigación a través de la beca doctoral del primer autor.

REFERENCIAS

- Agne, C. y Waquil, P. (2011a). A rede de relações sociais nos mercados de proximidade: os canais de comercialização e troca das agroindústrias rurais familiares da região do Corede Jacuí Centro – RS. *Ensaio FEE*, 31, 779-806. Recuperado de <https://revistas.fee.tche.br/index.php/ensaios/article/view/2579>
- Agne, C., y Waquil, P. (2011b). Redes de proximidade: agricultores, instituições e consumidores na construção social dos mercados para os produtos das agroindústrias rurais familiares na região central do RS. *Revista Do Desenvolvimento Regional - REDES*, 16(1), 149-171. Recuperado de <https://online.unisc.br/seer/index.php/edes/article/view/1609>
- Arce, A. (2015). Formas de hacer política. Mujeres en el cooperativismo agrario: Agricultores Federados Argentinos. En Folguera, P. y Pereira, J. C. y otros. (Eds.). *Pensar la historia desde el siglo XXI. Actas del XII Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea*. Madrid: UAM Ediciones.
- Baquero, R. (2012). Empoderamento: instrumento de emancipação social? – Uma discussão conceitual. *Revista Debates*, 6(1), 173-187. <https://doi.org/10.22456/1982-5269.26722>
- Bidaseca, K. (2004). Negadas a la existencia y condenadas a la desaparición. Un estudio acerca de las luchas de las mujeres rurales en Argentina y Brasil desde la perspectiva de género. En N. Giarracca y B. Levy (Comps.), *Ruralidades Latinoamericanas. Identidades y Luchas sociales* (pp. 357-417). Buenos Aires: CLACSO.
- Brumer, A. (2004). Gênero e agricultura: a situação da mulher na agricultura do Rio Grande do Sul. *Revista Estudos Feministas*, 12(1), 205-227. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-026X2004000100011>
- Chayanov, A. (1974). *La organización de la unidad económica campesina*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, 95-120.
- Consea (2019). Plano Municipal De Segurança Alimentar e Nutricional Município De Pranchita Caisan Municipal 2016 – 2019. Recuperado de <http://www.consea.pr.gov.br/arquivos/File/PLANOSANPRANCHITA.pdf>

- Cotanda, F. C.; Silva, M. K.; Almeida, M. L.; Alves, C. F. (2008). Processos de pesquisa nas ciências sociais: uma introdução. En C. R. J. Pinto y C. A. B. Guazzelli, *Ciências humanas: pesquisa e método* (pp. 63-83). Porto Alegre: Editora UFRGS.
- Deere, C., y León, M. (2003). Diferenças de gênero em relação a bens: a propriedade fundiária na América Latina. *Sociologias*, 10, 100-153. <https://doi.org/10.1590/S1517-45222003000200005>
- Ellis, F. (1998). Household strategies and rural livelihood diversification. *Journal of Development Studies*, 35(1), 1-38. <https://doi.org/10.1080/00220389808422553>
- Ellis, F. (2000). *Rural livelihoods and diversity in developing countries*. United States: Oxford University Press.
- EMATER (2016). Projeto Mercados Institucionais Pnae e Paa. Recuperado de <http://www.emater.pr.gov.br/modulos/conteudo/conteudo.php?conteudo=147>
- Ferreira, A., y Zanoni, M. (1998). Outra agricultura e a reconstrução da ruralidade. En A. Z. Ferreira y A. Brandenburg (Org.). *Para pensar outra agricultura* (pp. 15-32). Curitiba: Editora da UFPR.
- Gazolla, M. y Pelegrini, G. (2011). Novos mercados da agricultura familiar: o caso das pequenas unidades agroindustriais produtoras de alimentos. En S. Schneider & M. Gazolla (Org.). *Os atores do desenvolvimento rural: perspectivas teóricas e práticas sociais* (pp. 133-150). Porto Alegre: Editora UFRGS.
- Gnoatto, A., Balestrini, E., Possamai, E., y Perondi, M. (2004). Pluriatividade, Agroindústria e Agricultura Familiar. Trabajo presentado en *XLII Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural*, Cuiabá, Brasil. Recuperado de: <https://www.sober.org.br/palestra/12/09P445.pdf>
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Hass, J. (2008). Diversificação de produção no meio rural como estratégia de sobrevivência: um estudo de caso da região noroeste do Rio Grande do Sul. Trabajo presentado en *IV Encontro Nacional da ANPPAS*, Brasília, Brasil. Recuperado de: <https://www.anppas.org.br/encontro4/index.php?p=gt#gt1>
- Hirata, H. y Kergoat, D. (2007). Novas configurações da divisão sexual do trabalho. *Cadernos de pesquisa*, 37(132), 595-609.
- IPARDES, Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (2016). Caderno Estatístico Município de Pranchita. Recuperado de <http://www.ipardes.gov.br/cadernos/MontaCadPdf1.php?Municipio=85730>
- Kiyota, N., Gazolla, M., Da Costa Ferreira, N., Pelegrini, G., Perondi, M., Cadoná, L., y Leonardi de Aguiar, A. (2014). A agroindústria familiar e a produção de novidades no desenvolvimento rural: uma análise comparativa entre sul e nordeste do Brasil. En S. Schneider, M. Menezes, A. Gomes da Silva & I. Bezerra, *Sementes e brotos da transição* (pp. 71-90). Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Lima, A., Basso, N., Neumann, P., Santos, A., y Muller, A. (1995). *Administração da unidade de produção familiar: modalidades de trabalho com agricultores*. Ijuí: INIJUI.
- Maluf, R. S. (2004). Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. *Ensaio FEE*, 25(1), 299-322.
- Mior, L. C. (2007). Agricultura familiar, agroindústria e desenvolvimento territorial. Ponencia presentada en *Colóquio Internacional de Desenvolvimento Rural Sustentável*. Florianópolis, Brasil.
- Mior, L. (2008). Trajetórias das agroindústrias familiares rurais no Estado de Santa Catarina (Brasil). Ponencia presentada en *Congreso Internacional de la Red Sial*. Mar del Plata, Argentina.
- Paulilo, M. (1987). O peso do trabalho leve. *Revista Ciência Hoje*, 5(28), 64-70.
- Paulilo, M. (2004). Trabalho familiar: uma categoria esquecida de análise. *Estudos feministas*, 12(1), 229-252.
- Paulilo, M y Schmidt, W. (2003). Movimento de mulheres agricultoras: terra e matrimônio. En M. Paulilo y W. Schmidt, *Agricultura e espaço rural em Santa Catarina*. Florianópolis: Editora da UFSC.
- Perondi, Miguel. (2007). *Diversificação dos meios de vida e mercantilização da agricultura familiar* (Tesis doctoral). Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil.
- Ploeg, J. (2009). Sete teses sobre a agricultura camponesa. *Revistas Agrícolas: Experiências em Agroecologia*, (Número Especial), 17-32.
- PUTNAM, R. (2002). *Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna*. Rio de Janeiro: FGV.

- Rodríguez, L. R. (2014). Productoras y feriantes. Estrategias de género en Misiones, Argentina (1995 - 2012). En T. Ortega (Com.). *Monografías de Historia Rural de la Sociedad Española de Historia Agraria* (pp. 407-436), Zaragoza: Prensa de la Universidad de Zaragoza.
- Schneider, S. (2003). *A pluriatividade na agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Silva, C. y Schneider, S. (2010). Género, trabalho rural e pluriatividade. En P. Scott, R. Cordeiro & M. Menezes (Org.), *Gênero e Geração em Contextos Rurais*. Florianópolis: Ed. Mulheres.
- Silva, M. (2009). Cozinha: espaço de relações sociais. *Revista Iluminuras*, 10(23). <https://doi.org/10.22456/1984-1191.10083>
- Stolen, K. A. (2004). La estructuración de género en Santa Cecilia. En K. A. Stolen, *La decencia de la desigualdad: Género y poder en el campo argentino* (pp. 135-195). Buenos Aires: Antropofagia.
- Wallerstein, I. (2001). *Capitalismo histórico e civilização capitalista*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Wanderley, M. (1996). Raízes Históricas Do Campesinato Brasileiro. Trabajo presentado en *XX Encontro Anual da Anpocs. Caxambu*, Brasil. Recuperado de: <https://wp.ufpel.edu.br/leaa/files/2014/06/texto-5.pdf>
- Wanderley, M. (2003) Agricultura familiar e campesinato: rupturas e continuidade. *Estudos Sociedade e Agricultura*, 11(2), 42-61.
- Wedig, J. C. (2009). *Agricultoras e agricultores à mesa: um estudo sobre campesinato e gênero a partir da antropologia da alimentação* (Tesis de Maestría). Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil.
- Wilkinson, J. (2002). Sociologia econômica e o funcionamento dos mercados: inputs para analisar os micros e pequenos empreendimentos agroindustriais no Brasil. *Revista Ensaios FEE*, 23(2), 805-825.

NOTAS

- 1 Ana [nombre ficticio] (2016). Entrevista realizada por Renata Kempf a trabajadora de la Agroindustria Rural de la Familia São Roque, en la ciudad de Pranchita-PR, Brasil, Julio 2016.