

## Relaciones de Genero en Agricultores Familiares de Base Agroecológica: Estudio de Casos en la Región Metropolitana de Paraná

*Gender Relations Among Families of Rural Agro-Ecological Workers: Case Studies from the Metropolitan Region of Paraná*

ARIAS GUEVARA, Maria A. Universidad de Holguín, [ariasguevara2003@yahoo.es](mailto:ariasguevara2003@yahoo.es).

### Resumen

El trabajo centra su atención en las estrategias diseñadas por familias que asumen la agroecología como modo de vida y su significación para la deconstrucción de roles y valores tradicionales en las relaciones de género. El estudio de campo fue realizado en el Estado de Paraná en el segundo semestre del 2007 en el marco de una estancia posdoctoral en la UFPR. Las categorías analíticas resultaron de la interacción entre el trabajo empírico y las fuentes teóricas utilizadas, concretadas en el mismo proceso de investigación. En los casos estudiados se trata de comprender como se están configurando y reconfigurando las relaciones de género a partir de las estrategias diseñadas por los agricultores familiares. Para llegar entre otras a la conclusión que fue posible deducir algunos cambios que advierten fisuras en las relaciones de género, sobre todo, aquellas que resultan de estrategias apoyadas en la pluriactividad; en los procesos de socialización y de potenciación de capacidades, que pueden conducir a empoderar a las mujeres en ellas envueltas, sin embargo, no son cambios espectaculares, y la entrada al mercado de la esfera reproductiva a través de las ferias agroecológicas, por ejemplo, no ha liberado a las mujeres de sus tradicionales roles domésticos.

**Palabras claves:** Estrategias familiares, relaciones de género, agricultura familiar, ferias agroecológicas.

### Abstract

*The article focuses on the strategies employed by families who use agro-ecology as a way of life and on their meaning for the deconstruction of traditional roles and values in gender relations. The fieldwork was carried out in the state of Paraná during the second semester of 2007, during a postdoctoral fellowship at the UFPR. The analytical categories used are the result of the interaction between empirical research and the theoretical sources employed, which took shape during the research process itself. In the cases studied, the focus was on how gender relations are configured and reconfigured via the strategies employed by families of agricultural workers. One conclusion reached, among others, was that it is possible to deduce some changes pointing to fissures in gender relations, above all in those that are the result of strategies based on multiple activities; on processes of socialization and capacity-building, which can lead to the empowerment of the women involved. However, these are not major changes. Entering the productive sphere via, for example, agro-ecological markets, has not freed women from their traditional domestic roles.*

**Keywords:** family strategies, gender relations, family agriculture, agro-ecological markets.

### Introducción

Pensar lo rural hoy en Brasil como espacio portador de dinámicas de desarrollo, como espacio de vida y trabajo donde se reconfiguran las relaciones sociales de género, significa tener en consideración el diseño de estrategias por las familias agricultoras, dado el protagonismo que en las dinámicas locales de desarrollo rural tiene la Agricultura Familiar por su capacidad de generar renta, empleo y por sus potencialidades en términos de sustentabilidad económica,

cultural y medioambiental.

Para los fines de este estudio definiremos las *Estrategia Familiares* como conjunto de acciones, de respuestas encontradas ante determinadas situaciones que permiten a los productores/as y sus familiares la reproducción social y el rediseño de su proyecto de vida.

### Metodología

El estudio se apoyó en entrevistas cualitativas (cuya número se precisó por saturación de los contenidos, para totalizar en unas 32) y en la observación, se escucharon relatos de vida que amablemente realizaron para mi agricultores y agricultoras. La región metropolitana de Curitiba<sup>2</sup> fue seleccionada por criterio intencional, utilizando criterios cualitativos en la selección de la muestra, por contar con un núcleo importante de agricultores familiares que producen en condiciones agroecológicas y viajan dos o tres veces por semanas a la ciudad como feirantes agroecológicos. (Objeto principal de la pesquisa). La pesquisa, fue direccionada a comprender como se configuran las relaciones de género entre los agricultores familiares que asumen la agroecología como proyecto de vida. Se toma como foco principal del análisis aquellas familias involucradas en las ferias agroecológicas.

Siguiendo las tipologías establecidas por Lamarche (1993) se identificaron las estrategias individuales diseñadas por las familias que a su vez se entrecruzan con las estructuradas por la AOPA<sup>3</sup> como organización representativa de los productores agroecológicos. Es de notar que alrededor del 50% de los agricultores (feirantes agroecológicos) de la Curitiba Metropolitana están cercanos o podrían clasificar dentro de un modelo alternativo o agricultores familiares modernos: por su manera de producir y vender, por sus relaciones con el Estado, por su ligazón y responsabilidades con la sociedad local, y por las maneras en que imaginan el futuro de sus hijos. Dentro de los feirantes agroecológicos algunos pudieran entrar en la modalidad de empresas familiares en tanto expresan estrategias diversificadas, toda una "pluricompetencia" (Wanderley, 2000) que combina producción, transformación y comercialización e incluso algunos incluyen en sus estrategias los servicios de turismo rural y producción de artesanías.

Una aproximación al perfil de estas familia, permite identificar características tales como: la experiencia entre cinco y diez años como promedio en agroecología; con desplazamientos migratorios rural-rural intraregional; urbano-rural, en especial desde la región sur del país o del sudoeste del estado; un origen en más del 80% europeo con ínfima presencia de otros grupos étnicos; más del 75% tiene un vínculo desde la infancia con labores agrícolas y pecuarias<sup>4</sup>; predominan pequeños productores con menos de 10 ha; más del 67% de los entrevistados es arrendatario, algunos son un híbrido social de propietario y arrendatario simultáneamente; significativa participación mujeres y jóvenes en las nuevas acciones direccionadas al mercado; predominio de las fajas etáreas por debajo de los 49 años; niveles de instrucción superior a sus predecesores, en especial los más jóvenes sean hombres o mujeres; acceso a créditos, cuentas bancarias; búsqueda de otras fuentes de renda en más de 50% de las familias entrevistadas; las

<sup>2</sup> La región metropolitana de Curitiba fue creada en 1973 con el objetivo de la planeación del desarrollo dados los impactos de los cambios estructurales que resultaban del crecimiento urbano, de las transformaciones productivas y de las modificaciones estructurales del estado.

<sup>3</sup> La AOPA es una organización nacida en 1995 con la misión de gestionar el desarrollo de los productores agroecológicos. Entre sus fines está la formación y capacitación de sus miembros, así como la interacción con el poder público a nivel de la federación, del estado o a nivel local. Las Ferias agroecológicas organizadas por la AOPA, a su vez que espacio de interacción con los consumidores urbanos, constituyen instrumentos de revalorización de la ruralidad contemporánea.

<sup>4</sup> Mujeres y hombres comenzaron a trabajar desde niños. Durante mis entrevistas escuche conmovedores relatos de vida, entre ellos, el de Zalette quien narró que a los ocho años ya hacía trabajos, cuidaba becerros, gallinas, ayudaba a cosechar frijoles y patatas, a buscar la leña. Tenía la obligación de cuidar sobrinos e incluso cocinaba y lavaba la ropa. Su padre murió cuando ella tenía ocho años y ella tuvo que asumir muchos trabajos entre ellos plantar arroz y patatas.

ferias como espacio principal de realización de sus productos; la capacitación y asesoría que brinda la AOPA es vista como principal medio calificación; poseen una elevada autovaloración sobre el tipo actividad que realizan en tanto que relacionan con ella su perspectiva sobre el desarrollo rural y el futuro que desean para sus hijos e hijas.

Es de considerar que su principal estrategia está relacionada con el *cambio de modelo tecnológico y la asunción de la agroecología como proyecto de vida*, que encierra nuevas maneras de relacionarse con la naturaleza y con la sociedad, la reconfiguración de su cultura productiva y de su propia identidad como productores y productoras.

En las familias agroecológicas estudiadas, la mujer trabaja menos en la rosa para dedicar más tiempo a la preparación de simientes, continúa atendiendo animales domésticos, participando en la colecta, pero una de sus principales roles productivos está en aquellos procesos de transformación de los productos destinados a la comercialización, es decir, los que agregan valor. Ellas son las responsables por muchas de las actividades originadas en las microindustrias (fabricación de yogurt, queso, jaleas, panes, compotas, tomates secos, bolachas, jugos de frutas, alimentos en conserva, granolas, temperos, etc.) Con ello, las mujeres ponen a disposición del mercado un capital social antes privativo de la esfera reproductiva.

La diversificación de productos puestos a la venta, permite a las familias mantener en el mercado productos durante todo el año. En las condiciones de la producción agroecológica las mujeres realizan importante contribución a la diversificación de los procesos productivos y en especial a la entrada de nuevos productos transformados en el mercado. Las agroindustrias bajo responsabilidad de agricultoras familiares constituyen el 70%, el otro 30% son manejadas por hombres.<sup>5</sup>

La eliminación de intermediarios en la comercialización constituye una importante acción que eleva los ingresos. Ello incluye: las entregas por pedido, tanto en restaurantes como a domicilio; la venta directa al consumidor en las ferias; el cumplimiento de convenios con el poder público local de venta de productos para escuelas, creches, (Programa “Fome Cero”) etc., Cada familia, participa en las ferias dos o tres días por semana. Los productos naturales y/o transformados son expuestos en barracas en diversos espacios de la ciudad de Curitiba tales como: Terminal do Cabral, Paseo Público, Praça do japon, Praça Ucrania, Jardim Botánico, Campinas do Siqueira y Praça do Expedicionarios. De modo, que a nivel de la capital del Estado se ha conseguido la apertura de un mercado municipal orgánico con grandes posibilidades de expansión.

Los jóvenes y las mujeres han adquirido mayores responsabilidades con las ferias. Estas últimas constituyen el 24 % de los vendedores, quiere decir, que la comercialización es aún, una esfera de dominio masculino. Sin embargo, no en todos los espacios la proporción entre los vendedores se comporta de la misma manera. En la plaza del Japón, de siete barracas como puntos de venta, cuatro están dirigidas por mujeres. Desde el punto de vista cualitativo, son significativas las valoraciones que las propias mujeres realizan de las ferias como espacio, teniendo en cuenta que el 80% de las personas que acuden a comprar alimentos orgánicos son mujeres (como guarda de la salud familiar). Una de las mujeres, Vanesa, de 26 años, valora la importancia de las Ferias no solo como fuente de renta familiar sino por el intercambio con la gente, especialmente con mujeres, quienes siempre preguntan cómo se producen las verduras. *“yo no gusto de la ciudad, mas gusto del contacto con los clientes. Cuando no vengo una semana, ya siento falta”*. Otra mujer Luciana de 34 años dice que gusta de las ferias *“es gustoso hacer amigos, se aprende de otros, antes sentía vergüenza de hablar, ahora me reconozco como ser humano, hay un enriquecimiento muy grande, quienes participan reciben información de*

<sup>5</sup> Información brindada por el presidente de la AOPA. Curitiba julio, 2007.

*quienes compran*". Para Aparecida y su esposo, ambos aposentados, él piloto, ella profesora, llegados de Sao Paulo, participan en las ferias hace dos años, pero se vincularon a la producción orgánica desde hace unos 12 años atrás, propietarios de 112 ha. Sienten un gran placer por las ferias, más que dinero buscan el placer del intercambio y el descubrimiento. *"Cada barraca-dicen-es una expresión cultural"*.

El nivel de instrucción superior a los hombres está permitiendo que muchas mujeres tengan una mayor participación en la contabilidad y la administración de los recursos, así como, en las nuevas inversiones, por ejemplo, aquellas que tienen que ver con el turismo rural. En tres de las familias, las mujeres habían emprendido ya acciones de esta naturaleza. Lo que implica que estas nuevas estrategias están favoreciendo la democratización de las relaciones en el seno de la familia.

La búsqueda de actividades no agropecuarias por algunos de los miembros de las familias, casi siempre los más jóvenes, en especial las muchachas está siendo una de las estrategias individuales más comunes. Estos trabajos pueden estar ubicados en el medio urbano o rural. Alguna de las situaciones familiares que llaman la atención es la residencia urbana, donde uno de los miembros de la pareja tiene empleos en la ciudad, en otros casos son los hijos/as. Pero es significativo, la relación y las responsabilidades que siguen contrayendo con el trabajo familiar, sea en las ferias el fin de semana, en la colecta o en la transformación<sup>6</sup>.

Un destaque especial, merece la valorización que se produce sobre los conocimientos y saberes, sea por la revalorización de los antiguos heredados o de la adquisición de nuevos a través de los procesos formativos. El aprendizaje y la transmisión de saberes, es condición de quien se coloca con una actitud diferente ante la naturaleza y la sociedad. Los cursos son variados y van desde cursos sobre la gestión de la propiedad, la cooperación y comercialización, sobre la preservación del medio ambiente y el manejo de la propiedad, hasta la cría de animales y la transformación de alimentos. Con frecuencia se afirma, que la capacitación es para la familia<sup>7</sup>. La participación de las mujeres en la capacitación aún es pequeña, entre un 20 y un 30%, pues a la hora de decidir quién recibe un curso, participan más los hombres, *"si el curso es sobre elaboración de alimentos, entonces las mujeres serán las participantes"*.

Desde el inicio de la pesquisa queríamos interrogar sobre los procesos de socialización en que se envuelven estas familias, sobre las relaciones que se producen en el mundo exterior a ella y cómo participan los diferentes grupos. El principal medio de socialización de productores y productoras agroecológicas es la AOPA y la RED ECOVIDA. En los núcleos de base, la mujer participa activamente, porque la familia es la base de esos núcleos, todos sus miembros adultos, pero cuando se trata de la coordinación de los grupos entonces el 70% de ellos son coordinados por hombres, tanto en la red como en la AOPA, ellos ocupan los principales puestos en la toma de decisiones. El sindicato de los trabajadores rurales constituyen un importante medio de formación política de sus miembros. En los últimos años crece la participación de hombres y mujeres en la lucha por sus reivindicaciones sociales. Las mujeres de todas las edades se involucran más en aquellos procesos que tienen que ver con la reconstitución del tejido social a nivel de comunidades, ellas coordinan grupos religiosos y mantienen un estrecho vínculo con el trabajo comunitario de las instituciones eclesíásticas. Constituyen una especie de trabajadoras sociales a escala comunitaria, atendiendo los problemas de salud, alfabetización u otros, como aquellos que tienen que ver con fenómenos asociados a la violencia, la droga o prostitución y que expresan rupturas del tejido social comunitario. Ellas, y los/las jóvenes se encargan del rescate de

<sup>6</sup>Uno de los objetivos de la FETRAF es atraer a los jóvenes, su presencia es pequeña en la producción." no queremos que la agricultura se convierta en una producción realizada por ancianos, muchos trabajan y viven en la ciudad. Otros regresan y apoyan el fin de semana"(Adelmo, director de la FETRAF en el municipio Campo Magro, julio.2007)

<sup>7</sup> Expresión utilizada por Marfil presidente de la AOPA en entrevista. Ciudad de Curitiba julio, 2007.

las tradiciones culturales.

### Conclusiones

El estudio de casos permite testimoniar una transgresión de los espacios y roles tradicionales asignados a los géneros. Las estrategias familiares indican que las mujeres están invirtiendo mucho más tiempo que antes en actividades que generan ingresos, pero invierten más tiempo que los hombres en aquellas que no lo generan. El trabajo doméstico sigue siendo considerado percibido y aceptado como una cuestión personal, privada y específica de las mujeres. El promedio de escolaridad en la mayoría de los casos estudiados es superior en las mujeres, sobre todo en las más jóvenes, ello no es condición suficiente para la superación de las desigualdades en la esfera privada. En algunas familias, las propias mujeres entrevistadas siguen considerando la actividad que realizan como “ayuda”. Las Ferias agroecológicas advierten un cambio. Como afirmó Zaletti “...las mujeres nos sentimos más gente, parte del proceso....las ferias confirman que las mujeres tienen otras formas de colocar las cosas....” Desde el punto de vista de las estrategias descritas fue posible deducir algunos cambios que advierten fisuras en las relaciones de género, sobre todo, aquellas que resultan de estrategias apoyadas en la pluriactividad; en los procesos de socialización y de potenciación de capacidades, que pueden conducir a empoderar a las mujeres en ellas envueltas.

### Referências

*Brasil rural na virada do milenio. La visao de pesquisadores y jornalistas* [2001]. Disponible em: <[www.deser.org.br](http://www.deser.org.br)>. Acesso em:

BORDIEU, P. *Cosas dichas*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BORDIEU, P. *El sentido práctico*. Tauros, Madrid, 1991.

LAMARCHE, HUGUES (coord.) *Agricultura Familiar*. Campinas: UNICAMP, 1993.