

transformaciones en las representaciones e identidades sociales, construidas con estas urdimbres.

Así, con todos estos interrogantes, nos planteamos una investigación situada en la Montaña Palentina, donde venimos trabajando desde 1994. El objetivo principal de esta investigación es analizar las transformaciones en el papel social de las mujeres del medio rural y los contextos que intervienen en la construcción de sus identidades sociales, identificando las valoraciones de lo rural y lo urbano como espacios vitales de referencia y sus posibles relaciones con el éxodo rural femenino. Además, procuramos identificar las estrategias femeninas de huida del medio rural empleadas en la zona y sus relaciones con los papeles tradicionales de género.

A partir de nuestras reflexiones y lecturas iniciales, y sobre todo del contacto cotidiano con las mujeres de la Montaña Palentina, planteamos cuatro hipótesis iniciales, que guiaron el trabajo de investigación:

1. Las mujeres de la Montaña Palentina comparten representaciones sociales más despectivas sobre el medio rural que sobre el medio urbano.
2. Las representaciones sociales sobre el medio rural constituyen factores relevantes en la decisión de emigrar, o no, hacia la ciudad.
3. Las representaciones sociales sobre la ruralidad se están transformando con la introducción de valores posmodernos vinculados a las nuevas funciones del medio rural, en el que las mujeres están adquiriendo un protagonismo ascendente.
4. Los nuevos roles de las mujeres en el medio rural posibilitan un proceso de ruptura con las representaciones sociales tradicionales y la construcción de alternativas de participación socioeconómica femenina en las sociedades rurales postindustriales.

## 2. BREVE DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El contraste de las hipótesis en la presente investigación se ha desarrollado en dos partes complementarias y sucesivas. En la primera

parte se emplean técnicas cuantitativas, y en la segunda técnicas cualitativas, como pasamos a describir brevemente.

## **2.1. Primera Parte de la Investigación**

Esta fase de la investigación, de naturaleza cuantitativa, está diseñada para identificar y analizar las valoraciones que las mujeres de la Montaña Palentina atribuyen a lo rural y lo urbano como contextos vitales de referencia. Optamos por la metodología cuantitativa, que nos permite, en un primer momento, una exploración amplia con un número significativo de participantes, para posteriormente profundizar en las cuestiones identificadas, con una muestra más reducida. Así mismo, queríamos contrastar la relevancia del problema inicialmente planteado y de las hipótesis de partida, con una muestra amplia de mujeres, antes de centrarnos en un pequeño grupo para indagar los contenidos de las representaciones sociales y sus relaciones con la inserción social y laboral de las entrevistadas.

Así, hay que destacar la importancia que tiene en esta investigación la aprehensión de los significados sociales y personales de la ruralidad y de los papeles de género, y el discurso, como vehículo de los mismos. Parker (1992) afirma que los discursos remiten a la idea de que los sistemas de significados son estructuras relativamente constantes que organizan la subjetividad. En el estudio de las representaciones sociales, el lenguaje es un elemento fundamental, tanto en el propio proceso de construcción de las representaciones como en la aprehensión y comprensión de los significados socialmente elaborados. En un primer momento, para poder captar diferentes aspectos de los discursos sobre lo rural y lo urbano, que se constituyen en las relaciones entre diferentes colectivos y que participan en la construcción de las identidades sociales de los miembros de los diferentes grupos de pertenencia, realizamos un intento de cartografiar las representaciones sociales sobre dichos objetos sociales. Elaboramos un instrumento a partir del Diferencial Semántico, desarrollado por Osgood, Suci y Tannenbaum a finales de los años cincuenta. Partimos, así, de un instrumento ampliamente utilizado en investigación social, que permite ubicar los conceptos en el espacio semántico de los participantes de la investigación, en este caso, comparando principalmente las valoraciones atribuidas por tres grupos de mujeres (amas de casa, estudiantes y emprendedoras) a los diferentes conceptos.

Esta primera parte de la investigación está diseñada en dos etapas sucesivas. En la primera etapa, las participantes contestan un conjunto de escalas del Diferencial Semántico, atribuyendo sus propias valoraciones a partir de los siguientes conceptos/estímulo: “rural”, “urbano”, “pueblo”, “ciudad”, “gente de pueblo” y “gente de ciudad”. En una segunda etapa, las mismas participantes atribuyen puntuaciones a las escalas, a partir de cómo imaginan que contestarían los urbanos valorando los siguientes conceptos: “rural”, “pueblo” y “gente de pueblo”. Con estos procedimientos, procuramos identificar y analizar el contraste entre las valoraciones atribuidas por las participantes al propio grupo de pertenencia, y las proyecciones de las valoraciones atribuidas al mismo grupo de pertenencia, por los urbanos, como grupo culturalmente dominante. Sabemos que en el proceso de comparación intergrupala, las representaciones de los grupos dominantes son referencias importantes para la construcción de las valoraciones del propio grupo (Capozza, Bonaldo y Di Maggio, 1982; Montero, 1990 y 1994; Tajfel, 1984).

La principal variable independiente en esta investigación es la actividad laboral de las participantes: amas de casa, estudiantes o emprendedoras. Pero también tomamos como covariables: la edad, el nivel de estudios, el tamaño del lugar de residencia (si reside en pueblos de más de 2000 habitantes o de menos de 2000 habitantes), y el tiempo de residencia en pueblos o ciudades (si ha residido más tiempo en pueblos o en ciudades, o si siempre ha residido en pueblos, considerando pueblos las unidades de población de menos de 10.000 habitantes). La combinación de las variables independientes permite la formación de subgrupos y la comparación de las valoraciones atribuidas por las participantes a los diferentes conceptos.

### 2.1.1. Diseño de la muestra

Para el diseño de la muestra, elegimos un muestreo no probabilístico, basado en criterios, considerando que las características de los subgrupos de población son más relevantes para esta investigación que la pretensión de generalización de los resultados, no justificándose un muestreo aleatorio (Goetz y LeCompte, 1988). En la primera parte de la investigación, la muestra está compuesta por 111 mujeres mayores de 16 años, divididas en tres grupos: emprendedoras (21), amas de casa (39), y estudiantes (51).

La muestra total está compuesta por 111 mujeres, que representa algo más del 1% de la población total de mujeres con edades entre 16 y 74 años residentes en la Montaña Palentina (Instituto Nacional de estadística – I.N.E., 1998). La Montaña Palentina tiene, según el padrón municipal de 1998 (Instituto Nacional de Estadística – I.N.E.), una población total de 28.567 habitantes, de los cuales, 14.197 son mujeres.

El primer grupo, de mujeres emprendedoras, está compuesto por la totalidad de las mujeres que, a partir de los Programas Europeos desarrollados en la Montaña Palentina (LEADER I, LEADER II e Iniciativa Comunitaria NOW), son las titulares de alguna iniciativa empresarial vinculada a los nuevos yacimientos de empleo (turismo rural, artesanía y agroalimentación). La muestra de emprendedoras está formada por 21 mujeres, con edades comprendidas entre 23 y 65 años, con una media de 37,57 años. El grado de juventud es alto entre el grupo de emprendedoras, ya que el 71,4% de las mujeres tienen menos de 40 años. En cuanto a los estudios, el grupo se reparte entre los tres niveles, de forma más o menos equitativa: el 28,6% ha realizado estudios primarios o EGB, el 38,1% ha realizado educación secundaria y el 33,3% terminó estudios universitarios. Hay que destacar que es el grupo con mayor proporción de universitarias. El 90,5% de las emprendedoras que participan en la investigación reside en pueblos de menos de 2000 habitantes, hecho que se debe a la prioridad dada a los pequeños pueblos en los programas de desarrollo que se ha ejecutado en la Montaña Palentina en los últimos años, así como al interés que tenemos en centrar la investigación en los núcleos más despoblados.

Entre las emprendedoras, la mayoría ha vivido algún tiempo en ciudades, y sólo el 23,8% siempre ha vivido en pueblos de menos de 10.000 habitantes. El 28,6% ha vivido más tiempo en ciudades que en pueblos, y casi la mitad de la muestra (47,6%) ha tenido la experiencia de haber vivido en ciudades, pero han vivido la mayor parte de sus vidas en un pueblo.

El segundo grupo está formado por amas de casa, como prototipo del papel tradicional de género atribuido históricamente a las mujeres. La muestra de amas de casa se extrajo de la totalidad de asociadas de la “Asociación de Amas de Casa de Cervera de Pisuerga”, y de las participantes de las Escuelas de Madres de Cervera de Pisuerga y Aguilar

de Campoo, en función de la disponibilidad de las mismas para responder a la encuesta. La elección de la Asociación de Amas de Casa de Cervera de Pisuerga se debe al hecho de que la adscripción de las mujeres a esta asociación, marca en cierta medida, una autodefinición identitaria. La elección de participantes de Escuelas de Padres y Madres tiene por objetivo reducir el sesgo de edad observado en la elevada edad media de las participantes de la Asociación de Amas de Casa, eligiendo un grupo de madres jóvenes de niños y niñas de educación primaria, que en la encuesta se autodefinen como amas de casa.

La muestra de amas de casa está compuesta por 39 mujeres, con edades entre 30 y 73 años, siendo la media de edad de 43,21 años, que, como se puede observar, es significativamente más elevada que en los demás grupos. En cuanto a los estudios, el nivel académico es menor que entre las emprendedoras: el 51,3% de las mujeres tiene formación primaria o EGB; el 35,9% ha finalizado la enseñanza secundaria y el 12,8% tiene estudios universitarios. La mayoría de amas de casa encuestadas reside en pueblos de menos de 2.000 habitantes, y el 33,3% de ellas residen, en pueblos de entre 2.000 y 10.000 habitantes. El 41% siempre ha vivido en pueblos pequeños, el 38,5% ha vivido más tiempo en pueblos, aunque haya tenido la experiencia de vivir algún tiempo en una ciudad, y el 20,5% ha vivido más tiempo en ciudades que en pueblos.

El tercer grupo está formado por la totalidad de alumnas del 4º curso de Educación Secundaria Obligatoria y de los Ciclos Formativos, ubicados en Aguilar de Campoo, como Instituto de la cabecera de la comarca, considerando que este colectivo busca una inserción futura en el mercado laboral, tanto local como en las ciudades.

El grupo de estudiantes es obviamente el más joven, con mujeres de edades entre 16 y 41 años, con una media de edad de 20,37 años. El 56,9% de las estudiantes reside en pueblos de menos de 2.000 habitantes, y el 43,1% reside en Aguilar de Campoo, que es cabecera de comarca. La mayoría de las encuestadas (78,4%) siempre ha vivido en pueblos, el 11,8% han vivido algún tiempo en ciudades, y el 9,8% han vivido más tiempo en ciudades que en pueblos.

### 2.1.2. El instrumento

El instrumento utilizado en la primera parte de esta investigación está construido a partir del Diferencial Semántico, que fue ideado por

Osgood, Suci y Tannenbaum, a mediados de los años cincuenta, como forma de medir el significado de conceptos. Diferentes autores han utilizado el Diferencial Semántico en el estudio de las representaciones sociales, reconociendo la validez de los principios planteados por Osgood, Suci y Tannenbaum (1957/1976): “el parentesco semántico de los conceptos puede ser medido por medio de la distancia que les separa en el seno del mismo campo semántico. Su técnica es la del Diferencial Semántico: es suficiente medir la similitud de conceptos que nos interesan con un conjunto de otros conceptos seleccionados...” (Di Giacomo, 1987, p. 286).

La dimensionalidad del espacio semántico ha sido estudiada por Osgood, Suci y Tannenbaum (1957/1976), que han realizado sucesivos análisis factoriales y correlacionales a partir de las escalas y conceptos que emplearon en el Diferencial Semántico. Los resultados de dichos análisis revelaron la existencia de tres factores o dimensiones que explicaban, predominantemente, la significación de los conceptos. Estas tres dimensiones fueron denominadas: Evaluación, Potencia y Actividad. Según los autores, la dimensión evaluativa es la que está más claramente definida, y explica la mayoría de las escalas. Estas tres dimensiones han sido verificadas y reproducidas posteriormente en numerosos estudios. Bechini (1986), corroborando los estudios de Osgood, y aplicando sistemáticamente la técnica, en estudios en lengua castellana y catalana, presenta los pesos factoriales de 60 escalas del Diferencial Semántico, correspondientes a las tres dimensiones antes referidas, reconociéndolas como las más significativas.

Por ser un instrumento sobradamente conocido y validado en psicología, no nos detendremos en más explicaciones generales, sino que pasamos a describir concretamente el instrumento que se ha utilizado en la presente investigación, sus conceptos, escalas distribuidas por dimensiones, así como el trabajo de campo.

Los conceptos o estímulos:

Como hemos adelantado ya, se eligieron seis conceptos/estímulo, para la primera parte de la aplicación del Diferencial Semántico: rural, urbano, pueblo, ciudad, gente de pueblo y gente de ciudad; y se repiten tres de estos conceptos en la segunda aplicación: rural, pueblo y gente de

pueblo. En esta segunda aplicación de las escalas, los sujetos deben responder poniéndose en lugar de los habitantes de las ciudades, y les pedimos que contesten cómo creen que contestarían los urbanos, al valorar los conceptos relacionados con lo rural. Presentamos el instrumento completo, tal cual fue utilizado en la investigación, en el Anexo 1.

Las escalas bipolares:

Para cada concepto se presenta un conjunto de escalas bipolares, con siete (7) puntos de intervalo, formado por 20 pares de adjetivos antónimos extraídos de las listas propuestas por Osgood et al. (1957/1976) y por Bechini (1986), en función de su relevancia con relación a los conceptos presentados. Las escalas utilizadas son iguales para todos los conceptos, y las valoraciones asignadas a los intervalos van de 1 a 7. El orden de presentación de las escalas y las direcciones de los adjetivos obedecen a criterios de aleatoriedad en ambos casos, y con la disposición al azar, procuramos reducir posibles sesgos.

Como hemos comentado, Osgood et al. (1957/1976) identificaron la existencia de tres factores o dimensiones principales, que agrupaban las escalas y explicaban la significación en las varianzas. Las dimensiones fueron identificadas como: Evaluación, Potencia y Actividad.

Las escalas elegidas para este estudio en cada dimensión son:

EVALUACION	POTENCIA	ACTIVIDAD
- bueno-malo	- flexible-rígido	- caliente-frío
- bonito-feo	- rápido-lento	- activo-pasivo
- agradable-desagradable	- fuerte-débil	- abierto-cerrado
- imperfecto-perfecto	- ligero-pesado	- viejo-joven
- alegre-triste		- hábil-torpe
- pobre-rico		
- abundante-escaso		
- perezoso-trabajador		
- inteligente-tonto		
- aburrido-divertido		
- educado-grosero		

El trabajo de campo en esta primera parte de la investigación se desarrolló de febrero de 2000 a mayo de 2001, después de una aplicación piloto del cuestionario, y el análisis se realizó con la utilización del paquete estadístico SPSS. El trabajo analítico consistió en la comparación de las medias de las valoraciones por grupos y subgrupos de participantes, considerándose para la formación de los grupos de comparación las variables independientes anteriormente descritas: actividad laboral, edad, nivel de estudios, lugar de residencia y tiempo de residencia en pueblos y en ciudades. Se han efectuado dos tipos de comparaciones: primero, comparándose entre las valoraciones atribuidas por un mismo grupo a los diferentes pares de conceptos: rural-urbano, pueblo-ciudad y gente de pueblo-gente de ciudad. Para medir la significación de las diferencias entre las medias y las desviaciones típicas en estos casos, se aplicó el test “t” de Student, para variables independientes. El segundo tipo de comparaciones de medias se ha establecido comparando entre las valoraciones atribuidas a un mismo concepto por los tres subgrupos de participantes. En estos análisis, para medir la significación de las diferencias entre las medias se aplicó la prueba ANOVA de un factor. El nivel de confianza utilizado ha sido, en todos los casos, del 95% y el margen de error de 0,05.

## **2.2. Segunda Parte de la Investigación**

A partir de los resultados del Diferencial Semántico, aplicado en la primera parte, y de las reflexiones teóricas y metodológicas previas, ubicamos las estrategias y métodos cualitativos de investigación. Utilizamos la complementariedad entre las técnicas cuantitativas y cualitativas, aunque con una clara elección de la metodología cualitativa como estrategia de comprensión de la realidad social en sus detalles y matices, que son aquellos aspectos que construyen y mantienen las redes de significaciones y las prácticas sociales.

### **2.2.1. El Estudio de Casos**

En la segunda parte de esta investigación, elegimos el diseño de estudio de casos múltiples, con las entrevistas en profundidad y los grupos

de discusión como instrumentos de recogida de datos. El estudio de casos múltiples consiste en una forma particular de recoger, organizar y analizar datos (Patton, 1980). En general, existe acuerdo en que el estudio de casos implica un proceso de indagación que se caracteriza por el examen detallado, comprehensivo, sistemático y en profundidad del caso objeto de interés (Coller, 2001; García Jiménez, 1991).

Optamos por un estudio de casos múltiples, contrastando las historias y opiniones de diferentes mujeres, rastreando las representaciones sociales y sus contextos de construcción. Optamos por utilizar, en un primer momento, la técnica de las entrevistas en profundidad, y, en un segundo momento, formamos dos grupos de discusión con mujeres de la Montaña Palentina, haciendo siempre del discurso, el vehículo de captación de la realidad a analizar. Pero sobre todo, elegimos estas técnicas con la convicción de que son las propias mujeres las que deben expresarse sobre las cuestiones que les atañen, reforzando al mismo tiempo la reflexión sobre sus condiciones existenciales y opciones personales. Procuramos avanzar en el estudio de las representaciones sociales construidas sobre el medio rural, pero también perfilar la percepción de las protagonistas sobre su propio papel social, y el de las mujeres en general, en este entorno. Las entrevistas se focalizan en 3 grupos de mujeres, siguiendo las pautas de la primera parte: emprendedoras, amas de casa y estudiantes. Los grupos de discusión se organizan con amas de casa y con emprendedoras, después de observar que los discursos construidos por estos dos grupos presentan mayores contrastes.

En la selección de los casos, procuramos atender a los criterios de variedad, abarcando una gama amplia de posibilidades de estilos de vida de las mujeres en los entornos rurales, y de equilibrio, procurando contemplar las características sociológicas de las diferentes muestras descritas en la primera parte de la investigación. Sin embargo, reafirmamos no pretender una muestra representativa, que permita una generalización, sino que buscamos la riqueza de las experiencias. Para la realización de las entrevistas, seleccionamos a 17 mujeres: seis emprendedoras, seis amas de casa y cinco estudiantes. Posteriormente, para contrastar y profundizar la información de los relatos obtenidos en las entrevistas, realizamos dos grupos de discusión, uno con cinco amas de casa, y otro con cinco emprendedoras. Para preservar la identidad de las participantes y sus opiniones, omitimos sus nombres y asignamos a cada caso una etiqueta, que

se compone por un número de orden que va precedido de una clave designando el grupo al que pertenece: emprendedoras (EM), amas de casa (AC) y estudiantes (ES).

### 2.2.2. El papel de la investigadora

Llegados a este punto, es importante ubicar el papel de la investigadora en relación con la comarca investigada. Desde 1994 la investigadora vive en un municipio de la Montaña Palentina, de 120 habitantes, y participa en la ejecución del programa de desarrollo rural de esta comarca, integrado por diferentes proyectos de intervención social y económica, gestionando programas europeos. En este marco, ha coordinado proyectos de formación básica, de formación ocupacional orientados a los nuevos yacimientos de empleo, proyectos de inserción sociolaboral orientados a la población de jóvenes y mujeres, etc. En estos años de trabajo, siempre hemos hecho hincapié en la participación activa de la población en los proyectos y en la cooperación de todos los agentes sociales que actúan en el territorio, como estrategia, y a la vez, como objetivo de la intervención (Cruz, 1998; Cruz y Aguilar, 2002).

Desde 1997, desarrollamos un trabajo específico con las mujeres de la Montaña Palentina, con el objetivo de fomentar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, y apoyar la inserción sociolaboral de las mujeres. Este trabajo empezó en el marco de la Iniciativa Comunitaria "NOW", gestionado por la Federación de Asociaciones para el Desarrollo de la Montaña Palentina (ADEMPA.) (Cruz, 2000).

Estos años de trabajo y de vida en la Montaña Palentina, nos permitieron conocer a fondo la realidad de esta comarca rural y de sus habitantes. No llegamos a un campo desconocido a empezar una investigación, al contrario, la investigación surge de la problemática cotidiana de las experiencias vividas en este contexto social y cultural. Identificamos el problema de nuestra investigación a partir de la interrelación con los habitantes de la Montaña, y también con los habitantes de las ciudades, como observadora privilegiada de las relaciones, comportamientos y contextos. El acercamiento a las mujeres para la investigación está respaldado por un trabajo previo, legitimado y avalado por la participación de la población.

Por supuesto, la implicación personal de la investigadora en el contexto investigado puede restar objetividad a las miradas y análisis realizados sobre los datos sociales. Sin embargo, creemos que no puede ser más objetiva la mirada que parte del desconocimiento de la realidad investigada, dada por la lejanía. No queremos entrar en las medidas de la objetividad, porque optamos claramente por estudiar la subjetividad a partir de la implicación social. Creemos que las experiencias personales en el contexto de la investigación posibilitan diferentes acercamientos, diferentes miradas, sobre el objeto de estudio. Sobre todo, desde nuestro punto de vista, esta implicación hace que la investigación sea más consecuente, que surja de la práctica social y vuelva a la práctica social con otra mirada, la científica.

Así, es de entender, que no tenemos una posición neutral en los temas que estamos investigando, sino que abogamos por la implicación personal en una práctica social transformadora de las situaciones de desigualdad, en el que las investigaciones deben tener sus raíces, y las teorías y conclusiones deben servirnos para orientar y mejorar el trabajo cotidiano de intervención que llevamos a cabo en los territorios rurales.

### 2.2.3. Instrumentos

El procedimiento utilizado en esta investigación emerge del intento de comprensión de las representaciones sociales y de las significaciones, a partir de la relación entre lenguaje y práctica social. En el intento de comprensión del universo simbólico que construye las relaciones sociales en un determinado contexto, llegamos a las redes de significaciones. Asumimos una perspectiva investigadora de indagar, a partir de los discursos de las mujeres, sobre las prácticas lingüísticas que configuran el entramado de relaciones dibujadas en los contextos rurales, que refuerzan mecanismos de discriminación de género, de expulsión de las mujeres de los territorios rurales, pero que también se va transformando y generando nuevas experiencias de inserción social. Con esta perspectiva, los instrumentos elegidos para la recogida de los datos cualitativos, y que configuran los textos para los sucesivos análisis, son las entrevistas en profundidad y los grupos de discusión.

La elección de la técnica de entrevistas en profundidad se basa en la necesidad de respuestas amplias y reflexiones lo más profundas posibles, para poder extraer significativos materiales para la identificación y el análisis de los contenidos de las representaciones sociales. Esta parte fundamental del trabajo permitirá ahondar en los procesos y trayectorias de vida que explican las decisiones de marchar o no a la ciudad y, además, en la decisión de quedarse, o en la asunción del hecho de no poder marcharse, y las justificaciones personales y sociales a estas vivencias.

Como comentamos anteriormente, para complementar y contrastar la información obtenida en las entrevistas, decidimos la realización de dos grupos de discusión con mujeres residentes en la Montaña Palentina: emprendedoras y amas de casa. El grupo de discusión es una técnica de recogida de datos, de naturaleza cualitativa, que permite recoger información a partir del diálogo entre diferentes personas, en un momento y un contexto determinados, sobre el tema que se desea investigar. En un grupo, la situación específica de interacción social potencia la producción de discursos y el contraste entre diferentes discursos colectivos, que permiten un análisis de las representaciones sociales producidas colectivamente en el marco socio-histórico contextual. En el diálogo grupal se construye un “contenido” a partir de la construcción o transformación de una “relación” (Scheff, 1990).

Después de las entrevistas en profundidad, la realización de los grupos de discusión, con otras protagonistas, posibilita contrastar las opiniones emitidas individualmente, con la integración en un contexto grupal, con sus dinámicas de censuras y motivaciones sociales. Todo el material, tanto de las entrevistas como de los grupos de discusión, fue detenidamente analizado, estableciendo categorías, definiendo códigos y procurando hacer emerger aquellos aspectos y dimensiones del discurso que nos permitan una mayor comprensión de la realidad de las mujeres en los contextos rurales. A continuación, presentamos los resultados y análisis realizados en las dos partes de la investigación.

## V – Las representaciones sociales de lo rural y lo urbano

La primera parte de nuestra investigación consiste en identificar el contenido de las representaciones sociales asociadas a conceptos relacionados con la ruralidad y las valoraciones de pertenencia a este grupo social. Para ello utilizamos un instrumento, construido a partir del Diferencial Semántico, que permite medir el parentesco semántico entre dos conceptos, a través de la distancia entre ellos en un campo semántico. Procuramos, así, ubicar los conceptos relacionados con lo rural y lo urbano en el campo semántico de las mujeres de la Montaña Palentina, identificando algunos contenidos de las representaciones sociales asociadas a éstos. A partir de sucesivos análisis factoriales, contrastados por diferentes investigadores (Bechini, 1986; Osgood; Suci y Tannenbaum, 1957/1976), se identificaron tres dimensiones predominantes, que agrupan y explican las valoraciones: **actividad, potencia y evaluación.**

Como hemos descrito anteriormente, el instrumento diseñado para esta investigación está compuesto por un conjunto de 20 escalas bipolares, formadas por pares de adjetivos antónimos, con siete puntos de intervalo. La **dimensión actividad**, agrupa los siguientes pares de adjetivos: caliente-frío, activo-pasivo, abierto-cerrado, viejo-joven y hábil-torpe. La **dimensión potencia**, agrupa los pares de adjetivos: flexible-rígido, rápido-lento, fuerte-débil y ligero-pesado. Por último, la **dimensión evaluación**, agrupa los pares de adjetivos restantes: bueno-malo, bonito-feo, agradable-desagradable, imperfecto-perfecto, alegre-triste, pobre-rico, abundante-escaso, perezoso-trabajador, inteligente-tonto, aburrido-divertido y grosero-educado. Estos pares de adjetivos fueron utilizados para atribuir valoraciones a partir de seis conceptos-estímulo: **rural, urbano, pueblo, ciudad, gente de pueblo y gente de ciudad.** Una copia del instrumento se encuentra en el Anexo 1.

Para el análisis, se ha procedido a una comparación entre las medias de las valoraciones atribuidas por cada participante a los diferentes conceptos, destacando los resultados estadísticamente significativos. Por el volumen que supone la totalidad de los resultados generados por el programa estadístico, incluiremos en el presente capítulo sólo aquellos

resultados estadísticamente significativos para un **nivel de confianza del 95%**.

Esta primera parte de la investigación se realizó en dos etapas. En la primera etapa, las mujeres atribuyen sus propias valoraciones a los conceptos que les hemos planteado. Después de contestada esta primera parte del diferencial semántico, les volvemos a presentar las mismas escalas referidas a los conceptos **rural, pueblo y gente de pueblo** y les pedimos que contesten atribuyendo las valoraciones que creen que atribuirían los residentes en las ciudades. En esta segunda etapa procuramos identificar cómo perciben las mujeres rurales que su entorno y su grupo de pertenencia son valorados por las personas de los entornos urbanos, considerando estos últimos como un grupo culturalmente dominante y una importante referencia en la construcción de las identidades sociales.

Iniciamos el análisis de los resultados por la comparación entre las medias de las valoraciones atribuidas por las mujeres a los conceptos rural y urbano, a continuación, comparamos los conceptos pueblo y ciudad, y, finalmente, los conceptos gente de pueblo y gente de ciudad. Por último, en esta parte de la investigación analizamos las valoraciones que las mujeres participantes atribuyen a los urbanos comparando con las valoraciones que ellas mismas realizan de los conceptos relacionados con el entorno rural.

## 1. LAS MUJERES DE LA MONTAÑA PALENTINA VALORAN LA RURALIDAD

### 1.1. Comparaciones entre Rural y Urbano

Aplicando la Prueba 't' para muestras relacionadas, podemos establecer comparaciones entre las medias de las valoraciones atribuidas a los conceptos rural y urbano a partir de los tres grupos de mujeres participantes –amas de casa, estudiantes y emprendedoras–, como presentamos en la Tabla V.1.