

VII – Conclusiones

Al iniciar esta investigación, nuestro interés era ubicar la ruralidad en el universo simbólico de las mujeres que viven en el medio rural, más concretamente en la Montaña Palentina, procurando comprender las posibles explicaciones para el éxodo femenino, que ha dejado el medio rural en la situación actual de despoblamiento y abandono. Nos propusimos **pensar el desarrollo rural a partir de claves psicosociales**, no solamente desde la perspectiva economicista que viene predominando, sino priorizando lo humano, la gente que todavía vive en los territorios rurales, principalmente las mujeres. Cuando hablamos de investigar sobre la situación de las mujeres rurales, estamos articulando dos realidades psicosociales importantes: género y ruralidad. Estas dos dimensiones, han sido investigadas en este trabajo de manera relacionada, procurando abordar el campo de estudio a partir de su complejidad.

Por ruralidad, entendemos una construcción social, un espacio simbólico y a la vez territorial, que experimenta una profunda transformación, marcada principalmente por el declive de las actividades tradicionales, ligadas a la agricultura y ganadería como referencias hegemónicas de identidad. Marcado también por el despoblamiento y por la actual multifuncionalidad, el medio rural viene desarrollando nuevas funciones en las sociedades posmodernas, referidas a la naturaleza, la calidad de vida y los tiempos de ocio. En este contexto, las mujeres vienen construyéndose nuevos papeles sociales y espacios de inserción social y laboral que, a la vez, conviven con los papeles tradicionales de género, que limitan los papeles sociales de las mujeres al ámbito doméstico.

El género constituye una dimensión psicosocial compleja, construida socialmente sobre la base de las diferencias sexuales, que está relacionada con la variable sexo y con la construcción cultural y social, de las características, papeles y funciones sociales que corresponden a los miembros de cada grupo sexual (Barberá, 1998; Fernández, 1988; Harding, 1996). Nuestro campo de investigación se configura en la interrelación entre la ruralidad y el género, teniendo a las mujeres rurales

como protagonistas de la construcción de esta realidad social, cultural y económica, que se establece en el marco de las relaciones de dominación patriarcales.

Hemos intentado comprender cómo las mujeres van significando el mundo concreto en el que viven, van asumiendo las significaciones culturalmente dominantes y, a la vez, transformando esos significados y construyendo nuevos modelos de ser mujer en el medio rural. Cada sujeto se relaciona con el mundo a partir de las representaciones que de él tiene construidas (Abric, 1984). El marco de las representaciones sociales nos ha sido útil como herramienta de investigación de la realidad subjetiva, que se construye en las relaciones sociales de un grupo concreto, en este caso, el de las mujeres de la Montaña Palentina.

Conocer las representaciones sociales de un grupo con relación a un objeto implica conocer el modo como ese grupo interacciona con ese objeto; en el caso que nos ocupa, es la interacción de las mujeres, habitantes de una comarca rural, con su propio medio, y de las decisiones que toman a partir de las representaciones que comparten y que reproducen a través de la socialización. Las representaciones sociales son procesos simbólicos que, según Di Giacomo (1987), se generan en la interrelación entre la pertenencia a un grupo, las emociones y los procesos cognitivos. Como producción social, las representaciones sociales tienen funciones prácticas en la vida del grupo, posibilitando la integración de nuevos conocimientos y la interpretación de la realidad, y orientando las decisiones y los comportamientos (Abric, 1987; Cabruja, 1988; Ibáñez, 1988; Jodelet, 1989; entre otros). Además, las representaciones sociales están implicadas en los procesos de construcción de las identidades personales y grupales, permitiendo a unos grupos definir sus especificidades con relación a otros, y la formación de la conciencia de pertenencia grupal (Ibáñez, 1988).

Considerando cada uno de los planteamientos iniciales de trabajo, podemos concluir que el medio urbano es mejor valorado que el medio rural en aquellas dimensiones que están vinculadas a los modelos de desarrollo industrial y de urbanización dominantes en la modernidad. Teniendo en cuenta los resultados por dimensiones del Diferencial Semántico, lo rural recibe, en general, valoraciones significativamente más bajas en las dimensiones actividad y potencia, y lo urbano es valorado más positivamente. Estas dimensiones están directamente

relacionadas con el dinamismo, el poder y la flexibilidad en las valoraciones de los conceptos, aspectos a su vez, muy marcados en los modelos de sociedad urbano-industrial que se han impuesto como ideales de modernidad (Entrena, 1998). En la dimensión evaluación, las mejores valoraciones están más relacionadas con aspectos estéticos y de sociabilidad, y lo rural es percibido con ciertas ventajas. Así, nos parece muy significativo que, precisamente, los adjetivos que se refieren al poder económico marquen las diferencias comparativas desfavorables hacia lo rural. Este es un resultado coherente con el modelo de desarrollo económico que ha dominado el universo simbólico en el mundo occidental. Además, también la valoración positiva en los aspectos que se refieren a la sociabilidad, ha sido identificada por diferentes autores como una estrategia compensatoria (Montero, 1990) para mejorar la autoimagen grupal o aumentar la cohesión social (Enríquez y cols., 1993).

Podemos identificar en las representaciones sociales sobre la ruralidad, considerando los conceptos que hemos investigado (rural, pueblo y gente de pueblo), **dos ejes de representaciones** que se manifiestan de forma hegemónica en todos los subgrupos de mujeres que hemos analizado. El primer eje de representaciones sobre la ruralidad, que podríamos denominar **socioeconómico**, está asociado, principalmente, a los adjetivos pobre, viejo, escaso y lento. Y un segundo eje, que podríamos denominar **socioestético**, está asociado a los adjetivos bonito, bueno, educado y agradable. Las representaciones de lo urbano son opuestas a las representaciones de la ruralidad en el eje socio-económico, en el que lo urbano es considerado: joven, rico, abundante y rápido. En el eje socioestético no se observan polarizaciones tan acentuadas, y lo urbano también recibe valoraciones positivas y es considerado bonito y agradable.

Hemos podido observar que las representaciones sociales construidas sobre lo rural, aparecen marcadas principalmente por la pobreza y el envejecimiento, como características naturalizadas que subyacen como intrínsecas a la ruralidad. El empobrecimiento y envejecimiento del medio rural no son características percibidas como resultado de los modelos de desarrollo de las últimas décadas, basados en la concentración de la población y de las riquezas en determinados polos urbanos. Lo rural es percibido como bonito y pobre, como si

ambas cualidades fuesen intrínsecas a su propia naturaleza atemporal. Esta descontextualización y naturalización es una parte importante del proceso de abandono del medio rural, donde las características negativas son consideradas legítimas e inmodificables. Para cualquier proceso de cambio social es imprescindible cuestionar esa naturalización y legitimación de la pobreza y del envejecimiento rural y diseñar estrategias colectivas de transformación.

A partir del análisis de los discursos de las mujeres, identificamos tres núcleos distintos en las representaciones sociales de la ruralidad: lo rural como **agrario**, lo rural como **espacio vital** y lo rural como **naturaleza y espacio de ocio**. Lo rural como agrario es un núcleo de significados importante, dadas las alusiones hechas por la mayoría de las mujeres, principalmente las de más edad y las vinculadas a familias agricultoras, que han vivido con más fuerza el papel de ayuda familiar agraria. Sus contenidos, sin embargo, se repiten en los discursos de todos los grupos de mujeres (amas de casa, estudiantes y emprendedoras). Relacionado principalmente con **el eje socio-económico**, anteriormente señalado, hace referencia a imágenes ligadas a un sistema de producción tradicional, que es representado por el “trabajo duro y esclavo”, así como a una vida de “sufrimiento” y “austeridad”.

Existe una gran similitud en los discursos sobre lo agrario, de los diferentes grupos de mujeres, dando idea de la generalización del proceso de naturalización y legitimación de estas representaciones, que son descontextualizadas y transmitidas a través de la socialización, atribuyendo características intrínsecas a lo agrario, desvinculadas de los procesos económicos y sociales coyunturales. La hegemonía de estas representaciones sociales hace difícil plantear perspectivas de cambio social colectivo y apuntan al abandono de la actividad agraria, casi como la única alternativa posible a esa vida de “sacrificio, esclavitud y austeridad”, tal como es representada y rechazada por la mayoría de las mujeres.

El segundo núcleo de representaciones de la ruralidad, que hemos denominado **lo rural como espacio vital**, hace referencia a aspectos de la vida cotidiana, como las perspectivas laborales, el acceso a los servicios considerados necesarios, la educación de los hijos e hijas, las relaciones de vecindad, entre otras. En este sentido, las representaciones de la ruralidad están marcadas por las **percepciones de carencia**. La imagen

recurrente, es que “en el medio rural no hay nada”: **no hay trabajo, no hay servicios, no hay gente...** Estas representaciones están muy presentes en el discurso de las mujeres rurales, principalmente entre las más jóvenes y las amas de casa, que son también, mayoritariamente, nacidas en el medio rural, cuyas referencias comparativas se basan en los modelos urbanos de consumo y de estilos de vida, impuestos culturalmente a través de medios de comunicación, y los sistemas de globalización y dominación económica y cultural desde los centros de poder. Estas representaciones también están marcadas por la perspectiva de género, y las carencias son percibidas con más fuerza por las madres, que necesitan servicios y oportunidades para los hijos e hijas, y también por las mujeres jóvenes, que se ven abocadas al ámbito doméstico si viven en un entorno donde las salidas laborales son percibidas como más restringidas. A lo rural, como espacio vital, se asocian visiones pesimistas de futuro, marcadas por el despoblamiento, que en muchos casos lleva a una justificación social para la migración hacia las ciudades.

Entre las emprendedoras, sin embargo, se observa un cambio notable en las valoraciones de lo rural en relación con el espacio vital, destacándose la **tranquilidad** y la libertad como aspectos positivamente importantes, de la vida en el medio rural. Este grupo de mujeres, que mayoritariamente ha elegido vivir en el medio rural, también es el que más incide en la percepción de un mayor **control social** en los pueblos que en las ciudades, como otro aspecto importante de lo rural, como espacio vital. Para las emprendedoras, el control social al que se ven sometidas es una clara desventaja de vivir en un pueblo pequeño. Las mujeres emprendedoras serán, probablemente, las que menos se adapten a los papeles tradicionales de género, introduciendo nuevos patrones de comportamiento y de organización de la vida cotidiana, al integrar papeles sociales y laborales propios del ámbito público a los tradicionales del ámbito doméstico. Además, son las que más perciben las presiones sociales y familiares como estrategias de mantenimiento de los valores tradicionales en cuestiones de reparto de tareas y funciones sexuales, chocándose más claramente con los límites impuestos por los mandatos de género y buscando, muchas veces, formas de trasgresión y la construcción de alternativas.

En el tercer núcleo de representaciones que hemos identificado lo rural aparece **como naturaleza y espacio de ocio**. A partir de los años 80,

el medio rural empieza a experimentar una creciente multifuncionalidad, alejándose de la agricultura como la actividad productiva principal, y adquiriendo funciones diversas de conservación medioambiental, de producción agroalimentaria de calidad, de preservación del patrimonio paisajístico e histórico-artístico y de espacio de ocio y de calidad de vida. Como se puede deducir, ésta es una perspectiva claramente urbana de lo rural, que va penetrando en el imaginario social de las sociedades rurales. Diferentes autores y autoras señalan, en las últimas décadas, la construcción de imágenes del medio rural asociadas a la naturaleza y a la valorización del paisaje del campo (Froehlich, 2000; Gray, 2000; Mathieu, 1998). Entre las entrevistadas, principalmente entre las emprendedoras, aparece un discurso valorando los tiempos libres y de ocio vividos en el campo, reforzando la opción de vivir en los pequeños pueblos como criterio de calidad de vida. Estas imágenes están más presentes entre las mujeres que han venido de las ciudades a los pueblos, o entre las que, siendo de pueblos, han pasado parte de sus vidas residiendo en ciudades, revalorizando los contextos rurales.

Cada núcleo de representaciones que hemos identificado está marcado por la inserción social y laboral de las mujeres en el contexto rural, y por sus experiencias vitales, que señalan con mayor vehemencia unas perspectivas u otras. Sin embargo, hay que considerar que todas estas significaciones están presentes en la construcción de las representaciones sociales de la ruralidad y están determinando, en mayor o menor medida, las decisiones de emigrar, o no, a las ciudades. Así, las imágenes de lo urbano también son importantes y representan un entorno de referencia cultural, social y económica para el medio rural.

Las significaciones de lo urbano se organizan principalmente en torno a tres núcleos centrales: **la ciudad como tierra de posibilidades** y la valorización de la **estética urbana**, pero también la ciudad como lugar de **estrés**. La ciudad, como tierra de posibilidades, sería la imagen más resaltada por las entrevistadas, y las ciudades son percibidas como contextos más favorables al desarrollo personal y profesional de las mujeres, con menos control social y mayor igualdad entre hombres y mujeres. Para las madres, el énfasis recae en las oportunidades formativas para los hijos e hijas, que ofrecen las ciudades. Y aparece, nuevamente, la oposición entre las representaciones de carencia, asociadas a lo rural, y de abundancia, asociadas a lo urbano.

Otro núcleo de representaciones de lo urbano, importante en el discurso de las entrevistadas, se refiere a lo que hemos denominado **estética urbana**, como alusión a estilos de consumo urbanos, que se materializan, por ejemplo, en los escaparates, como una imagen recurrente para las mujeres, principalmente las más jóvenes. También los parques y jardines urbanos aparecen valorados entre los aspectos estéticos de las ciudades, sobre todo para las mujeres mayores. Por otro lado, las mujeres también asocian lo urbano al **estrés**, la falta de tiempo y las prisas, que aparecen como características de las ciudades, en contraposición con las imágenes de tranquilidad que aparecen asociadas a lo rural.

Aunque muchas participantes perciban una reducción de las diferencias entre los contextos rural y urbano, superándose las dicotomías existentes en décadas pasadas, siguen manifestando sentimientos de recelo y de rivalidades en relación a las personas que viven en las ciudades. Los procesos de comparación intergrupala, que se han establecido paralelamente al éxodo masivo del campo a las ciudades, están relacionados con la infravaloración de lo rural. Las mujeres rurales expresan, de manera significativa, la percepción de una valoración despectiva por parte de los habitantes de las ciudades en relación al medio rural y a sí mismas. Entre los resultados de este estudio, sin lugar a dudas, el más significativo es la percepción que tienen las participantes de ser minusvaloradas por los urbanos/as. Según Ovejero (2000b), “la identidad positiva que se posee, o incluso que se desea, está estrechamente relacionada tanto con los grupos a los que se pertenece (grupos de pertenencia) como con los grupos a los que se desea pertenecer (grupos de referencia)” (p.203). La formación de la identidad personal se construye, así, a partir de múltiples identidades colectivas, que según Huici y Ros (1993), se dan a partir de procesos de comparación, y que estas autoras han conceptualizado como “identidad comparativa”.

Considerando que las representaciones sociales tienen una función práctica de orientación de las acciones en la vida cotidiana, el deseo de marcharse a las ciudades estaría en coherencia con los contenidos de las representaciones sociales, identificados hasta este momento de nuestra investigación. Las mujeres, principalmente las más jóvenes, al emigrar a la ciudad estarían buscando un entorno representado por la riqueza y la juventud, dos características que resumen los anhelos más profundos de las civilizaciones occidentales modernas. Recordamos que, Capozza y

Volpato (1990 y 1996) apuntan el **poder**, la **riqueza** y el **grado de desarrollo socioeconómico**, como dimensiones importantes en las comparaciones intergrupales y en la construcción de identidades sociales satisfactorias.

Podemos concluir que, la mayoría de las mujeres participantes, principalmente las estudiantes y amas de casa, atribuyen a los habitantes urbanos una imagen de la ruralidad, cargada de estereotipos negativos. Así, parece difícil suponer la construcción de una identidad social satisfactoria vinculada a la ruralidad, en nuestro contexto sociocultural y en el modelo de desarrollo económico que viene predominando en la modernidad. En el fenómeno del éxodo rural, la estrategia utilizada para la construcción de identidades sociales más satisfactorias viene siendo la movilidad social, que en este caso se plasma en la migración como forma de pertenencia al grupo social mejor valorado.

Según Tajfel (1984), el grado de legitimidad y de estabilidad son factores importantes en la percepción de las diferencias intergrupales para la utilización de estrategias de cambio social. La homogeneidad de las valoraciones atribuidas por las mujeres a los conceptos relacionados con la ruralidad y la percepción de infravaloración por parte del grupo dominante, hace suponer un alto grado de estabilidad y legitimidad en las representaciones sociales de la ruralidad, principalmente en el eje socioeconómico. En este caso, se plantea la utilización de estrategias individuales de movilidad social, y aquellos individuos que perciben posibilidades de traspasar las fronteras intergrupales se integran en el grupo dominante, los urbanos.

El **estatus** también influye en la manera en que los miembros de un grupo representan al grupo de pertenencia, a sí mismos y a los demás, y marca las pautas de las relaciones con otros grupos. Parece coherente y razonable que las mujeres rurales pongan en marcha estrategias de cambio de los pueblos a las ciudades, considerando que será difícil que la identidad social sea satisfactoria mientras no sea valorado más positivamente por el grupo dominante

Por otro lado, el éxodo rural tiene también un claro componente de género, que es expresado por las mujeres entrevistadas en diversas ocasiones, estando la mayoría de acuerdo en que las mujeres marchan del medio rural, más que los hombres, porque tienen más limitaciones a

la plena participación social y profesional. La modernización de la agricultura afectó de forma desigual a hombres y mujeres. Mientras los hombres asumieron las actividades agrarias profesionalizadas, que tienen cabida en los circuitos comerciales, las mujeres asumieron la producción de subsistencia como parte de las labores domésticas. Tal división del trabajo agrario ha supuesto para las mujeres una mayor carga de trabajo, con una participación importante, pero invisible, en la producción económica.

Las nuevas funciones que el medio rural viene adquiriendo en las últimas décadas, vinculadas a la calidad de vida y a los espacios de ocio, con el desarrollo de los nuevos yacimientos de empleo, vienen abriendo campos de inserción para las mujeres en los sectores productivos. El turismo rural es un campo profesional en el que las mujeres han encontrado un lugar destacado. La mayoría de los alojamientos de turismo rural están a cargo de mujeres. Esta realidad viene generando una nueva forma de participación socioeconómica para las mujeres en los contextos rurales, dada la gran visibilidad que ha rodeado las iniciativas de turismo rural. Según las entrevistadas, las mujeres que se convierten en empresarias de turismo rural adquieren un mayor protagonismo en la toma de decisiones, tanto en sus empresas como en el hogar, estando más legitimadas por la participación visible en la renta familiar. Los nuevos roles de las mujeres en el medio rural posibilitan un cambio en los papeles tradicionales de género y la construcción de alternativas de participación socioeconómica femenina.

Las emprendedoras, en la medida en que van asumiendo sus roles profesionales, también van cuestionando el reparto sexual tradicional entre las tareas domésticas y las tareas remuneradas. Sin embargo, **no existe una ruptura con los papeles tradicionales de género, sino una coexistencia**, y las mujeres asumen, mayoritariamente, **la doble jornada, o doble presencia** (Balbo, 1994) como destino inevitable, responsabilizándose de lo doméstico y de lo público. La gran mayoría de las mujeres, incluso entre las emprendedoras, sigue aceptando como destino, ineludiblemente femenino, las labores de la casa y de la crianza de los hijos e hijas, mientras las tareas desarrolladas por los varones en estos ámbitos son consideradas una “ayuda” o “colaboración” con las mujeres. En la organización práctica de la vida cotidiana, la compatibilización de la vida familiar y laboral todavía es

una cuestión que atañe más a las mujeres, mientras los hombres experimentan un desarrollo en su carrera profesional mucho más independiente de las cuestiones domésticas y de la educación de los hijos/as. Son las mujeres con un trabajo remunerado, y/o con una destacada participación social, por ejemplo, en la política o en asociaciones, las que más experimentan los efectos de la **doble jornada**, y éstas ponen de manifiesto las discriminaciones de género.

A través de los discursos, las mujeres ponen de relieve el proceso de socialización para el mantenimiento de los papeles tradicionales de género. Son las mujeres que han ido asumiendo nuevos roles sociales en el ámbito público las que más expresan la necesidad de cambios en los estereotipos de género y en el reparto de tareas. Podemos concluir, a partir de los discursos analizados, que las identidades sociales de las mujeres rurales están muy marcadas por los papeles tradicionales de género y por el control social para su reproducción, lo que se ha venido denominando “identidades encontradas” (Camps, 1998 y García Colmenares, 2000). Sin embargo, al mismo tiempo, hay una gran diversidad de mujeres rurales que están construyendo nuevos patrones de inserción social y laboral; y están cambiando los roles tradicionales y construyendo “identidades elegidas”, que están vinculadas a opciones de inserción profesional y de diversificación de roles sociales. Podríamos hablar de identidades en donde, la coexistencia de los diferentes roles, obliga a diversos desdoblamientos. Aun así, las emprendedoras manifiestan una mayor satisfacción, tanto con los papeles asumidos personal y profesionalmente como con el hecho de residir en el medio rural. Las nuevas funciones que estos territorios vienen adquiriendo están permitiendo estrategias de inserción laboral para muchas mujeres, que viabilizan la elección de vivir en el campo.

Las teorías de las representaciones sociales y de la identidad social nos ofrecen herramientas conceptuales y metodológicas para conocer la concepción dominante del medio rural y los afectos vinculados a esa concepción, poniendo de manifiesto las estrategias utilizadas por individuos y grupos para satisfacer la necesidad de construir una identidad personal y social positiva. De la misma manera, nos apuntan las posibilidades de búsqueda de estrategias colectivas de construcción de una identidad social satisfactoria, a partir de la transformación de las representaciones sociales y de la valorización de

las características del propio grupo y de su entorno. Ésta es una idea clave para el diseño de programas de desarrollo rural, que no se centren solamente en lo económico, sino en la construcción de identidades sociales positivas que sostengan el territorio y el aprecio por la cultura propia, como una dimensión fundamental para la satisfacción personal de sus habitantes, conociendo las estrategias que se están utilizando y potenciando las sinergias para una autoestima elevada.

A partir de nuestra investigación, proponemos **que las acciones de desarrollo rural con perspectiva de género**, contemplen:

- Creación y fortalecimiento de asociaciones de mujeres que trabajen en contra de las discriminaciones de género, en los contextos rurales.
- Apoyo a la creación de asociaciones de hombres que promuevan otros modelos de masculinidad y la participación activa en el ámbito doméstico y en las tareas de cuidados.
- La construcción de redes entre asociaciones de mujeres, y de mujeres y hombres, en el ámbito local e interterritorial, tanto a escala nacional como transnacional, potenciando el efecto demostrativo a partir de otras realidades, e impulsando el intercambio de experiencias.
- Divulgación de los programas de inserción sociolaboral para mujeres, como herramientas de apoyo e integración de las mismas al desarrollo socioeconómico, y de legitimación de los nuevos papeles sociales en los ámbitos familiares y locales.
- Implicación de la población, en especial la femenina, en la búsqueda de soluciones creativas a los problemas cotidianos, como por ejemplo, para la creación de servicios de custodia y cuidado de personas dependientes, servicios de transporte colectivo, grupos formativos formales y no-formales.
- Promoción de la credibilidad socioproductiva de las mujeres, desmitificando y transformando los estereotipos negativos que todavía subyacen en las representaciones sociales y en el control social.
- Mejora de la imagen rural y transformación de los estereotipos negativos, a partir de estrategias colectivas

planificadas para el cambio social y la construcción de identidades sociales satisfactorias en el medio rural.

- Apoyo a la construcción de identidades femeninas y masculinas complejas, con la plena participación de mujeres y hombres en todos los ámbitos de la vida productiva y reproductiva.
- Fomento de la visibilidad social de las mujeres mediante su incorporación a cargos y funciones de responsabilidad y de dirección con reconocido prestigio social.
- Promoción del desarrollo rural integral, con la aportación imprescindible de la perspectiva femenina, con las mujeres como participantes activas y narradoras válidas de sus propias necesidades, expectativas y experiencias.
- Etc.

Con el trabajo sobre la construcción de las identidades sociales, no queremos caer en una forma de psicologización de los problemas sociales, que como bien advierte Ibáñez (1996a), es una de las trampas de las ideologías dominantes, que reducen a procesos intraindividuales lo que son procesos sociohistóricos de construcción de la significación de la realidad. Pero la identidad y otros aspectos de la realidad rural que hemos procurado integrar en el análisis de un territorio son procesos sociales y deben servir para pensar, proyectar y construir el desarrollo integral, endógeno y sostenible de los territorios rurales, partiendo y priorizando las gentes que los sostienen.

Con certeza, hay otros factores que podrían definir otras miradas sobre la realidad y, en este sentido, lo que hemos presentado es el resultado de algunos años de trabajo en el medio rural, pero también de reflexión teórica, en un esfuerzo de articulación y sistematización. De forma alguna, lo entendemos como un producto acabado, sino como una etapa, en un largo proceso de compromiso personal y social, con la transformación de una realidad concreta en el contexto histórico actual.