

GÉNERO E INNOVACIÓN EN LOS NUEVOS PROCESOS DE RE-RURALIZACIÓN EN ESPAÑA

MIREIA BAYLINA¹

MONTSERRAT VILLARINO²

MARIA DOLORS GARCIA RAMON³

MARIA JOSEFA MOSTEIRO⁴

ANA MARIA PORTO⁵

ISABEL SALAMAÑA⁶

RESUMEN – En la última década se ha observado en algunas zonas con buenas infraestructuras de comunicación y próximas a núcleos urbanos de España, un retorno de mujeres y hombres adultos jóvenes que se instalan en este medio para desarrollar proyectos profesionales propios. Este proceso de cambio en las comunidades rurales no es exclusivo de España sino que también se observa en Europa. Este artículo examina quién hay detrás de los nuevos procesos de re-ruralización en España a partir del análisis de proyectos profesionales llevados a cabo por hombres y mujeres adultos jóvenes, formados y con experiencia urbana. Estos agentes no son neutros en cuanto al género, con lo cual se toma esta categoría analítica para examinar las relaciones de poder que subyacen en estos procesos atendiendo a los objetivos, oportunidades y dificultades que tienen unos y otras en el origen de sus proyectos. La investigación se ha realizado a través de entrevistas en profundidad para poder conocer cómo las personas dan sentido a sus propias experiencias. Los resultados

Recibido: dezembro 2018. Aceite: febreiro 2019.

¹ Profesora Titular, Departamento de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universitat Autònoma de Barcelona, c/de la Fortuna s/n, 08193 Bellaterra, España. E-mail: mireia.baylina@uab.es

² Investigadora y Profesora jubilada del Departamento de Geografía, Facultad de Geografía e Historia, Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, España. E-mail: montserrat.villarino@usc.es

³ Catedrática Emérita, Departamento de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, España. E-mail: mariadolors.garcia.ramon@uab.es

⁴ Profesora Contratada, Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación, Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, España. E-mail: pepa.mosteiro@usc.es

⁵ Profesora Titular, Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación, Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, España. E-mail: anamaria.porto@usc.es

⁶ Profesora Titular, Departamento de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universitat de Girona, Girona, España. E-mail: isabel.salamana@udg.edu

confirman la existencia de procesos de re-ruralización marcados por iniciativas innovadoras y muy profesionalizadas desarrolladas por mujeres y hombres cuyos discursos revelan nuevas formas de desigualdad y distintos mecanismos de poder.

Palabras clave: Género; innovación; re-ruralización; España.

RESUMO – GÉNERO E INOVAÇÃO NOS NOVOS PROCESSOS DE RE-RURALIZAÇÃO EM ESPANHA. Na última década tem-se observado em algumas áreas rurais com boas infraestruturas de comunicação e próximas dos núcleos urbanos de Espanha, um retorno de mulheres e homens adultos jovens e que se estabelecem neste espaço para desenvolver projetos profissionais próprios. Este processo de mudança nas comunidades rurais não é exclusivo de Espanha, mas também é observado em outras partes da Europa. Este artigo analisa quem está por trás dos novos processos de re-ruralização em Espanha a partir da análise de projetos profissionais realizados por homens e mulheres adultos/as jovens. Estes agentes não são neutros em termos de género, pelo que esta categoria analítica é usada para examinar as relações de poder subjacentes a estes processos atendendo às metas, oportunidades e dificuldades encontradas por uns e outras, e a origem dos seus projetos. A pesquisa foi realizada através de entrevistas realizadas em profundidade para conhecer como as pessoas dão sentido às suas próprias experiências. Os resultados confirmam a existência de processos de re-ruralização marcadas por iniciativas inovadoras e altamente profissionalizadas desenvolvidas por mulheres e homens cujos discursos revelam novas formas de desigualdade e mecanismos de poder distintos.

Palavras-chave: Género; inovação; re-ruralização; Espanha.

ABSTRACT – GENDER AND INOVATION IN THE NEW RE-RURALIZATION PROCESSES IN SPAIN In the last decade it has been observed in some areas with good communication infrastructures and close to urban centers in Spain, a return of young adult men and women who settle in to develop their own professional projects. This process of change in rural communities is not exclusive to Spain but is also observed in other rural areas of Europe. This article examines who is behind the new processes of re-ruralization in Spain from the analysis of professional projects carried out by young adult educated men and women, with urban experience. These agents are not gender neutral, so this analytical category is taken to examine the power relations that underlie these processes, taking into account the objectives, opportunities and difficulties that each one has at the origin of their projects. The research has been conducted through in-depth interviews, in order to ascertain how people give expression to their own experiences. The results confirm the existence of re-ruralization processes distinguished by innovative and highly professionalized initiatives developed by women and men whose discourse reveals new forms of inequality and different power mechanisms.

Keywords: Gender; innovation; re-ruralization; Spain.

RÉSUMÉ – GENRE ET INNOVATION DANS LES NOUVEAUX PROCESSUS DE RE-RURALISATION EN ESPAGNE. Au cours de la dernière décennie, on a observé, dans certaines zones dotées de bonnes infrastructures de communication et à proximité des centres urbains d'Espagne des jeunes hommes et femmes adultes sont de retour et s'installent dans ce milieu pour développer leurs propres projets professionnels. Ce processus de chan-

gement dans les communautés rurales n'est pas exclusif de l'Espagne, étant également observé en Europe. Cet article examine ce qui est à l'origine des nouveaux processus de re-ruralisation en Espagne à partir de l'analyse des projets professionnels menés par de jeunes adultes, hommes et femmes, formés et ayant une expérience de vie urbaine. On utilise la catégorie analytique du genre pour examiner les relations du pouvoir qui soutiennent les processus de re-ruralisation à partir des objectifs, les opportunités et les difficultés que chacun ait à l'origine de leurs projets. La recherche a été menée à travers des entretiens approfondis pour apprendre comment les gens donnent un sens à leurs propres expériences. Les résultats confirment l'existence de processus de re-ruralisation marqués par des initiatives novatrices et hautement professionnalisées développées par des femmes et des hommes dont les discours révèlent de nouvelles formes d'inégalité et des mécanismes de pouvoir différents.

Mots clés: Genre; innovation; re-ruralisation; Espagne.

I. INTRODUCCIÓN

Los procesos de la globalización contemporánea han transformado el medio rural del Norte global. El impacto de los procesos de globalización se manifiesta en lo económico (expansión del mercado global e intensificación de las interdependencias en distancias cada vez más largas), en la movilidad (turismo, contraurbanización, inmigración), y en la cultura (circulación global de las representaciones de lo rural) (Halfacree, 2012), entre otros. Esta influencia de factores externos sobre las localidades rurales no es nueva. La reestructuración económica y social que tuvo lugar a finales de siglo XX (emigración de población joven, llegada de nuevos inmigrantes, aumento de las segundas residencias, incremento de la movilidad laboral diaria, nuevas actividades económicas y desarrollo de infraestructuras de comunicación y servicios, entre otros), explicaba una cierta vitalidad en las áreas rurales más pobladas (Hoggart & Paniagua, 2002; Bock, 2004; Goverde, de Haan, & Baylina, 2004; Garcia & Sanchez, 2005; Morén & Solana, 2004; 2006; García Sanz, 2011; Bayona & Gil, 2013) y evidenciaba la estrecha relación con los procesos globales.

Igualmente, la revolución de las TIC ha colocado la globalización a otro nivel. Internet, la comunicación sin cable, los medios digitales y las redes sociales virtuales han permitido el desarrollo sin precedentes de las redes horizontales de comunicación que conectan lo local con lo global (Steger, 2017). Lo novedoso de la situación actual es la naturaleza totalizadora e instantánea de las relaciones que se pueden producir en los espacios rurales (Woods, 2011). Y en el medio rural del Norte global no existen prácticamente lugares que no estén integrados en las redes globales.

La crisis global, financiera y económica del 2007, provocó en España el incremento de fuertes desigualdades interterritoriales, focalizándose en los barrios urbanos más desfavorecidos y en algunas zonas rurales (Camarero, 2013; Méndez, 2014; Pitarch, 2014). En este contexto, se observa un retorno al medio rural por parte de mujeres y hombres adultos jóvenes que se instalan en este medio para desarrollar proyectos profesionales

propios. Este proceso de cambio en las comunidades rurales no es exclusivo de algunas zonas rurales de España -las zonas mejor comunicadas y que permiten el *commuting*, o las de resiliencia demográfica- (Salamaña, Baylina, Garcia Ramon, Porto, & Villarino, 2016; Molino, 2016; Molinero, 2017; Recaño, 2017), sino que también se observa en Europa, vinculado al crecimiento residencial y al turismo, mostrando nuevos procesos de re-ruralización que indican también la emergencia de nuevas masculinidades y feminidades (Baylina & Berg, 2010; Bryant & Pini, 2011; Pini & Leach, 2011; Camarero, 2013; Forsberg & Stenbacka, 2013; Little, 2015; Wiest, 2016; Baylina *et al.*, 2017; Webster, 2017).

Nuestro objetivo es examinar quién hay detrás de los nuevos procesos de re-ruralización en España a partir del análisis de proyectos profesionales llevados a cabo por hombres y mujeres adultos jóvenes, formados y con experiencia urbana. Estos agentes no son neutros en cuanto al género, con lo cual se toma esta categoría analítica para examinar las relaciones de poder que subyacen en estos procesos atendiendo a los objetivos, oportunidades y dificultades que tienen unos y otras a la hora de hacer realidad sus proyectos y conformar la ruralidad actual.

La literatura existente sobre los nuevos procesos de re-ruralización actuales es todavía escasa (Woods, 2016), a pesar de que es una característica de la ruralidad global emergente en Europa. Existen aportaciones interesantes que explican procesos de migraciones de trabajo o migraciones de retorno en las que los protagonistas se insertan en los mercados laborales establecidos o crean negocios, fundamentalmente en el sector de servicios, pero no abordan el análisis desde la perspectiva feminista (Hedberg & Do Carmo, 2012; Monllor & Fuller, 2016; Viladomiu & Rosell, 2016; Woods, 2016; Taboadela, Maril, & Lamela, 2018). Entre las aportaciones que tratan sobre la vuelta al campo desde una perspectiva de género algunos hacen hincapié en el estilo de vida, enfatizando temas sociales y medioambientales (Bonifacio, 2014); y los que tratan temas más económicos se centran en uno de los dos géneros (Grimsrud, 2011; Pallarès-Blanch, Tulla, & Vera, 2015; Schmidt, 2016). Este artículo busca ilustrar procesos socioeconómicos a partir de experiencias muy localizadas desde una perspectiva analítica y relacional de género (hombres y mujeres). La principal contribución es aportar una lectura crítica y relacional de género a los procesos de re-ruralización actuales en España que informe de la tendencia socioeconómica de los espacios rurales del Norte global europeo.

II. JÓVENES FORMADOS/AS RETORNAN AL MEDIO RURAL: CATALUÑA Y GALICIA

Esta investigación se basa en las experiencias de doce personas, seis de Cataluña y seis de Galicia, mitad hombres y mitad mujeres, de media de edad en la treintena, que después de su formación universitaria decidieron instalarse voluntariamente en el medio rural para desarrollar su proyecto vital y profesional entre los años 2008 y 2015, siendo el 2013 el año de más proyectos iniciados. No se observan diferencias en la formación académica en relación al género (tabla I).

Tabla I – Caracterización de los/as entrevistados/as.

Table I – Characterisation of the interviewees.

Número de entrevistados/as	Características
10	Origen rural
6	Continúan o reforman un proyecto familiar anterior
6	Inician un proyecto nuevo
4	Inician el proyecto en pareja (sentimental o fraternal)
6	Son Ingenieros/as (3 mujeres) (cuatro de ellos/as en agronomía)
6	Tienen grados en Ciencias Políticas, Económicas, Turismo, Química, Biología y Administración y Dirección de Empresas (ADE)
La mayoría	Estudios de máster o postgrado (en ADE y marketing) y uno cuenta con el doctorado (Química)
8	Tienen pareja heterosexual
5	Tiene un hijo/a (entre 1 y 7 años)

Las doce personas entrevistadas viven en los territorios considerados por la UE de predominio rural (>50% es población rural¹) e intermedio (población rural entre el 20 y el 50%); y sus proyectos abarcan el sector agrario (10) y el del turismo (2) (tabla II).

Tabla II – Casos de estudio: tipos de proyectos y localización.

Table II – Case studies: types of projects and location.

Region	Tipos de proyectos	Localización de los casos de estudio (municipio, comarca y provincia)
Galicia	3 sector lácteo	Silleda (Deza, Pontevedra), Lalín (Deza, Pontevedra), Palas de Rei (A Ulloa, Lugo)
Galicia	1 viticultura	Chantada (Chantada, Lugo)
Galicia	1 producción de huevos de gallinas de razas autóctonas	San Sadurniño (Ferrolterra, A Coruña)
Galicia	1 turismo fluvial	Chantada (Chantada, Lugo)
Cataluña	2 producción de aceite ecológico	Horta de Sant Joan (Terra Alta, Tarragona), el Perelló (Baix Ebre, Tarragona)
Cataluña	1 producción de sidra	Palau-Sator (Baix Empordà, Girona)
Cataluña	1 viticultura	Sant Antoni de Calonge (Baix Empordà, Girona)
Cataluña	1 gestión de casas de turismo rural	Vilademuls (Pla de L'Estany, Girona)
Cataluña	1 transformación y venta de cerdo ecológico	Olius (Solsonès, Lleida)

Las empresas artesanales de transformación de leche se localizan en la Galicia central, de vocación ganadera, y en los tres casos de estudio innovan en términos de producción y comercialización dando continuidad a la empresa familiar: Gustavo, juntamente con su hermana, tomó el relevo de la quesería artesanal y decide diversificar el producto elaborando variedades internacionales. Sofía y su marido iniciaron su proyecto dedicado a la producción de yogures y de leche pasteurizada, aunando la tradición y la modernidad (la planta de elaboración es diseñada por la pareja, ambos ingenieros). Alicia transforma la empresa familiar y crea una cooperativa con otra ganadera de la misma comarca. Pro-

ducen leche en ecológico que transforman en yogures y postres lácteos. Lois, también en Galicia, puso en marcha una bodega, que forma parte del grupo empresarial familiar que tiene otras bodegas en las distintas DO de Galicia, innovando, entre otros proyectos, en la producción y comercialización de vinos para veganos. La iniciativa de turismo fluvial tiene una ubicación múltiple: el embarcadero de Belesar, el tramo del río Miño donde se realizan las rutas y el lugar de Pincelo en donde se emplaza una antigua bodega reconvertida en un espacio para comer y descansar a cargo de Leonor. Finalmente, Xulio, que se dedica principalmente a la producción en ecológico de huevos de gallinas de razas autóctonas, complementa esta actividad con la producción de miel y de carne de cordero. Este emprendedor, junto con otros productores del sector formaron una asociación agroecológica de las comarcas del noroeste coruñés para fomentar la producción autóctona y de calidad para un mercado de proximidad.

En Cataluña las dos explotaciones de olivos están en Tarragona. Tomás, utilizó fincas de su familia y arrendó otras que estaban abandonadas y puso en marcha una explotación (parte en ecológico) para producir aceite de alta calidad, después de una extensa formación en varios países. Gabriel, sin ligazón con este territorio ni con el cultivo del olivo, arrendó tierras con el objetivo de producir un aceite ecológico y de alta gama, orientado a la restauración de calidad y al mercado de exportación. En Girona hay dos iniciativas agrarias, la de Pere que sigue la tradición familiar en el cultivo de manzana, e inicia la producción de sidra, que complementa con la de zumos, vinagre y compotas, visitas guiadas y oferta gastronómica con productos relacionados con la manzana y de proximidad; y la de Mariona que se incorporó a la explotación familiar vitivinícola después de formarse en España y en el extranjero. Esta emprendedora produce y comercializa ‘vino de payés’ con el objetivo de mantener la cultura del agricultor del Empordá. También en Girona encontramos a Carina que gestiona cerca de 50 casas de turismo rural. Su experiencia en marketing le hizo ver un importante nicho de mercado: muchos propietarios de establecimientos de turismo rural tenían dificultades para promocionar y gestionar sus casas y ella inició un negocio consistente en gestionar las casas en dos modalidades: actuando como central de reservas o alquilando la casa a los propietarios y ocupándose ellos mismos de su gestión. Finalmente en la zona de Lleida, Magalí, con su pareja, puso en marcha una explotación en ecológico de ganado de cerda autóctono de alta calidad, y una tienda, en Solsona, para la venta de sus productos y de otros de proximidad, además de una tienda *on-line*.

III. METODOLOGÍA

Se ha utilizado una metodología cualitativa a partir de entrevistas en profundidad, a fin de ser coherentes con una investigación teórica motivada que pretende ilustrar cómo las personas dan significado a sus propias experiencias (Valentine, 2005; Dowling, Lloyd, & Suchet-Pearson, 2016; Bosco, 2017). Cada entrevista se ha complementado con un diario de campo de las entrevistadoras. Las personas se han contactado a partir del cono-

cimiento personal, a través de terceros y de la información disponible en internet, ya sean las páginas web particulares de los emprendedores/as o de información sobre ellos/as en páginas de organismos oficiales o asociaciones agrarias.

Las entrevistas, de dos horas de duración aproximada, han sido realizadas en 2017 en las dependencias profesionales de las personas entrevistadas. Las entrevistadoras han sido las autoras de este artículo, ejercicio imprescindible para conocer y defender consistentemente los resultados que aquí se exponen. La investigación se ha realizado desde un enfoque feminista, que define la problemática desde la perspectiva de las experiencias femeninas y que emplea estas experiencias como un indicador significativo de la realidad (Harding, 1987; Madge, Raghuram, & Skelton, 1997). Las preguntas que se formulan se han diseñado partiendo de las experiencias de las mujeres que hemos contrastado en investigaciones anteriores, defendiendo su contribución en la producción de conocimiento (Porto, Villarino, Baylina, Garcia Ramon, & Salamaña, 2015; Salamaña *et al.*, 2016; Baylina *et al.*, 2017).

Las entrevistas versan sobre numerosos aspectos de la vida diaria de los hombres y las mujeres, focalizando en las claves de su proyecto profesional y vital en el medio rural en el que viven. También se les pregunta sobre cuestiones más amplias sobre las nuevas dinámicas socioeconómicas del medio rural o sobre los roles y relaciones de género en su ámbito de referencia. En este artículo se han escogido solamente las respuestas a las cuestiones sobre el origen de sus proyectos (motivación, detonante, oportunidades y dificultades), en qué medida los consideran innovadores, y cómo creen que pueden incidir en su territorio.

IV. TRAYECTORIA VITAL, CRISIS Y PROYECTO PROFESIONAL

Uno de los puntos clave de los nuevos/as residentes del medio rural es que ponen en valor la capacidad de crear trayectorias vitales propias elaborando todo un imaginario en el que proyectar sus capacidades (Camarero, 2013). La media de edad de los emprendedores/as considerados es de 36 años; se encuentran en una etapa de su ciclo vital en la que la creación de un proyecto profesional convive con la del proyecto de vida y ambos se vislumbran con deseos de continuidad. La mayoría entremezcla estas dos cuestiones en su relato: la puesta en marcha de un reto profesional con la consolidación de una pareja, el deseo o no de tener hijos, el disfrute de la independencia y la vinculación de todo ello con un territorio donde creen haber encontrado un espacio propio para el desarrollo de su trayectoria.

“Con Ariadna [pareja] dijimos que podíamos marchar fuera y que seguramente ganaríamos más que aquí. Pero si hacíamos este proyecto nos sentiríamos más realizados.”
(Tomás, Cataluña).

El vínculo con el mundo rural es importante en el origen del proyecto. Diez de las doce personas consideradas tienen vínculos directos con el medio rural y todas manifies-

tan que han querido emprender expresamente en este medio. Aluden inicialmente a recuerdos positivos de su infancia, bien sea acompañando a sus padres o abuelos en sus trabajos o atendiendo a los planes que éstos tenían, mostrando una cierta nostalgia y, sobre todo, un sentimiento de arraigo que mantienen. Junto a este sentimiento, se menciona también el hecho de tener tierras de la familia sin explotar (y lamentar que permanezcan yermas), la proximidad de la jubilación de los padres y la incertidumbre de qué pasará con el patrimonio, o acontecimientos vitales (fallecimiento del progenitor) que les impulsan a tomar las riendas de un negocio familiar. Esta reactivación de las redes familiares y el debate que genera es muy viva en los países del Sur de Europa, donde los lazos con la familia y el lugar de origen son muy fuertes (Kotsou, Partalidou, & Petrou, 2011; Anthopoulou, Kaberis, & Petrou, 2017):

“Esto no es solo una quesería que de pronto la puedes alquilar y ya está; esto forma parte de una finca donde hay una casa grande, hay terrenos... La idea es ponerlo todo en funcionamiento. Primero, por esa parte emocional de la que estamos hablando; y, segundo, porque desde un punto de vista egoísta dentro de unos años lo tendré que vender todo.” (Gustavo, Galicia).

La intersección entre el género (mujer) y la edad (joven) resulta todo un reto en lugares de poder con el que un hombre no se encontraría:

“Recuerdo estar en reuniones de empresarios y que me cuestionasen a la cara. Era el blanco perfecto. Recuerdo haberme sentado en un almuerzo con dos hombres de unos cincuenta años y estar hablando de comercio on line. Estas dos personas tienen empresas heredadas de sus padres. Yo les hablaba de la importancia del mundo on line. ¿Y sabes lo que es sentirte ninguneada total?. En plan, ‘estás malgastando el dinero’. Entre joven, mujer, que eres la única... que alguien con tanto peso te diga esto, te hace cuestionar (...).” (Carina, Cataluña).

La persistencia de Carina, aun sintiéndose cuestionada, es una forma de agencia que adoptan las mujeres para resistir los sistemas de dominación del poder y de negociar con el patriarcado (Kandiyoti, 1988) a escala local y cotidiana.

Los/as nuevos agentes rurales no idealizan románticamente lo rural, ni dramatizan una realidad que desean transformar. Las personas intercalan en sus discursos aspectos de mercado y valores que tienen que ver con la tierra y/o la familia con una naturalidad y rotundidad aplastantes. Sin embargo, este vínculo emocional no se traduciría directamente en emprendimiento si no tuviesen una formación que les empodera para detectar disfuncionalidades y ver oportunidades en el sector que quieren emprender:

“Somos muy inquietos con el tema de la alimentación: estamos muy poco de acuerdo con cómo se come hoy en día, cómo se producen los alimentos, cómo se trabaja la tierra y con muchas otras cosas del sector primario y de la industria agroalimentaria. Y mientras nos íbamos generando dudas pensamos, ¿por qué no apostamos por producir cerdo de otra forma? Ahora conocemos bien cómo hacerlo y ya somos mayores. ¿Por qué no?” (Magalí, 35 años, Cataluña).

En sus circunstancias vitales concretas y con muchas inquietudes profesionales, es el contexto de crisis económica en España el detonante que marca el inicio del proyecto. Como se ha indicado anteriormente, la mayoría de los proyectos considerados (11) se inician entre 2008 y 2015 y cinco de ellos en el año 2013, en plena crisis económica y financiera, siguiendo la tendencia que se observa, para el caso de Cataluña (Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació (DARPA), 2013). Según esta fuente, se aprecia un incremento de jóvenes en el campo con un nivel de estudios superiores a la media del sector agrario y con una mayor sensibilidad por temas ambientales. Mayoritariamente son jóvenes que tienen algún vínculo con el mundo rural, que han acabado los estudios o no encuentran trabajo y se plantean regresar a casa. Por su parte, en Galicia el 54% de personas que inician una empresa en el medio rural son mujeres (cuando en el medio urbano solo llegan al 30%); estas empresarias son autónomas y optan por poner en marcha iniciativas de productos o servicios de los que carecen en su ámbito, de ahí la importancia para los territorios (Consellería Medio Rural, 2018). Fenómenos similares ocurren en otros países mediterráneos, en los que la crisis ha contribuido a activar los vínculos con el medio rural y genera intentos de permanencia o de retorno (Anthopoulos *et al.*, 2017):

“Llegó un momento en que mi medio de vida desapareció y no había expectativas ni perspectiva ninguna de trabajo asalariado. Después de una crisis llegaba otra crisis. Entonces, decidimos dar el paso (...)” (Xulio, Galicia).

Exceptuando dos casos, los emprendedores/as parten de pocos recursos económicos, de un negocio que hay que transformar por completo o comienzan la inversión partiendo de cero. La mayoría solicitan créditos bancarios y algunos/as solicitan ayudas a la administración, que ofrece una discriminación positiva hacia los proyectos desarrollados por mujeres, sin ahondar en cuestiones más profundas de género (Bock, 2014). Estas ayudas públicas son bienvenidas, pero no son relevantes para el inicio: la mayoría se otorgan tarde y son demasiado generalistas y encorsetadas, con lo cual es difícil que encajen en estos proyectos híbridos, surgidos de la mezcla entre el perfil profesional y personal del emprendedor/a y el lugar:

“No nos haremos ricos, pero si somos capaces de tirar esto adelante pagaremos las facturas a final de mes y podremos vivir en nuestra casa y tener un proyecto en que no nos mandará nadie. Luego encontramos una ayuda a través del Departamento de Agricultura, unos fondos europeos. [¿Sin estos fondos lo habrías podido hacer?] No habría podido hacer todo esto, pero la idea la hubiera realizado igual.” (Tomás, Cataluña).

Los entrevistados/as tienen en común la excelencia de los proyectos que inician, el deseo que sean singulares, que respeten el entorno y que ofrezcan productos de calidad. A nivel más personal son personas con mucha capacidad de trabajo, valientes, con entusiasmo, con capacidad para asumir riesgos y con potencial para moverse. La dedicación al proyecto supone la mayor parte del tiempo de las personas entrevistadas, tanto hombres como mujeres. Éstas lo expresan abiertamente sin sentirse juzgadas por ello, supo-

niendo un avance muy importante en relación a la experiencia de los roles de género en el medio rural:

“Estoy disponible las 24 horas de los 365 días.” (Sofía, Galicia).

La dedicación de la mayor parte del tiempo al proyecto profesional tiene efectos sobre el proyecto personal (dificultad para conciliar), y no se observa el efecto contrario. Los hombres verbalizan un claro discurso de igualdad de género, algo también novedoso, no exento de contradicciones, cuando por ejemplo todavía asocian más la conciliación a la mujer:

“El techo de cristal es una cosa flagrante. No se puede supeditar el éxito de una empresa a si estás más o menos horas, se tiene que ir por objetivos. En países como Suecia se hace y allí las mujeres pueden conciliar, cosa que aquí no pueden hacer. [¿Y los hombres pueden hacerlo aquí?] Es que los hombres la mayoría de veces no tienen ni que conciliar.” (Tomás, Cataluña).

O cuando asumen, inconscientemente, el rol de cuidado de los hijos/as a las mujeres. Lois reconoce el mérito de éstas en la doble dedicación,

“Yo tengo muy buenas amigas que han desarrollado cosas parecidas a las mías, y que tienen mucho más mérito que yo. Estoy pensando en una que tiene dos hijos, ahora está separada y está llevando una bodegaza, y es una dedicación tremenda. Creo que es más fácil para mí.” (Lois, Galicia).

y entra en contradicción cuando expresa que su asignatura pendiente es tener hijos, mostrando su situación de privilegio cuando su anhelo se asocia al ejercicio de padre siguiendo el rol tradicional ya que ni siquiera pone en cuestión cómo conciliaría sus responsabilidades:

“Yo me puedo dedicar al 100%. A mí, lo único que me falta, en ese sentido, es tener hijos. Es mi única asignatura pendiente. Yo, si he tomado esa decisión me vuelco en los proyectos, y creo que una mujer, aun tomando esa decisión, al 100% no se va a poder dedicar. Con lo cual, es más sencillo para mí.” (Lois, Galicia).

Es preciso subrayar que entre todas las personas entrevistadas suman solamente cinco hijos/as, y los/as que tienen alguno/a, solo uno; y tampoco están todavía en edad de cuidar a los padres mayores (excepto una mujer). El hecho de no tener a cargo personas dependientes (o tener muy pocas) es muy indicativo y minimiza el rol reproductivo, sobre todo, de las mujeres. Esto no significa que, en existencia de familiares dependientes, éstas no optasen por la externalización de las tareas o no pudiese haber corresponsabilidad con sus parejas, en caso de tenerlas, pero sí que conlleva a una reflexión más profunda sobre el hecho que las personas puedan *vivir* dedicando el cien por cien de su tiempo a la producción si es que no tienen resuelto el cien por cien de la reproducción. La idea de la imposibilidad de sostener la vida a partir de un sistema de producción que invisibiliza la esfera de cuidado y doméstica, sirviéndose de ella, es la tesis que defienden algunas economistas feministas (Picchio, 2001; Carrasco, 2006; Pérez Orozco, 2006; 2014) y que fue objeto de nuestro interés en una investigación anterior (Baylina *et al.*, 2017).

Ser joven, en un hombre, no garantiza que la persona haya tomado consciencia de la construcción social del género y de los privilegios y opresiones que representa para las personas, a pesar de que el discurso de la igualdad haya penetrado en la legislación española con fuerza en los últimos quince años, y que, las cuestiones de género en general estén a la orden del día en los medios de comunicación:

“Sé que hay diferencias [en los roles de género], pero al final quizás es un tema de genética. Por algo los hombres son más emprendedores que las mujeres; quizás no es un tema cultural y es un tema de genética.” (Pere, 23 años, Cataluña).

A la luz de estos comentarios, el hecho de ser mujer y dedicar la mayor parte del tiempo a la profesión no extraña que sea menos comprendida por los hombres y que su actividad profesional genere una expectación social, evidenciando cómo el patriarcado se vincula a los procesos históricos de cada lugar:

“Al ser una mujer tuve mucho reclamo de la prensa, que al final me hicieron muchos reportajes, mucha publicidad... Que, a lo mejor, si hubiera sido un hombre no hubiera sido tanto (...).” (Leonor, Galicia).

En efecto, los medios de comunicación han sido un altavoz para estas iniciativas, muchas de ellas premiadas; esto otorga a los emprendedores/as una proyección y reconocimiento indiscutibles que, en el caso de las mujeres, todavía no se corresponden con cambios profundos en los sistemas de género.

V. INNOVAR A PARTIR DE VINCULAR LO LOCAL Y LO GLOBAL

Los/as emprendedores creen ser innovadores. Considerando la innovación como ‘la introducción de un valor añadido para reconstruir la base económica y social del medio rural de forma ambientalmente consciente y que además comporte la cooperación entre una variedad de actores rurales con distintas formas de conocimientos y experiencias (Dargan & Shucksmith, 2008), es evidente que la agencia de nuestros emprendedores/as aporta novedad en su territorio, bien sea al producto que se ofrece, el proceso de producción, la gestión, la comercialización, o las relaciones éticas con la forma de producir y el entorno. Los entrevistados/as se movilizan para buscar nichos distintivos en la economía global a partir de poner en valor recursos locales y conectar con mercados fuera de su territorio. Y el resultado no es un producto estandarizado sino un producto muy localizado y novedoso en su contexto, constatando el impacto de la globalización en las localidades rurales (Woods, 2007; 2016). Es significativo cómo los emprendedores/as hablan de la relación de lo rural con lo global, eludiendo en sus discursos referencias a lo urbano como contraposición, evidenciando que la diferencia y la relación se articula más entre lo local (rural) y lo global que entre la dicotomía rural-urbana.

“Nosotros hemos fusionado el mundo rural con el mundo *online*, y con el extranjero. Antes, las casas para alquilar no tenían extranjeros. Y si los tenían, alquilaban a un precio que podían sacar el doble. Hemos ido haciendo el cambio poco a poco, sin perder el cliente de aquí.” (Carina, Cataluña).

Muchos de los entrevistados/as fundamentan su originalidad en producir alimentos de calidad propios de la zona, a los que se le otorga un nuevo significado y valor cuando se los convierte en especialidad local. Magalí, Alicia y Xulio lo encuentran en las razas autóctonas, bien sea el cerdo gascón, las vacas frisonas y pardas alpinas o las gallinas de Mos y piñeiras. Otros emprendedores/as se distinguen en comunicar intencionadamente la historia de su proyecto o producto. Enmarcan el producto en un contexto rural concreto y único; trasladan en el objeto o servicio ideas determinadas, positivas del lugar. Gustavo se refiere a “presentar una historia bien contada” y Leonor, previo a ofrecer viajes en barca, “recibe a los visitantes -que no turistas, matiza ella-”. Esta emprendedora considera que su innovación ha sido orientar su zona, la Ribeira Sacra del Miño, a un turismo de calidad; la visión de su negocio es menos claustrofóbica y más expansiva en el sentido que traslada el foco de la empresa a un punto que vincula más las personas y el lugar. La marca *Identidad* es el concepto con el cual Tomás quiere narrar la experiencia y bagaje personal y de la Terra Alta para proyectar su aceite al mundo; y Sofía escoge *Kalekói* (nombre derivado de los antiguos habitantes de Galicia, recogido en la Geografía de Estrabón, s.I dC) para significar y enraizar territorialmente sus yogures.

La cooperación como innovación también es relatada por Alicia, que asume que las mujeres, por su rol, tienen más dificultades de desenvolverse individualmente en cualquier ámbito (Baylina *et al.*, 2017; Ní Fhlatharta & Farrell, 2017), y abiertamente ve en la cooperación entre mujeres la forma de salir adelante:

“Porque hay muchísimas mujeres en muchísimos puntos de Galicia que tienen muchísimas buenas ideas en la cabeza, pero que no tienen ni el tiempo ni apoyo en términos de recursos humanos para sacarlo adelante. Y el modelo cooperativo es el que permite eso, que cada uno haga su tarea en un contexto en el que, socialmente, todas estamos en el mismo nivel.” (Alicia, Galicia).

En su relato Alicia constata las restricciones con que se encuentran las mujeres para desarrollar sus proyectos por cuestiones derivadas de su rol en la reproducción. También señala que las mujeres están más predispuestas a intercambiar información con otras mujeres y menos probables a acceder a redes con presencia de personas en posición de poder (Hanson & Blake, 2009). Además, confirma la innovación en el sentido de transformar un lugar a través de crear un impacto en la comunidad (Hanson, 2009), ya sea creando oportunidades para otras mujeres o aportando cambios en las relaciones de género:

“Creo que las mujeres cuando lideran un proyecto empresarial tienen muchísimo más empeño en el desarrollo social de un proyecto y, entonces, evidentemente el conjunto es muchísimo más positivo para la zona.” (Alicia, Galicia).

Los entrevistados/as son conscientes que sus iniciativas tienen o pueden tener una incidencia positiva en sus comunidades rurales. La mayor parte de ellos/as todavía no recibe beneficios de la actividad; los recursos que reciben les llegan solamente para mantenerse. Sin embargo, están tranquilos/as porque ven su proyecto bien encauzado. Al margen de sus ingresos, son conscientes de la repercusión económica de su actividad; tanto en Cataluña como en Galicia ven claramente cómo contribuye a mantener la población:

“¡Por supuesto! En los pueblos de las casas que llevamos hay restaurantes... ¡No son cuatro personas! A parte de en los negocios, también cada propietario genera unos ingresos y vive en el lugar. Mantenemos la población.” (Carina, Cataluña).

“El turismo tiene un efecto multiplicador en la sociedad. Entonces, la gente que viene aquí con Quinta Sacra tiene un efecto en el resto: en los hoteles, en los restaurantes, en las bodegas y en el románico.” (Leonor, Galicia).

Y en Galicia, más que en Cataluña, destacan que su actividad puede ejercer de modelo para otros/as. A nivel cultural los efectos de estos proyectos en el territorio son importantes porque generan poco a poco otra visión del medio rural, de su potencial económico, del patrimonio, del paisaje y también leen de otra manera las personas que están detrás de estas iniciativas, sean jóvenes, mujeres o recién llegados de la ciudad.

VI. CONCLUSIONES

Indistintamente, hombres y mujeres buscan su espacio como emprendedores en el medio rural actual utilizando los recursos globales, locales y su propia formación. Estas iniciativas innovadoras son indicadoras de una nueva etapa en la que el medio rural vuelve a ser visto como un lugar de producción, un lugar en el que ganarse la vida con una actividad potente. Y en este nuevo contexto, los emprendedores/as se ven a sí mismos/as como agentes de este cambio siendo conscientes del valor que tiene su posición en tanto que intermediarios/as que negocian lo global y lo local.. Estos actores/as valorizan recursos locales y conectan con mercados fuera de la región buscando nichos distintivos en la economía global (Woods, 2011). Se crean nuevas redes sociales y actividades que sobrepasan las fronteras geográficas, produciéndose interdependencias económicas y sociales en distancias cada vez más largas. Las nuevas tecnologías de la información permiten una comunicación inmediata campo-ciudad con lo cual se supera la dicotomía tradicional rural-urbana. Todo ello da lugar a lugares concretos surgidos de esta relación global-local, que evidencian que lo global se construye a través de lo local y que ambos lugares no existen por oposición sino en negociación (Massey, 2005).

La crisis económica está presente en los discursos sobre el origen de todos los proyectos, pero no ha sido un obstáculo para emprender. La vuelta al campo se ha producido por la conjunción de cuatro factores principales: la crisis económica, una formación universitaria potente, la posibilidad de crédito y el vínculo familiar con el lugar. Todo ello se ha incrustado en personas en una etapa vital determinada, entre los treinta y cuarenta años. El impacto de los nuevos actores no ha sido valorado todavía en términos cuantitativos; sin embargo, la localización de estas iniciativas coincide con las zonas rurales más dinámicas en la actualidad en España: áreas periurbanas, especialmente las próximas a las grandes ciudades y las zonas de montaña cercanas a los grandes núcleos de población (Molinero, 2017) con lo cual parecen evidentes la sinergias producidas entre nuevos actores y territorios en dinámica progresiva. El emprendimiento de mujeres jóvenes formadas es toda una innovación en el medio rural del que

hablamos, por sus proyectos, por el efecto demostración que generan en su entorno y en las generaciones de mujeres más jóvenes, y por la nueva representación de la femi- nidad que construyen, alejada del idilio rural que las situaba en el centro de la familia tradicional y los valores comunitarios.

Hombres y mujeres tienen la misma relación con el proyecto profesional y su nivel de dedicación, casi al cien por cien, es una novedad en el caso de las mujeres. Éstas adoptan claramente un patrón masculino de carrera profesional, y sobre todo, lo exponen abiertamente. Este comportamiento de género podría verse matizado en caso de contar con más personas dependientes; pero la verbalización clara y explícita del deseo de dedicarse en plenitud a la profesión es una muestra rotunda de un cambio generacional.

Este avance no está exento de dificultades y contradicciones. Las mujeres asumen claramente la conciliación laboral y familiar (los hombres no) y deben lidiar con todo tipo de restricciones y cuestionamientos en el terreno profesional derivados de su condi- ción de mujer. Esta situación las conduce a elaborar estrategias de defensa y de resistencia que, si bien las empodera, evidencian una situación de subordinación en la jerarquía social. Todas las mujeres son absolutamente conscientes de ello (también es una novedad en relación al pasado reciente y a otros contextos), y también son conscientes de las rela- ciones de género en el medio rural concreto en que viven.

Los hombres, por su parte, adoptan una masculinidad más ambivalente, que se observa en los discursos acerca de las capacidades de las mujeres para realizar el mismo trabajo que ellos, o en el reconocimiento teórico de la importancia de la corresponsabili- dad en la reproducción. Difícilmente podría ser de otro modo en nuestra sociedad actual. Sin embargo, se identifican claramente formas resilientes de la masculinidad tradicional cuando la mirada crítica desde el género hace visibles elementos escondidos del patriar- cado, también en hombres jóvenes. Ello estimula la investigación sobre las relaciones de género y de poder rurales no sólo en términos dicotómicos de género sino reconociendo la interseccionalidad de otras identidades que incorpore una mayor complejidad y flui- dez en estas relaciones.

Nuestros resultados indican que los procesos de cambio no son lineales; y que las desigualdades toman nuevas formas o surgen nuevos mecanismos de poder, con lo cual es necesaria la investigación feminista del medio rural para visibilizar y desafiar las diná- micas de poder y para continuar politizando el género.

AGRADECIMIENTOS

Nuestra gratitud a todas las personas entrevistadas en Cataluña y Galicia. Gracias a Mònica Carbó y Mireia García por la transcripción y codificación del material empírico.

Esta investigación forma parte de un proyecto más amplio de las investigadoras sobre *Geografías del género, trabajo y ruralidad: Nuevas feminidades y masculinidades para un desar- rollo rural sostenible* (CSO2015-63913-R), financiado por el *Ministerio de Economía y Compe- titividad, Gobierno de España*.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anthopoulou, T., Kaberis, N., & Petrou, M. (2017). Aspects and experiences of crisis in rural Greece. Narratives of rural resilience. *Journal of Rural Studies*, 52, 1-11.
- Baylina, M., & Berg, N. (2010). Selling the Countryside: Representations of Rurality in Norway and Spain. *European Urban and Regional Studies*, 17(3), 277-292.
- Baylina, M., Garcia Ramon, M. D., Porto, A. M., Rodó-de-Zárate, M., Salamaña, I., & Villarino, M. (2017). Work-life balance of professional women in rural Spain. *Gender, Place and Culture*, 24(1), 72-84.
- Bayona, J., & Gil, F. (2013). Is Foreign Immigration the Solution to Rural Depopulation? The Case of Catalonia (1996-2009). *Sociologia Ruralis*, 53(1), 26-51.
- Bock, B. (2014). Gender Mainstreaming and Rural Development Policy; the Trivialization of Rural Gender Issues. *Gender, Place and Culture*, 22(5), 731-745.
- Bock, B. (2004). It Still Matters Where You Live: Rural Women's Employment throughout Europe. In H. Buller & K. Hoggart (Eds.), *Women in the European Countryside* (pp. 14-41). London: Ashgate.
- Bonifacio, G. (2014). *Gender and rural migration. Realities, conflict and change*. London: Routledge.
- Bosco, F. (2017). Interviews. In D. Richardson (Coord.), N. Castree, M. F. Goodchild, A. Kobayashi, W. Liu, R. A. Marston (Eds.), *The International Encyclopedia of Geography* (pp. 1-7). London: John Wiley and sons.
- Bryant, L., & Pini, B. (2011). *Gender and Rurality*. London: Routledge.
- Camarero, L. (2013). Espacios Rurales, ¿Crisis sistémica o brotes verdes?. Entrevista con Luis Camarero [Rural spaces, Crisis or green shoots?. Interview with Luis Camarero]. *Encrucijadas. Revista crítica de Ciencias Sociales*, 6, 6-17.
- Carrasco, C. (2006). La paradoja del cuidado: necesario pero invisible [The Paradox of Care: Necessary but Invisible]. *Revista de Economía Crítica*, 5, 39-64.
- Conselleria do Medio Rural. (2018). Noticia [News]. Retrieved from http://mediorural.xunta.gal/nc/es/institucional/comunicacion/noticia/nx/nova_estandar29398.htm/
- Dargan, L., & Shucksmith, M. (2008). Leader and innovation. *Sociologia Ruralis*, 48(3), 274-291.
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació. (DARPA). (2013). *Els moviments migratoris de la joventut rural: Què ofereix el mercat laboral a la joventut?* [Migration movements of rural youth: What does labour market offer to young people?]. Odisseu. Generalitat de Catalunya.
- Dowling, R., Lloyd, K., & Suchet-Pearson, S. (2016). Qualitative methods I: Enriching the interview. *Progress in Human Geography*, 40(5), 679-686.
- Forsberg, G., & Stenbacka, S. (2013). Mapping Gendered Ruralities. *European Countryside*, 5, 1-20.
- Garcia Sanz, B. (2011). *Ruralidad emergente, posibilidades y retos* [Emerging Rurality: Possibilities and Challenges]. Madrid: Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino.
- García, A., & Sánchez, D. (2005). La población rural en Catalunya: entre el declive y la revitalización [Rural population in Catalonia: between decline and revitalization]. *Cuadernos Geográficos*, 36, 387-407.
- Goverde, H., de Haan, H., & Baylina, M. (Eds.). (2004). *Power and Gender in European Rural Development*. Aldershot: Ashgate.
- Grimsrud, G. M. (2011). Gendered spaces on the trail: the influence of regional gender contracts on immigration of women to rural Norway. *Human Geography*, 93B(1), 3-20.
- Halfacree, K. (2012). Heterolocal identities? Counter-urbanization, second homes and rural consumption in the era of mobilities. *Population, Space and Place*, 18, 209-224.
- Hanson, S. (2009). Changing places through women's entrepreneurship. *Economic Geography*, 85(3), 245-267.
- Hanson, S., & Blake, M. (2009). Gender and entrepreneurial networks. *Regional Studies*, 43, 135-49.
- Harding, S. (1987). Is there a feminist method?. In S. Harding (Ed.), *Feminism and Methodology* (pp. 1-14). Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press.
- Hedberg, C., & do Carmo, R. M. (Eds.). (2012). *Translocal Ruralism*. Dordrecht: Springer.
- Hoggart, K., & Paniagua, A. (2002). The Restructuring of Rural Spain? *Journal of Rural Studies*, 17, 63-80.

- Kandiyoti, D. (1988). Bargaining with Patriarchy. *Gender and Society*, 2, 274-290.
- Kotsou, S., Partalidou, M., & Petrou, M. (2011). Present or absent farm heads? A contemporary reading of family farming in Greece. *Sociologia Ruralis*, 51(4), 404-419.
- Little, J. (2015). The Development of Feminist Perspectives in Rural Gender Issues. In B. Pini, B. Brandth, J. Little (Eds.), *Femisms and Ruralities* (pp. 107-118). Lanham: Lexington books.
- Madge, C., Raghuram, P., & Skelton, T. (1997). Methods and methodologies in feminist geographies: politics, practice and power. In WGSJ (Eds.), *Feminist Geographies. Explorations in diversity and difference* (pp. 86-111). London: Logman.
- Massey, D. (2005). *For Space*. London: Sage.
- Méndez, R. (2014). Crisis económica y reconfiguraciones territoriales [Economic crisis and spatial reconfigurations]. In J. M. Albertos Puebla & J. Sánchez Hernández (Coords.), *Geografía de la crisis económica en España* [Geography of the economic crisis in Spain] (pp. 17-38). València: PUV.
- Moliner, F. (2017). De la plétora demográfica al vaciamiento general: la difícil situación del campo en el interior de España [From the demographic plethora to the general emptying: the difficult situation of the countryside in the interior of Spain]. *Desarrollo rural, Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medioambiente*, 33, 10-11.
- Molino, S. del (2016). *La España vacía. Viaje por un país que nunca fue* [The empty Spain: travel through a country that never was]. Madrid: Turner.
- Monllor, N. & Fuller, A. (2016). Newcomers to farming: towards a new rurality in Europe. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(3), 553-567.
- Morén, R., & Solana, M. (2006). La immigració en àrees rurals i petites ciutats d'Espanya. Un estat de la qüestió [Immigration in rural areas and small towns in Spain. A state of the art]. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 47, 141-155.
- Morén, R., & Solana, M. (2004). Foreign immigration in Spanish rural areas and small towns: Current situation and perspectives. *Finisterra - Revista Portuguesa de Geografia*, XXXIX(77), 21-38.
- Ní Fhlatharta, A., & Farrell, M. (2017). Unravelling the strands of patriarchy in rural innovation: A study of female innovators and their contribution to rural Connemara. *Journal of Rural Studies*, 54, 15-27.
- Pallarès-Blanch, M., Tulla, A., Vera, A. (2015). Environmental capital and women's entrepreneurship: a sustainable local development approach. *Carpathian Journal of Earth and Environmental Sciences*, 10(3), 133-146.
- Pérez Orozco, A. (2014). *Subversión feminista de la economía. Aportes para un debate sobre el conflicto capital-vida* [Feminist subversion of economy. Contributions for a debate on the conflict capital-life]. Madrid: Traficantes de sueños.
- Pérez Orozco, A. (2006). Amenaza tormenta: La crisis de Los cuidados y la reorganización del sistema económico [Storm Threat: The Crisis of Care and the Reorganisation of the Economic System]. *Revista de Economía Crítica*, 5, 7-37.
- Picchio, A. (2001). Un enfoque macroeconómico 'ampliado' de las condiciones de vida [An expanded macroeconomic approach of living conditions]. In C. Carrasco (Ed.), *Tiempos, trabajos y géneros* [Times, jobs and genders] (pp. 17-37). Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Pini, B., & Leach, B. (2011). Transformation of class and gender in the globalised countryside: An introduction. In B. Pini & Leach, B. (Eds.), *Reshaping gender and class in rural space* (pp. 1-24). Aldershot: Ashgate.
- Pitarch, M. D. (2014). Desigualdades regionales, pobreza y vulnerabilidad social en España durante la crisis (2007-2013) [Regional inequalities, poverty and social vulnerability in Spain during the crisis (2007-2013)]. In J. M. Albertos Puebla & J. Sánchez Hernández (Coords.), *Geografía de la crisis económica en España* [Geography of the economic crisis in Spain] (pp. 201-230). València: PUV.
- Porto, A. M., Villarino, M., Baylina, M., Garcia Ramon, M. D., & Salamaña, I. (2015). Formación de las mujeres, empoderamiento e innovación rural [Women's education, empowerment and rural innovation]. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 68, 385-406.
- Recaño, J. (2017). La sostenibilidad demográfica de la España vacía [Demographical sustainability of the empty Spain]. *Perspectives demográfiques*, 7, 1-14.
- Salamaña, I., Baylina, M., Garcia Ramon, M. D., Porto, A. M., & Villarino, M. (2016). Dones, trajectòries de vida i noves ruralitats [Women, life paths and new ruralities]. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(3), 661-681.

- Schmidt, S. (2016). Women in creative jobs and living in rural areas. A contradiction? In K. Wiest (Ed.), *Women and Migration in Rural Europe: Labour Markets, Policies and Imaginaries* (pp. 131-149). London: Palgrave Macmillan.
- Steger, M. (2017). *Globalization. A very short introduction*. 4th Edition. Oxford: OUP.
- Taboadela, O., Maril, M., & Lamela, C. (2018). La superdiversidad migratoria en el medio rural: Odemira, Alentejo, un estudio de caso [Migratory superdiversity in rural areas: Odemira, Alentejo, a study case]. *Finisterra – Revista Portuguesa de Geografia*, LIII(107), 87-105.
- Valentine, G. (2005). Tell me about...: Using interviews as a research methodology. In R. Flowerdew & D. Martin (Eds.), *Methods in Human Geography: A guide for students doing a research project* (pp. 100-127). Harlow, UK: Pearson.
- Viladomiu, L., & Rosell, J. (2016). Nova ruralitat a Catalunya a les últimes dècades: diversificació empre-
doria i ocupació [New rurality in Catalonia during last decades: diversification, entrepreneurship and occupation]. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(3), 553-567.
- Webster, N. (2017). Rural-to-rural translocal practices: Thai women entrepreneurs in the Swedish countryside. *Journal of Rural Studies*, 56, 219-228.
- Wiest, K. (Ed.). (2016). *Women and Migration in Rural Europe: Labour Markets, Policies and Imaginaries*. London: Palgrave Macmillan.
- Woods, M. (2016). International Migration, Agency and Regional Development in Rural Europe. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(3), 569-593.
- Woods, M. (2011). *Rural*. London: Routledge.
- Woods, M. (2007). Engaging the global countryside: globalization, hybridity and the reconstitution of rural place. *Progress in Human Geography*, 31, 485-507.

¹ EUROSTAT, La typologie urbaine-rurale, 2012.