

**AGENCIAMIENTO DE LA MUJER RURAL DESDE LA CONSTRUCCIÓN DE  
REDES SOCIALES NO DIGITALES: UNA INVESTIGACIÓN BIOGRÁFICA.**

Presentado por:  
Kevin Sebastián Patarroyo Galindo

Trabajo de grado para optar por el título de magíster en Desarrollo Educativo y Social

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL - CINDE  
FACULTAD DE EDUCACIÓN  
BOGOTÁ D.C. 2024

**AGENCIAMIENTO DE LA MUJER RURAL DESDE LA CONSTRUCCIÓN DE  
REDES SOCIALES NO DIGITALES: UNA INVESTIGACIÓN BIOGRÁFICA.**

Presentado por:  
Kevin Sebastián Patarroyo Galindo

Trabajo de grado para optar por el título de magíster en Desarrollo Educativo y Social

Director de Trabajo de grado  
Néstor Daniel Sánchez Londoño

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL - CINDE  
FACULTAD DE EDUCACIÓN  
BOGOTÁ D.C. 2024

*Para el pequeño Sebastian que de niño soñaba con lograr cosas grandes.*

*¡Ahí vamos, chinito!*

## **Agradecimientos**

A Dios por darme las fuerzas y la capacidad de culminar mis estudios posgraduales en medio de grandes dificultades y retos.

A mi familia por su apoyo incondicional con cada una de mis locuras y a mis amigos y amigas que me escucharon y apoyaron durante todo este proceso.

A mi tutor, el profe Néstor, por sus orientaciones y acompañamiento constante, a CINDE por permitirme un espacio para capacitarme como magíster y ser un segundo hogar con gente increíble y calidad humana inigualable.

Finalmente, gracias a las mujeres de AMEG por su ayuda, disposición y amable acogida al compartir sus experiencias de vida conmigo para el desarrollo de este estudio. Siempre agradecido por la oportunidad de conocer más de su trabajo y sus experiencias tan valiosas y enriquecedoras.

## Resumen

Este estudio consiste en una investigación cualitativa de enfoque narrativo cuyo objetivo es indagar sobre la influencia de las redes sociales no digitales en el agenciamiento de mujeres rurales. Se realizaron entrevistas a profundidad enfocadas en la experiencia de las mujeres integrantes de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Guatavita —AMEG—. Asociación femenina rural conformada en el año 2000 que actualmente trabaja con mujeres de diferentes veredas en el municipio. Las entrevistas a profundidad permitieron un acercamiento a las historias de vida de las participantes, de manera que fuese posible comprender cómo su participación en AMEG ha propiciado un agenciamiento mayor en diferentes áreas de su vida, como la familiar, económica y social. El estudio ayuda a entender de qué forma la construcción de redes sociales no digitales como AMEG motivan la toma de decisiones autónoma y la independencia económica y social de las mujeres en zonas rurales. Acompañado del sustento teórico, se realizó un análisis por categorías según la información encontrada en las entrevistas, desentramando así la complejidad de la red y dando luces sobre la influencia de esta en el agenciamiento femenino rural en la zona.

**Palabras clave:** Mujeres rurales, Agenciamiento femenino, Redes sociales no Digitales, Investigación Narrativa

## Tabla de Contenido

1.	Presentación	1
2.	Planteamiento del Problema	2
2.1	Pregunta Problema	5
2.2	Objetivo General	5
2.3	Objetivos Específicos	5
3.	Antecedentes	5
3.2	Mujeres rurales	13
3.2	Agenciamiento	17
3.3	Redes sociales no digitales	20
4.	Justificación	27
5.	Marco Teórico	30
5.1	Mujeres rurales: Potencia no Reconocida del Desarrollo	31
5.1.1	<i>Mujeres Rurales y Pluralidad</i>	33
5.1.2	<i>Mujeres Rurales y Territorio</i>	34
5.2	Redes Sociales no Digitales: Conexiones en Todos los Niveles	36
5.2.1	<i>Redes Sociales Interacción e Intercambio</i>	37
5.3	Agenciamiento: Decidiendo por y para sí Mismo	41
5.3.1	<i>Agencia Personal</i>	42
5.3.2	<i>Agencia Colectiva</i>	43
6.	Método	46
6.1	Población	49

6.2 Enfoque: la Investigación Narrativa	51
6.2.1 <i>Técnica: La entrevista a Profundidad</i>	54
6.2.1.1 Instrumento: Protocolo De Entrevista	55
6.3 Análisis de la Información	57
7. Resultados	59
7.1 ¿Cuál es el Papel que Juegan las Integrantes de AMEG dentro de la Asociación como Red Social No Digital?	59
7.1.1 <i>Mujeres Rurales y Pluralidad</i>	65
7.1.2 <i>Mujeres Rurales y Territorio</i>	67
7.1.3 <i>Mujeres Rurales: Roles</i>	69
7.1.3.1 Trabajar con Mujeres.	71
7.1.3.2 El Rol Educativo y El Relevo Generacional	72
7.2 ¿Qué elementos de la red social no digital se relacionan con el agenciamiento de sus integrantes?	73
7.2.1 <i>Educación y Reflexión</i>	75
7.2.2 <i>Asociatividad</i>	77
7.2.2.1 Interacción con Redes Externas	78
7.2.2.2 Autosostenimiento de la Red Social	82
7.2.3 <i>Independencia</i>	83
7.2.3.1 Relaciones de Amistad	84
7.3 ¿Cómo se Caracteriza la Influencia de la Participación en Redes Sociales en el Agenciamiento Personal y Colectivo?	86

7.3.1 <i>Agenciamiento desde la Motivación</i>	86
7.3.2 <i>Agenciamiento desde y para el Territorio</i>	88
7.3.3 <i>Agenciamiento Dinámico, Participativo y Emancipador</i>	89
7.3.3.1 El Rol del Compañero en el Agenciamiento	95
7.3.3.2 Ocio y Agenciamiento	97
7.4 Relación Gráfica de Categorías de Análisis	99
8. Consideraciones finales	102
9. Bibliografía	105
10. Anexos	112
Anexo 1: Protocolo de Entrevista	112
Anexo 2: Formato de Consentimiento Informado	115
Anexo 3: Matriz de Categorización	117
Anexo 4: Ejemplo de Transcripción de Entrevista	117

## **1. Presentación**

Las redes sociales no digitales han demostrado ser un espacio en que las personas pueden encontrar identidad, seguridad, capacitación y conexiones valiosas para su bienestar y desarrollo personal y colectivo. En el presente estudio, se pretende indagar a profundidad cómo la participación en estas redes influencia el agenciamiento de sus integrantes, entendiendo el agenciamiento como la capacidad para tomar decisiones informadas de forma independiente, y teniendo en cuenta que las mujeres rurales se enfrentan con diversos desafíos debido a su rol tradicionalmente subalternizado por las condiciones de desigualdad de los territorios y las tendencias patriarcales de los mismos. La pesquisa se desarrolla con una asociación de mujeres rurales llamada AMEG (Asociación de Mujeres Emprendedoras de Guatavita), asociación que lleva más de 20 años procurando mejorar la calidad de vida de sus asociadas, el reconocimiento de las mujeres campesinas y sus aportes en el territorio.

El método seleccionado para esta investigación es cualitativo con enfoque en historias de vida, pues se busca rescatar las categorías de análisis a partir de la experiencia de las participantes para así dar una interpretación global del fenómeno en cuestión. Las categorías principales establecidas son mujer rural, redes sociales y agenciamiento; a partir de ellas se determina un marco teórico que busca dar luces a los tres conceptos y sus subcategorías. La investigación demuestra cómo la interacción y el intercambio, factores fundamentales dentro de las redes sociales no digitales, han permitido que las mujeres integrantes de AMEG logren ciertos niveles de agenciamiento en áreas de su vida más allá de lo laboral; demostrando que existe una influencia significativa de la participación en redes sociales en la toma de decisiones y la reflexión sobre su condición de subalternidad para lograr un cambio social y un impacto benéfico para sus vidas.

## 2. Planteamiento del Problema

El siguiente apartado pretende definir el problema de investigación y los elementos principales del mismo, así como los motivos por los cuales es imperativo abordarlos tanto en el campo conceptual y académico, como en el campo social.

En primer lugar, es evidente que las mujeres rurales experimentan una doble condición de subalternización debido a su posición de mujeres, pero también debido a la falta de oportunidades y conocimiento en derechos humanos que existe en su entorno (Infante, 2021; Riaño y Okali, 2008). La falta de conocimiento y oportunidades permea las dinámicas de vida de las mujeres campesinas, de forma que esta se encuentra generalmente relegada a las labores del hogar, el trabajo agrícola ocasional y el cuidado. Si una mujer rural tiene un trabajo estable, este se convierte en un apoyo económico para la familia y en una extensión de su jornada laboral; sin embargo, esto no le da voz ni voto para decidir sobre si misma o sobre las dinámicas familiares y de su comunidad. Esto representa una problemática con enfoque de género sobre la cual se han desarrollado diversos estudios (Camargo y Castañeda, 2020; Pick et al., 2007; Riaño y Okali, 2008), pero que requiere de más conceptualización para ser comprendida y así mismo para que se generen propuestas para transformar las condiciones de subalternidad que estas mujeres experimentan.

En segundo lugar, si bien hay una bibliografía extensa sobre mujeres campesinas, no existen suficientes referencias bibliográficas sobre la construcción de redes sociales no digitales femeninas en entornos rurales. La mayoría de la bibliografía consultada solo habla de las redes de comunicación y reciprocidad que se surgen en los sectores campesinos, más no tienen en cuenta un factor de género diferenciador que dé protagonismo a las mujeres campesinas y las dinámicas sociales en que participan (Mora y Constanzo, 2018). Los estudios citados anteriormente no indagan sobre el agenciamiento a través de la construcción

de redes sociales no digitales para mujeres rurales, sino que abordan en profundidad tan solo a uno de estos elementos: el agenciamiento rural o el estudio de las redes sociales rurales. Esto demuestra que las redes sociales, no digitales, rurales, femeninas, aún no tienen una representación sólida dentro de la academia y, por ende, existe un vacío conceptual que requiere de estudios como el presente en este documento.

Por otra parte, el agenciamiento de mujeres en la ruralidad se ha afectado, reducido o es inexistente en casos donde el gobierno o las organizaciones privadas pretenden contribuir solamente con dinero a las comunidades campesinas para producir empleo y recursos, esto sin tener en cuenta factores como la educación y la cultura (Riaño y Okali, 2008). Para el presente estudio, se entiende la urgencia por considerar las problemáticas sociales y de trabajo arraigadas a las culturas campesinas más allá del factor monetario, tales como la división no equitativa del trabajo, la falta de oportunidades de capacitación para las mujeres, la violencia intrafamiliar y externa y la imposición de valores patriarcales, entre otras dinámicas que afectan directamente a las mujeres rurales y que impiden su agenciamiento como sujetos políticos en la comunidad. Considerar la contribución monetaria como el único factor para mejorar la calidad de vida de las mujeres rurales y propiciar su agenciamiento ha demostrado ser insuficiente (Infante, 2021; Riaño y Okali, 2008). Es por esto, que el presente estudio pretende contribuir a una construcción conceptual en torno a los otros aspectos que también propician el agenciamiento femenino rural, tales como la participación en colectivos de trabajo, la construcción de subjetividades e identidad colectiva y personal.

Finalmente, como señalan Jaime et al. (2023) y Rivera et al. (2019), la investigación social sobre género, sociedad y ruralidad ha caído en la costumbre de instrumentalizar a las mujeres campesinas como sujeto de estudio e ignorar su papel como productoras de conocimiento. Esto ha perpetuado las dinámicas patriarcales predominantes dentro del campo

de las ciencias sociales, entendiendo al investigador como el poseedor y develador de conocimiento y al sujeto investigado como un simple agente por describir y analizar. Si bien este tipo de acercamiento investigativo puede funcionar para las ciencias naturales, las ciencias sociales no deben entenderse de la misma forma, ya que los fenómenos sociales no son ajenos a la realidad del investigador, ni se encuentran aislados como para ser observados a la distancia. Es por esto, que el presente estudio pretende abordar la reconstrucción narrativa de las mujeres rurales desde su historia de vida y a partir de ahí comprender su idea de agenciamiento y como este surge, si lo hace, en la construcción de redes sociales.

Del mismo modo, existen aún pocos estudios que hagan referencia a la historia de vida de las personas, este tipo de investigación narrativa indaga en la forma en que las personas y las comunidades se narran a sí mismas y como los eventos sociales permean su realidad, generan identidad y conocimiento. Por estas razones, se busca comprender un fenómeno social desde la narrativa de las historias de vida de las participantes, este tipo de estudios es preciso, ya que poco se habla de la realidad social desde la perspectiva de quienes la viven. Es generalmente un investigador “aislado” quien pretende definir y clasificar los fenómenos sociales como si fuesen elementos de laboratorio.

La condición de subalternidad de las mujeres rurales, la falta de una conceptualización profunda sobre construcción de redes sociales rurales femeninas y su agenciamiento, así como el enfoque tradicional y homogeneizador de las investigaciones sociales son problemáticas que este estudio busca abordar de manera que contribuya como referente académico para la construcción de proyectos sociales y políticas públicas eficientes que promuevan el agenciamiento de las mujeres rurales y disminuyan las brechas de género y las desigualdades en el campo.

## **2.1 Pregunta Problema**

*¿Cómo influye la construcción de redes sociales no digitales en el agenciamiento de las mujeres integrantes de la asociación lechera AMEG en Guatavita, Cundinamarca?*

## **2.2 Objetivo General**

- Determinar la influencia de la construcción de redes sociales en el agenciamiento de las mujeres campesinas integrantes de la Asociación lechera AMEG en Guatavita, Cundinamarca.

## **2.3 Objetivos Específicos**

- Comprender el papel que juegan las integrantes de AMEG dentro de la asociación como red social no digital.
- Identificar los elementos de la red social no digital que se relacionan con el agenciamiento de sus integrantes.
- Caracterizar la influencia de la participación en redes sociales en el agenciamiento personal y colectivo.

## **3. Antecedentes**

La construcción de los antecedentes para la presente investigación se realizó, en primer lugar, a partir de las categorías: mujer rural, redes sociales no digitales y agenciamiento, la búsqueda se realizó en sitios web como Google Scholar, Dialnet, Scielo, ERIC, Redalyc, entre otros y se buscaron principalmente artículos de revistas indexadas y tesis de maestría. El primer paso fue indagar si existían investigaciones que articularan las

tres categorías, sin embargo, la mayoría de los documentos encontrados solamente abordaban una o dos de ellas, más no las tres directamente. De igual manera, se evidenciaron pocos estudios sobre las categorías redes sociales no digitales y agenciamiento, lo cual hizo que el periodo de tiempo para rastrear las investigaciones fuese más amplio de lo propuesto inicialmente que fue de 5 a 7 años; es por esto que algunas de las referencias mencionadas datan de hace más de 10 años, ya que se encontraron muy pertinentes a pesar de su año de publicación y no se encontraron publicaciones recientes que tuvieran relación directa con la propuesta. La Tabal 1 sintetiza los documentos consultados para la construcción de los antecedentes, en ella se evidencian el título del estudio, el autor o autores, el año y país de publicación, el tipo de investigación y sus conceptos clave.

**Tabla 1***Construcción de antecedentes*

Categoría	Título	Autor	Año	País	Tipo de investigación	Conceptos clave
Mujer rural	Narrativas de mujeres rurales en medio del conflicto armado colombiano: Caso Grupo “El Progreso” Vereda Alto Palmar, Viotá – Cundinamarca.	Rivera, M. Mahecha, M. Jiménez, F. Mahecha, A.	2019	Colombia	Cualitativa descriptiva	Mujeres, conflicto interno armado, comunidad rural.
	Emprender sin descuidar la casa’: posiciones y dinámicas organizativas en una asociación productiva de mujeres rurales	Mora, G. Constanzo, J.	2018	Chile	Cualitativa	Asociación, emprendimiento, mujeres rurales, género, Chile.
	Empoderamiento de las mujeres a través de su participación en proyectos productivos: experiencias no exitosas	Riaño, R. Okali, C.	2008	México	Cualitativa: perspectiva de autor	Empoderamiento, mujeres rurales, grupos de mujeres, MED, programas de microcrédito.
	Mujeres rurales: desigualdades entrecruzadas	Infante, B.	2021	Argentina	Revisión documental: estado del arte	Mujer Rural Bienestar Desigualdad multidimensional Género Edad
	Mulheres em contextos rurais:	Maciazeki, R.,	2016	Brasil	Revisión documental	Gênero

	um mapeamento sobre gênero e ruralidade.	Nogueira, C., y Filgueiras, M.				Ruralidade Revisão da literatura
	Empoderamiento y proceso asociativo de mujeres rurales: un estudio de caso de zonas rurales de Bogotá y Cundinamarca	Suárez, E. Mosquera, T. Del Castillo, S.	2018	Colombia	Estudio de caso	Organizaciones campesinas Seguridad alimentaria del hogar Desarrollo rural mujer.
Agenciamiento	Mujer-madre: dinámica familiar desde su potencialidad y capacidad de agenciamiento	Silva, I. Mina, P.	2012	Colombia	Revisión documental	Mujer madre Identidad Femenina Jefe de Familia Transformación Ser Humano.
	Tráfico de saberes. Agencia femenina, hechicería e Inquisición en Cartagena de Indias (1610-1614)	Mejía, P. Burgos, A.	2020	Colombia	Revisión documental e histórica	Agencia femenina Cartagena de indias Saberes
	Ni calladas ni sumisas: Tránsito femenino en Colombia, siglos XVII – XX.	López, M.	2021	Colombia	Revisión documental	Transgresión Femenina historia de las mujeres Estudios de género Narrativas femininas
	In between light empowerment and corporate moderate	Jaime, P.	2023	Brasil	Etnografía	Igualdad de género Grupos de soporte Gestión de la

	feminism: gender equality and women's emancipation in organizations	Lima, M. Brunstein, J.				diversidad Emancipación Etnografía
	Mulheres rurais, cuidados de si e práticas de lazer	Vione, M. et al.	2022	Brasil	Estado del Arte	Mulher Rural, Lazer Cuidado de si.
	A tríade de lazer de mulheres camponesas do meio rural de joia (RS): atividades religiosas, rede de vizinhança e festas comunitárias	Vione, M. Giongo, N.	2014	Brasil	Análisis del discurso	Mulheres camponesas Lazer Meio rural
	Women's agency in changing contexts: A case study of innovation processes in Western Kenya	Bullok, R. Tegbarú, A.	2019	Kenia	Estudio de caso, geografía feminista	Innovation processes Fender relations Feminist geography Kenya Maize
Redes sociales	Mujer rural, capital social y asociacionismo en Extremadura	Sánchez, M. Pérez, J. Morán, M.	2011	España	Método mixto	Capital social Asociacionismo Sociedad rural de Extremadura.
	Construir el territorio desde la economía social y solidaria y el feminismo: proyecto «Quédate»	Solorzano, M. Rodríguez, A. Real, S.	2021	España	Estudio de caso	Economía social y solidaria Economía feminista Desarrollo rural Mujer rural Construcción social

Vivencias colectivas en voces femeninas “experiencias organizativas, grupos de mujeres campesinas, indígenas, afrocolombianas y sindicalistas”	Ángel, S. Bernal, M. Valdés, C.	2009	Colombia	Estudio de caso comparativo	Mujeres Organizaciones femeninas Participación Organización Motivaciones Obstáculos Facilitadores
Mulheres rurais, cuidados de si e práticas de lazer	Vione, M. et al.	2022	Brasil	Estado del Arte	Mulher Rural, Lazer Cuidado de si.
A tríade de lazer de mulheres camponesas do meio rural de joia (RS): atividades religiosas, rede de vizinhança e festas comunitárias	Vione, M. Giongo	2014	Brasil	Análisis del discurso	Mulheres camponesas Lazer Meio rural

---

Fuente: Elaboración propia

Se evidencia que la categoría de mujeres rurales es la que cuenta con más investigaciones a la fecha; sin embargo, uno de los criterios esenciales para la selección de los documentos fue la relación de la categoría *mujeres rurales* con *redes sociales* o con *agenciamiento* y, preferiblemente, ambas; esto limitó la selección en gran medida, resultando en la escogencia de 6 documentos que fueron los únicos que integraban los conceptos; dos de ellos son de Colombia y los demás de Chile, Argentina, México y Brasil respectivamente. El rango de publicación va desde el 2008 hasta el año 2021.

En la categoría de agenciamiento se encuentran 7 estudios, en su mayoría revisiones documentales, que tratan sobre agenciamiento femenino y/o agenciamiento rural femenino.

El rango de publicación de estos estudios va desde el año 2012 hasta el 2023. 3 estudios fueron realizados en Colombia, 3 en Brasil y 1 en Kenia. Además, se destaca que solamente se seleccionaron aquellos documentos que integraran las categorías mencionadas; sin embargo, no todos hacen referencia a las redes sociales no digitales o la asociatividad, aunque sí hablan de agenciamiento femenino en diferentes aspectos y niveles.

Finalmente, en la categoría de redes sociales no digitales, se seleccionan 5 documentos pues, en su mayoría, los estudios sobre redes sociales consultados no tenían enfoque de género. Los estudios destacan por su pertinencia y relevancia para la presente investigación y se tienen en cuenta 2 documentos de la categoría de agenciamiento pues también tienen estrecha relación con redes sociales no digitales. El rango de publicación va desde el 2009 hasta el 2022 y atañen a las 3 categorías en el presente estudio; 2 de ellos toman lugar en España y 2 en Brasil, mientras que 1 es desarrollado en Colombia. Los 5 estudios abordan la asociatividad de las mujeres rurales y cómo esta ha influenciado en su agenciamiento e independencia. Se destaca que la mayoría de los estudios responden a una metodología de revisión documental, estudios de caso o estudios etnográficos. Asimismo, todos los estudios referenciados responden a una investigación con enfoque de género; sin embargo, ninguna de las investigaciones encontradas utilizó la historia de vida como enfoque metodológico.

En la revisión bibliográfica realizada, autores como Jaime et al. (2023); Riaño y Okali (2008); Mejía y Burgos (2020); Mandariaga y Sierra (2000) sostienen que el agenciamiento femenino en la ruralidad no es solamente necesario, sino posible y pertinente para beneficio de las comunidades rurales en general. También, Suárez et al. (2018) y Bullok y Tegbarú (2019) argumentan que se puede fortalecer el rol de las mujeres campesinas como sujetos sociales y políticos dentro de sus comunidades por medio de dinámicas de asociación y la

construcción de redes sociales y de apoyo que fortalecen su participación dentro de la comunidad. Por otro lado, de acuerdo con Bullok y Tegbarú (2019), los apoyos económicos a mujeres rurales por parte de gobiernos y entidades privadas han permitido cierto nivel de independencia dentro de sus territorios, de manera que ellas puedan decidir sobre la forma de administrar sus finanzas. Asimismo, la construcción de redes y colectivos de trabajo ha promovido que ellas construyan identidad individual, colectiva y familiar. Sin embargo, existen vacíos en materia de redes sociales rurales construidas a partir y en pro del agenciamiento femenino rural. Los resultados y conclusiones de los estudios que se mencionarán en este apartado también muestran que la fuerza de la tradición machista en las zonas rurales aún limita el campo de acción femenino al mero apoyo financiero dentro de la familia, más no permite un agenciamiento social y una construcción sólida como sujetos políticos.

Del mismo modo, estudios de agenciamiento (Ángel et al., 2009; Bullok y Tegbarú, 2019; Deere et al., 2011) han demostrado que a las mujeres no se les reconoce cuando se trata del desarrollo socioeconómico y político dentro de las familias rurales, puesto que su contribución a la familia se considera secundaria y su trabajo se limita a una recompensa monetaria por sus variadas labores. No obstante, como lo plantean Riaño y Okali (2008), esto no les otorga la autoridad para decidir sobre sí mismas o sobre las dinámicas familiares y comunitarias. La investigación social en materia de construcción de redes sociales femeninas es limitada, pues la mayoría de los estudios apunta a construcciones sin factores de género diferenciadores. Según autores latinoamericanos (Díaz, 2002; Mora y Constanzo, 2018; Riaño y Okali, 2008) e inclusive autores de países más distantes como Kenia (Bullok y Tegbarú, 2019) y España (Solorzano et al, 2021), las políticas públicas para el desarrollo social y económico rural están lejos de contribuir a la disminución de las brechas de género en el campesinado. Estas políticas y programas no tienen en cuenta factores diferenciadores

como la cantidad de trabajo, el papel de cuidadora de las mujeres rurales y la remuneración económica desigual que son el pan de cada día para ellas en estas regiones. Los estudios que se mencionarán a continuación constituyen la construcción de antecedentes utilizada para comprender el fenómeno en cuestión y lo que se ha dicho hasta el momento acerca de agenciamiento, mujeres rurales y redes sociales rurales.

### **3.2 Mujeres rurales**

*“Narrativas de mujeres rurales en medio del conflicto armado colombiano: Caso Grupo “El Progreso” Vereda Alto Palmar, Viotá – Cundinamarca”* (Rivera et al., 2019) es un estudio que profundiza en el agenciamiento y resiliencia de las mujeres víctimas del conflicto armado y del desplazamiento forzado. Este estudio cualitativo descriptivo demuestra cómo las dinámicas de violencia en el territorio hicieron que las mujeres cambiaran su rol de amas de casa, trabajadoras secundarias y cuidadoras de enfermos por agentes proveedores principales y representativos con autoridad tanto en su familia como en grupos sociales. Por medio de las entrevistas realizadas a las mujeres víctimas del conflicto armado en esta región, se concluye que:

Ellas mismas reconocieron que más allá de la labor de madres y esposas que históricamente la sociedad les ha etiquetado, tuvieron en sus manos y voces la protección de sus familias y el resguardo de sus comunidades frente a los actores armados que circundaron sus territorios. (Rivera et al., 2019, p. 253)

Las mujeres rurales que hicieron parte de este estudio tuvieron que salir de sus casas para buscar el sustento económico para sus familiares. Tras las muertes de esposos e hijos mayores, fueron ellas quienes asumieron en rol de mando dentro del hogar y, por ende, dentro de la comunidad; como consecuencia, sus voces fueron escuchadas y tomaron un rol

protagónico dentro de la construcción social de sus comunidades. Este agenciamiento se da a partir de la urgencia por la construcción de realidades distintas para ellas y para sus familiares, cumpliendo un papel determinante en la transformación de sus comunidades. Se entiende, entonces, que situaciones de crisis como la violencia y la muerte de familiares hombres pueden ser detonantes del agenciamiento femenino rural en más de un territorio.

Por otro lado, según Mora y Constanzo (2018), el agenciamiento de las mujeres chilenas a partir de los colectivos de trabajo se ve limitado al aporte económico que ellas pueden hacer en sus hogares, más no como un conjunto de acciones de personas con capacidad de decisión. En *“Emprender sin descuidar la casa’: posiciones y dinámicas organizativas en una asociación productiva de mujeres rurales”*, se busca explorar el proceso de conformación de un emprendimiento colectivo de mujeres campesinas en La Araucanía, región sureña de Chile. Los investigadores argumentan que las políticas públicas en Chile se quedan cortas en materia de agenciamiento femenino, pues el estado entiende que los emprendimientos y la colectividad femenina se promueven solamente desde lo económico. Sin embargo, existe un límite cultural altamente marcado que sostiene la estructura tradicional de género y limita la toma de decisiones por parte de las mujeres campesinas.

Por su parte, el trabajo asociativo y la participación en proyectos de emprendimiento motivan a las mujeres a participar más activamente como sujetos políticos y a tomar decisiones sobre sí mismas y sobre sus grupos familiares. Se evidencia un progreso en cuanto a la toma de decisiones y la participación económica dentro de la casa, así como la motivación y el agenciamiento como seres sociales parte de una comunidad; pero estos se ven afectados por el trabajo no remunerado en casa, la división sexual de trabajo tradicional que

se da en el campo y el desistimiento de varias de ellas a causa de la sobrecarga con labores que les son designadas por ser mujeres como el cuidado de hijos y nietos o de enfermos.

De igual manera, el estudio *“Empoderamiento de las mujeres a través de su participación en proyectos productivos: experiencias no exitosas”* (Riaño y Okali, 2008) analiza las experiencias de tres grupos de mujeres rurales en México en proyectos productivos no exitosos para determinar los factores que inciden en el fracaso de este tipo de programas en cuanto a empoderamiento femenino personal y colectivo. Este antecedente se tiene en cuenta a pesar de su año de publicación, ya que es de los pocos que articulan la categoría de mujeres rurales con asociatividad y agenciamiento. De igual manera, se contrasta con estudios como el de Infante (2021), que sostienen que el clientelismo de las políticas públicas no ha cambiado a lo largo de todos estos años. Riaño y Okali (2008) estudian la forma en que los microcréditos y los proyectos productivos rurales impulsados por diferentes entidades gubernamentales y privadas inciden en la búsqueda de la equidad de género. Según las autoras, los microcréditos y las ayudas del gobierno para promover proyectos productivos son insuficientes para el agenciamiento de las mujeres si no existe una aprehensión y capacitación sobre su posición como sujetos subalternos y las desigualdades a las que están expuestas.

Del mismo modo, *“Mujeres rurales: desigualdades entrecruzadas”* (Infante, 2021) explica como las mujeres se encuentran bajo una doble situación de subalternización. Por un lado, por su rol como mujeres y, por el otro, debido a que viven en lugares considerados de bajo desarrollo económico. Ya que ellas se encuentran en lugares apartados donde imperan dinámicas patriarcales, es entendible que tengan limitaciones en movilización, desarrollo educativo y agenciamiento social y cultural. Este estudio sostiene que las mujeres rurales representan un grupo de mujeres muy diverso y, por ende, no puede homogeneizarse a una

imagen estereotipada de mujer dedicada exclusivamente a la agricultura y los hijos. Según las autoras, las mujeres rurales “requieren, en materia de política pública, un abordaje más complejo y multidimensional a fin de que sea posible avanzar en materia de equidad de oportunidades y beneficios...” (p. 4). Siguiendo lo dicho anteriormente, las dinámicas tradicionales tienden a desdibujar los esfuerzos gubernamentales y colectivos por disminuir las brechas tradicionales de género, la división sexual del trabajo y la subalternización de las mujeres. En palabras de Riaño y Okali (2008) “la búsqueda de las ganancias económicas como objetivo principal de los grupos no facilita que las participantes conciban espacios para promover reflexiones, cuestionamientos y acciones sobre relaciones de género desiguales” (p. 137).

Maciazeki et al. (2016) y, a su vez, Suárez et al. (2018) concluyen que las mujeres rurales experimentan constantemente la falta de oportunidades en sus territorios y la dificultad en encontrar estabilidad social y económica. Esto sumado al trabajo no remunerado que desarrollan en el hogar y al cual se adscriben desde una edad temprana solamente por ser mujeres. Los roles de género no son cuestionados dentro del hogar ni tampoco dentro de las organizaciones, puesto que ciertas responsabilidades les han sido impuestas desde corta edad y así ha sido tradicionalmente. Existe también, según ambos estudios, una profunda desigualdad en cuanto a la distribución de tiempos y actividades dentro del hogar por parte de las mujeres rurales y sus compañeros sentimentales. Los hombres cuentan con mayor tiempo para actividades de ocio, mientras que las mujeres se encuentran muy poco desligadas de sus responsabilidades en el hogar y en la familia, las cuales se suman a sus actividades productivas fuera del hogar, si es que participan en ellas. Suárez et al. (2018) afirman que los procesos asociativos permiten a las mujeres fortalecer habilidades y conocimientos en materia económica y de realización personal, fortaleciendo su independencia y la construcción de identidad como mujer parte de una comunidad. Mientras que Maciazeki et al.

(2016) sostienen que es necesario un acercamiento interseccional e integral que promueva la disolución de las brechas de género desde el trabajo colectivo, el reconocimiento del territorio y las dimensiones personales y locales de la vida de las mujeres a partir del reconocimiento de sus capacidades y limitaciones en la sociedad.

### **3.2 Agenciamiento**

Es importante entender que la categoría a abordar en este estudio es el *agenciamiento*, palabra que es muy utilizada en estudios sociales, pero que no ha sido definida en profundidad y, en muchos casos, es confundida con *empoderamiento*, aunque ambas categorías están estrechamente relacionadas, el agenciamiento hace referencia a la capacidad de decisión de forma reflexiva y la influencia de esta en el entorno social; mientras que el empoderamiento, se refiere a la adquisición y aumento de poder sobre la vida propia (Jaime et al., 2023). Ya que este estudio se enfoca principalmente en el *agenciamiento femenino*, se pretende trabajar solamente esta categoría y no el empoderamiento, el cual abarca otras dimensiones.

En lo relativo a agenciamiento femenino, se ha estudiado a las mujeres a lo largo de la historia y como ellas desde su rol como madres, cuidadoras, artistas y curanderas han logrado formas de agenciamiento, lugares de enunciación y la toma de decisiones sobre algunos aspectos de su vida. Silva y Mina (2012) argumentan que el rol de la mujer-madre, aunque impuesto por la cultura y sociedad patriarcal como única opción de vida y desarrollo, es la puerta a un modo de agenciamiento desde lo privado; especialmente para las mujeres que por cuenta propia escogen ese estilo de vida para sí mismas. Es en lo doméstico donde muchas mujeres encuentran un lugar de enunciación y de decisión sobre sí mismas y sus familias. Según las autoras, ser mujer y madre propicia la formación de alianzas familiares, personales, laborales y particulares, haciendo de las mujeres-madre sujetos sociales, activos y

participantes. Tras una extensa revisión bibliográfica, las autoras concluyen que las mujeres deben despertar a formas de asociación y agenciamiento que les permitan representación y voz en los espacios comunitarios de toma de decisiones, de manera que el agenciamiento privado también se evidencie en lo comunitario.

Continuando con la idea del agenciamiento desde lo cotidiano, Mejía y Burgos (2020) argumentan que las mujeres colombianas a través del tiempo han sabido darse su lugar desde lo íntimo, desde el compartir con otras mujeres y, principalmente, desde la transmisión de saberes; acto que ha sido considerado históricamente como hechicería o chismerío, pero que ha dado a las mujeres la capacidad de autodefinirse y de lograr un agenciamiento situacional. Por su parte, López (2021) argumenta que las mujeres han logrado agenciarse, algunas veces sin buscarlo, puesto que es la forma natural en que los seres humanos buscan definirse y dar su opinión en diferentes aspectos de la vida. De esta manera, aunque no siempre con intención, las mujeres colombianas a lo largo de la historia han logrado ciertas formas de agenciamiento que, si bien no siempre son determinantes dentro de las comunidades, son logros valiosos contra esquemas patriarcales sólidos y difíciles de romper tanto en la urbe como en las zonas rurales apartadas.

Por su parte, Jaime et al. (2023) relacionan directamente el agenciamiento con la emancipación, los autores aseguran que la emancipación, y particularmente, la emancipación femenina, puede ocurrir de manera micro y macro. De acuerdo con los autores, hay diferentes manifestaciones de emancipación a través de las cuales puede una persona hacer efectiva su libertad en la toma de decisiones (agenciamiento) y en su contribución al trabajo cooperativo. Las micro emancipaciones se refieren a aquellos momentos en que los individuos se sienten libres para actuar en su lugar de estudio o trabajo sin ser coaccionados u obligados por parte

de sus jefes o la presión social de sus compañeros; son estas las manifestaciones más comunes de libertad dentro del ámbito laboral en muchos escenarios.

La macro emancipación es el ideal al cual se desea llegar, donde los individuos no sean manipulados por estructuras de dominación relacionadas directamente con el poder. Este estudio etnográfico demuestra que las mujeres en ambientes laborales prefieren participar desde una posición secundaria y que, aunque existen comités de género en las organizaciones, aún no es fácil para ellas sentir que su opinión es valorada y tomada en cuenta. Esto las lleva a ejecutar muchas manifestaciones de micro emancipación, pero no una liberación a nivel más general. Además, el estudio concluye que las mujeres en grandes corporaciones prefieren evitar enfrentar el orden establecido y así no causar inconvenientes a sus jefes o compañeros de trabajo.

En “*Agenciamiento de las mujeres en contextos de cambio: un estudio de caso de procesos de innovación en Kenia occidental.*”, Bullok y Tegbarú (2019) argumentan que los cambios sociales y culturales de la última década en el mundo han hecho que las mujeres cambien su rol doméstico por uno más representativo dentro de sus comunidades. Además, afirman que los procesos de asociación de las mujeres para conformar redes sociales y de trabajo les permiten algo llamado “espacio de oportunidad”. Para las autoras, estos espacios de oportunidad son los que permiten el agenciamiento femenino colectivo y, por ende, enfrentar las relaciones de poder tradicionales desde lo individual y lo comunitario. Otro elemento que ha contribuido sustancialmente a la libertad de las mujeres kenianas en la toma de decisiones sobre sus vidas propias y las de sus familias es el conocimiento especializado sobre las prácticas agrícolas, una responsabilidad que los hombres han decidido relegar a sus compañeras, mientras ellos laboran en el campo de formas más rudimentarias. El estudio sugiere que las mujeres en esta zona del mundo han logrado una importante forma de

agenciamiento gracias a tres factores: el acceso al conocimiento, el trabajo agrícola y la construcción de redes sociales para negociar y obtener recursos. No obstante, cabe señalar que aún falta promover el agenciamiento de las mujeres rurales pues, en algunos casos, su rol en familia es simplemente subsidiario o de apoyo, más no determinante; es el hombre quien, en últimas, decide por la comunidad y la familia, mientras que las mujeres son consideradas como miembro de apoyo.

### **3.3 Redes sociales no digitales**

Los estudios encontrados a la fecha en materia de construcción de redes sociales rurales se inclinan principalmente por redes de trabajo, la formación de emprendimientos pequeños, las celebraciones sociales y la participación en comunidades religiosas. Por su parte, Vione y Giongo (2014) argumentan que el ocio y las experiencias religiosas propician que las mujeres rurales participen de manera comunitaria y se consideren miembros de un grupo social. Si bien la línea diferenciadora entre el tiempo de trabajo en casa y el tiempo de ocio para las mujeres rurales es muy difícil de definir; ellas encuentran en los espacios religiosos y en las fiestas comunitarias un lugar para fortalecer sus vínculos sociales y distraerse de la rutina. Según las autoras

Estas acciones de las fiestas comunitarias, denominadas de ocio, comparten experiencias comunes, reforzando a menudo el espíritu de pertenencia comunitaria.

Las fiestas son elementos que definen la solidaridad que une a los residentes con una determinada comunidad y espacio, actividades que trascienden el ámbito familiar. (p. 77)

Las fiestas comunitarias, entonces, se convierten en espacios no solo de esparcimiento, sino también de construcción y fortalecimiento de los lazos sociales que unen

a las comunidades del campo entre sí y con el territorio; las fiestas son estrategias que fortalecen los lazos de la comunidad aportando elementos como la confianza, la cooperación, la espiritualidad y el placer.

Por su parte, Vione et al. (2022) afirman que las mujeres campesinas no tienen clara la diferencia entre sus momentos de esparcimiento y los espacios de trabajo; esto las lleva a laborar durante jornadas interminables, donde se dedican al trabajo agrícola, el cuidado de los hijos o de algún enfermo y finalmente, al cuidado del hogar. Estas triples jornadas no permiten el espacio para el ocio o para momentos de esparcimiento, limitando la participación comunitaria de algunas mujeres campesinas a los deberes religiosos como asistir a la iglesia y a algunas *escapadas* para hablar con amigas y vecinas. Es difícil, entonces, determinar un espacio específico de construcción social o de establecimiento de redes sociales cuando las mujeres no tienen el tiempo suficiente para hablar o compartir entre ellas o en comunidad con hombres y niños. Cabe resaltar que históricamente se ha considerado a las redes de comunicación constante entre mujeres como chismerío o incluso como brujería, lo cual, en asentamientos más tradicionales, como lo es el campo, aún permea el pensamiento colectivo. Los autores concluyen que el placer y la construcción de redes sociales en mujeres rurales no es una prioridad gubernamental y ni siquiera es objeto de estudio en la academia, aun cuando el placer es un derecho social constitucional en este país.

A propósito de las redes sociales y las asociaciones rurales femeninas, Sánchez et al. (2011) aseguran que la participación política de las mujeres en zonas rurales ha evolucionado significativamente. De acuerdo con los autores, las políticas de igualdad de género en España, por ejemplo, junto con la motivación de algunas mujeres por participar en el ámbito público, ha propiciado que ellas tomen voz y voto en las decisiones de sus comunidades. Además, algunas de ellas han tomado el papel de lideresas en sus territorios, trabajando como

alcaldesas o concejales municipales. La participación de las mujeres rurales en asociaciones, cooperativas y organizaciones locales ha demostrado ser efectiva en la disminución de las brechas de género y distribución de trabajos y roles, así como en su participación y agenciamiento político. Sin embargo, en algunos casos, esta participación tiende a verse limitada al nivel local, sin la participación o reconocimiento del gobierno a mayor escala.

Los autores utilizan el término asociacionismo femenino rural para referirse a la agrupación de mujeres con un fin común, ya sea económico, político, ambiental, entre otros. Este asociacionismo les permite tener una plataforma para reunirse, colaborar, compartir recursos, trabajar por sus derechos, intercambiar conocimiento y experiencias, haciendo parte de la construcción del capital social de sus comunidades y la revitalización social de los pueblos. Las asociaciones que han demostrado ser más efectivas para promover el agenciamiento femenino son las cooperativas agrícolas, mientras que el factor comunitario que más ha contribuido y motivado a las mujeres a hacer parte de estas es la educación, particularmente la educación en derechos y las desigualdades de género.

En materia de redes sociales rurales y su relación el territorio, Solórzano et al. (2021) argumentan que las dinámicas de la economía capitalista han afectado grandemente a las comunidades rurales, motivando a las personas a alejarse de sus territorios y emigrar a las grandes ciudades. En contraste, las economías sociales y solidarias que, junto con el feminismo, comparten un ideal de no exclusión y la construcción social de los territorios, parecen ser una alternativa al éxodo rural que ha sido opacado por los avances tecnológicos y sociales de las grandes urbes. Bajo este tipo de dinámicas, el rol de las mujeres es invisibilizado, puesto que no se tiene en cuenta su contribución al desarrollo rural y al sostenimiento de las familias en estos entornos. Según los autores, las estadísticas tienden a

ser homogeneizadoras e ignoran las realidades de comunidades más pequeñas en el sector rural y más específicamente en el sector rural femenino.

En los últimos años, el fenómeno de la despoblación ha aumentado exponencialmente, las personas en edad activa han decidido abandonar sus territorios en búsqueda de una estabilidad económica que no encuentran en su labor rural, como respuesta a este fenómeno se han generado programas como “*Quédate*” (Solorzano et al., 2021) que buscan mejorar la calidad de vida y promover el trabajo en las comunidades rurales de forma que las personas no abandonen sus entornos. Este proyecto social ha demostrado que el trabajo en conjunto de entidades privadas y públicas para evitar el éxodo rural puede promover el desarrollo social y económico de las comunidades de forma significativa. La propuesta de los autores es una economía donde el centro no es el capital sino la persona, las economías sociales y solidarias y el feminismo promueven este tipo de dinámica que hace frente al capitalismo y la explotación de la tierra. De esta manera, se promueve el trabajo solidario, colaborativo y no excluyente.

*Vivencias colectivas en voces femeninas “experiencias organizativas, grupos de mujeres campesinas, indígenas, afrocolombianas y sindicalistas”* (Ángel et al., 2009) es un estudio que busca indagar sobre la experiencia de mujeres en doble condición de subalternidad, tanto por su condición de mujeres, como por su pertenencia a grupos de campesinado o indígenas; el enfoque del estudio es la experiencia organizativa de dichas mujeres en los diferentes colectivos y cómo su participación promueve el empoderamiento y la transformación de sus realidades. En primer lugar, la participación en organizaciones femeninas permite que las mujeres rurales se reúnan, compartan experiencias y trabajen en asuntos que les afectan. Las mujeres desarrollan un sentido de identidad y solidaridad y, a su vez, establecen conexiones valiosas con otras mujeres; este sentido de pertenencia e identidad

les ayuda a tener más confianza en sí mismas y a desarrollar su autoestima, potenciando un empoderamiento tanto colectivo como individual.

Además de propiciar el sentido de identidad y la autoestima, los colectivos de mujeres ayudan a las participantes a reflexionar sobre su condición y las dinámicas sociales a las que son expuestas; esto las hace más conscientes de sus derechos y de su posición y relevancia en la sociedad. De igual manera, la participación en dichos colectivos motiva el desarrollo de otras habilidades sociales tales como la negociación y el hablar en público, esto promueve el liderazgo y la participación en la toma de decisiones dentro de sus comunidades y territorios. En consecuencia, formar parte de organizaciones femeninas empoderó a las mujeres participantes de este estudio en la toma de decisiones y en la superación de las brechas y desigualdades de género a las que son expuestas, lo cual se logra proporcionando una comunidad de apoyo para desarrollar sus habilidades y enfrentar desigualdades de género mientras trabajan en la defensa de sus derechos. Este estudio pone un énfasis en la experiencia de vida de las participantes, aunque toma en cuenta otros factores además de la historia de vida, siendo este un estudio de caso y no un estudio narrativo.

Así pues, se afirma que los estudios mencionados anteriormente hacen parte de la construcción de antecedentes del presente documento, pues permiten perfilar la situación actual en materia investigativa y en materia social de las mujeres rurales, su agenciamiento y la construcción de redes sociales y de trabajo. La evidencia recolectada en las investigaciones mencionadas permite entender la posición de las mujeres rurales en cuanto al territorio y las tradiciones machistas en el mismo, así como las limitaciones de los aportes meramente monetarios de gobiernos y entidades privadas. Finalmente, se evidencia un vacío epistémico en la escasez de literatura sobre redes sociales rurales femeninas y agenciamiento femenino rural, lo cual motiva a la realización de la presente investigación, pues se busca entender

como las redes sociales no digitales influyen en los modos de agenciamiento de las mujeres en el campo.

En primer lugar, se ha encontrado que, en diferentes países, las zonas rurales tienden a perpetuar estrategias económicas y de trabajo tradicionales que opacan el rol y agenciamiento de las mujeres campesinas. Los estudios coinciden en la necesidad de seguir investigando en zonas rurales, empleando un enfoque de género que permita comprender y visibilizar el papel y la construcción social de las mujeres rurales. En estas dinámicas tradicionales, los hombres tienden a ser responsables de velar por el sustento de la familia y son considerados los principales proveedores de alimento dentro del hogar y dentro de las comunidades a excepción de los casos donde los hombres no están presentes en el hogar por fallecimiento o abandono. En consecuencia, y por regla generalizada, es el hombre quien toma la decisión final de cómo administrar el dinero del hogar y del curso que tomará la familia y la comunidad. Estos resultados permiten un acercamiento a lo que se ha investigado en materia de agenciamiento femenino en el campo, lo cual deja entrever que las brechas de género en las zonas rurales aún son predominantes y que, en muchos casos, las mujeres rurales normalmente no tienen una influencia significativa en la toma de decisiones del hogar y la comunidad.

En segundo lugar, los estudios demuestran que la participación laboral de las mujeres campesinas no necesariamente ha garantizado su agenciamiento hoy día. Las dinámicas de violencia en las comunidades rurales han hecho que las mujeres tengan que involucrarse de lleno en el trabajo de campo, participando tiempo completo en procesos de agricultura, cultivo, minería o ganadería (Rivera et al., 2019). No obstante, la inclusión de las mujeres en el mundo laboral no garantiza el reconocimiento de sus labores, ni la remuneración adecuada por las mismas. Las mujeres rurales deben ocuparse también de las labores del hogar y a esto

se suman otras labores externas relacionadas con el trabajo formal e informal, es difícil para ellas mismas determinar los límites entre el trabajo externo y el trabajo en casa, limitando gradualmente sus espacios de ocio o de socialización con otras mujeres.

Un tercer aporte a la caracterización de las dinámicas de agenciamiento de las mujeres rurales, para el presente estudio, es el papel de los colectivos femeninos. Son los colectivos femeninos y las asociaciones de trabajo de mujeres los que han propiciado la construcción de redes sociales que fortalecen el autorreconocimiento y la reflexión sobre sus derechos, así como su posición de subalternidad y la necesidad de decidir sobre sí mismas y sobre sus familias. No obstante, aun con el trabajo de estos colectivos y organizaciones, es poco el avance que se ha hecho en materia de políticas públicas e inversión para la superación de las brechas de género en los entornos rurales. Como han concluido los estudios, es preciso romper con esquemas de trabajo tradicionalmente patriarcales que afectan directamente a las mujeres rurales y su desarrollo personal y colectivo. En muchos casos, los programas de acción no capacitan a las mujeres rurales, de manera que ellas comprendan las dinámicas de género dentro de la sociedad a la que pertenecen y se limitan a la repartición de bienes o servicios que se convierten en subsidiarios sin resolver el problema a fondo.

El recuento de los antecedentes que se realizó para este estudio permitió entonces caracterizar a las mujeres rurales hoy día, proporcionando una perspectiva más clara y detallada sobre la condición de las mujeres en el campo actualmente en diferentes países de Latinoamérica y del mundo, enfatizando el hecho de que aún queda mucho por trabajar en los sectores rurales en materia de brechas de género, distribución de trabajo y desigualdades sistémicas. Asimismo, los estudios encontrados permiten conceptualizar el agenciamiento femenino rural como un fenómeno que ha evolucionado con el tiempo y que parte desde el hogar, una capacidad de decisión desde el rol de madre y esposa que no había sido

considerada previamente, pero que, según la investigación, es muy significativa para las mujeres campesinas.

Por su parte, los estudios sobre construcción de redes sociales femeninas en la ruralidad han definido los beneficios que tienen las mujeres al participar en colectivos de trabajo y en asociaciones. Entre ellos, el aumento de la confianza, autoestima e independencia financiera. Sin embargo, se identificó también que estos estudios son escasos o desactualizados y no responden a un análisis del fenómeno desde la perspectiva histórico-política de las mujeres involucradas. Es por esto, que el presente estudio busca abordar este vacío conceptual hablando del agenciamiento femenino rural desde la perspectiva de las mujeres y su historia de vida. En suma, la presente investigación pretende hacer frente a los vacíos conceptuales encontrados en materia de redes sociales femeninas en la ruralidad y cómo estas repercuten en el agenciamiento de sus integrantes, teniendo en cuenta la marcada falta de referentes empíricos que articulen estos elementos.

#### **4. Justificación**

Las mujeres rurales como agente de cambio es un concepto que se ha empezado a abordar desde la academia hace relativamente poco debido a que las mujeres campesinas han sido históricamente relegadas a las labores del hogar, al cuidado de otros y a trabajos agropecuarios de baja remuneración (Riaño y Okali, 2008), invisibilizando así sus aportes al desarrollo económico y social de los territorios. Si bien las mujeres rurales siempre han trabajado y asimismo han hecho aportes significados a sus comunidades, esta contribución no ha sido debidamente reconocida a causa de las dinámicas patriarcales aún presentes en las zonas rurales; no obstante, en la actualidad, el número de investigaciones con enfoque de género en la ruralidad está aumentando exponencialmente. La presente investigación pretende contribuir en este campo teórico de las ciencias sociales para promover así la

visibilización y teorización sobre el trabajo de las mujeres en el campo para mejorar su calidad de vida y disminuir las brechas de género presentes en sus territorios. Asimismo, procura abordar la carencia de estudios sobre redes sociales femeninas en la ruralidad y agenciamiento femenino en el campo.

Este tipo de estudios es necesario, puesto que los niveles de machismo sistemático en la ruralidad aún son significativos y afectan al desarrollo de las comunidades rurales y especialmente de las mujeres (Leguizamón y Cruz, 2023). La condición de subalternidad de las mujeres en el campo responde a años y años de estigmatización y patrones de trabajo desiguales, donde las mujeres han tenido que dedicarse a las labores del hogar, labores agropecuarias y de cuidado y limitarse a lo que decidan sus cónyuges sobre el curso de su vida en términos familiares, sociales y económicos. De igual manera, la subalternización sistematizada de las mujeres rurales ha provocado limitaciones en el acceso a tierras y la tenencia de las mismas bajo el precepto de que son los hombres de la comunidad quienes deben ser propietarios del patrimonio familiar y quienes pueden heredarlo (Deere et al, 2011). Por esta razón, muchas mujeres campesinas hoy en día se enfrentan con dificultades para la tenencia de tierras, independencia financiera, laboral y social. El presente estudio busca abordar la independencia femenina rural desde el agenciamiento que es inherente a cada ser humano, pero que ha sido limitado, en su caso, por las condiciones sociales presentes en el campo.

Además de indagar sobre las condiciones de vida de las mujeres campesinas en la actualidad, es importante promover estrategias para hacer frente a las desigualdades históricas que ellas viven. En países como México (Riaño y Okali, 2008), Chile (Mora y Constanzo, 2018) y Colombia (Infante, 2021) se ha optado por la creación de políticas públicas y la promoción de emprendimientos campesinos como alternativa a la desigualdad económica

presente en la ruralidad. No obstante, el aspecto económico no es el único que se debe abordar; las políticas públicas y los apoyos económicos al emprendimiento han demostrado ser insuficientes para combatir las brechas de género en el campo. Según Maciazeki et al. (2016) y Riaño y Okali, (2008), la fuerza de la tradición machista suele predominar en otros espacios además del financiero, aumentando simplemente la cantidad de trabajo de las mujeres rurales, pero sin generar cambios significativos en su calidad de vida y representación política. Por esta razón, es esencial que desde la investigación social se promuevan posibles estrategias de agenciamiento en que las mujeres campesinas no solo fortalezcan su capital económico, sino también el reconocimiento de su subalternidad y del potencial del tejido social femenino para garantizar así su bienestar no solo económico, sino también social, afectivo y familiar.

El presente estudio busca también la comprensión del fenómeno de las redes sociales no digitales a través de las historias de vida de sus integrantes. Por muchos años, la investigación social se ha enfocado en describir los fenómenos sociales desde una perspectiva externa bajo la dicotomía sujeto-objeto. No obstante, esta investigación pretende comprender el fenómeno directamente desde las voces de sus participantes, acercándose a la interpretación de cómo ellas mismas definen el agenciamiento y cómo lo han experimentado en su vida diaria y su construcción de subjetividad. Esto se vuelve esencial en la construcción de una investigación social más situada, participativa y empática con las comunidades. De igual manera, el estudio busca contribuir a la comprensión de categorías como redes sociales rurales femeninas y agenciamiento femenino rural teniendo en cuenta que las investigaciones que articulen estas tres categorías son escasas o no abordan los temas en profundidad.

En resumen, esta investigación es necesaria para aportar a la investigación social rural con enfoque de género, abordar las desigualdades históricas y sistémicas en la ruralidad,

proponer alternativas de agenciamiento para las comunidades femeninas rurales más allá del apoyo económico y aportar al conocimiento académico directamente desde los saberes y experiencias de las comunidades estudiadas. Con esto se busca desarrollar una investigación situada que promueva el cambio social de las zonas rurales con ideas propias de quienes las habitan. Asimismo, como ha sido mencionado anteriormente, a la fecha se encuentran pocos estudios que indaguen sobre las redes sociales no digitales en la ruralidad femenina y cómo estas influyen el agenciamiento de sus participantes; teniendo en cuenta la escasez de este tipo de estudios, la presente investigación busca disminuir este vacío epistémico.

## **5. Marco Teórico**

La realización de este estudio sugiere un acercamiento teórico a los tres tópicos principales en torno a los cuales gira la investigación; es necesario establecer las perspectivas conceptuales en que se sustenta la pesquisa y desde las cuales se analizarán posteriormente sus categorías. Como ha sido mencionado anteriormente, este estudio aplica un enfoque de género, el cual, según Segato (2016), permite la comprensión de las dinámicas sistémicas patriarcales que han relegado a las mujeres a un rol subalterno y a ser víctimas de múltiples tipos de violencia. El objetivo es, entonces, visibilizar el rol de las mujeres rurales, sus condiciones de vida y comprender las dinámicas que aplican para hacer frente a dicha subalternización. En el siguiente apartado se definen: mujeres rurales, redes sociales no digitales y, finalmente, agenciamiento a partir de lo propuesto por diferentes investigadores sociales. De igual manera, se explicará cómo cada concepto es entendido, no solo por los autores citados, sino en el marco de la presente investigación.

## 5.1 Mujeres rurales: Potencia no Reconocida del Desarrollo

En términos generales, el concepto “mujeres rurales” se asocia a mujeres que habitan en territorios principalmente dedicados al agro y están involucradas en actividades como la agricultura, la ganadería, la artesanía, el comercio, entre otros modos de vida y sustento dentro de sus comunidades (Ángel et al., 2009). Según Pereyra y Escobar (2022), Estas mujeres juegan un papel crucial en el sector agropecuario, contribuyendo a la producción de comida, ingresos en el hogar y al desarrollo de las comunidades rurales. Las mujeres rurales desempeñan, entonces, un papel fundamental en diversas áreas del campo y su estilo de vida está estrechamente ligado a la economía y la cultura rurales. Esto implica que su contribución no solo es económica sino también social, ya que su trabajo beneficia a la comunidad en su conjunto.

Además, las mujeres rurales se enfrentan con diversos retos, tales como: limitaciones para el acceso a tierras (Deere et al., 2011), violencia basada en género y perpetuada por las dinámicas sociales (Lemus y Fuentes, 2023; Infante, 2021), acceso limitado a educación formal y distribución de trabajo desigual (Riaño y Okali, 2008), acceso limitado al sistema de salud (CEPAL, 2013) y falta de representación y participación política (Pereyra y Escobar, 2022). Estos retos obedecen tanto a una subalternización del campo, como a estructuras patriarcales que se han perpetuado a lo largo de los años (Segato, 2016). Las limitaciones anteriormente mencionadas demuestran una prominente subalternidad y desigualdad de género en las zonas rurales que impide la contribución femenina rural en el diseño y seguimiento de programas sociales, proyectos o políticas públicas que puedan superar estas limitantes y garantizar un mejor estilo de vida.

Según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2018), de entre los 5,1 millones de mujeres que habitan en el campo, un 47,2% vive en zonas veredales, y de ellas,

un 23,9% lidera sus hogares. Cabe resaltar que un 81,8% de estas mujeres rurales dedican su tiempo a la provisión de alimentos y al cuidado del hogar, destinando un promedio de 8 horas al día a estas labores, en contraste con las 3 horas diarias que invierten los hombres en las mismas actividades. Sumado a esto, se observa que un 40,4% de los hogares encabezados por estas mujeres se encuentran en condiciones de pobreza o enfrentan una pobreza multidimensional, mientras que un 19,8% vive en condiciones de pobreza extrema. En cuanto a educación, si bien las tasas de analfabetismo han disminuido, las personas jóvenes, entre 18 y 24 años, que asisten a centros educativos formales es menos del 20%. En cuanto al mercado laboral, solamente 40,7% de las mujeres participan en el mismo, enfrentando una tasa de desempleo del 8,9% en contraste con los hombres cuya tasa de desempleo es del 3%. Finalmente, de las unidades de producción agropecuarias registradas (UPA), los hombres toman las decisiones sobre la tierra en un 61.4%; mientras que el 38,6% restante equivale a tierras donde las mujeres o grupos de hombres y mujeres deciden sobre la producción. A la luz de estas estadísticas, es posible definir de manera general algunas de las limitaciones que enfrentan las mujeres rurales en torno a educación, propiedad privada, desarrollo personal y empleabilidad.

Para Leguizamón y Cruz (2023), los desafíos a los que se enfrentan las mujeres rurales pueden ser agrupados en tres dimensiones: cultural, económica y política. La cultural se refiere al desconocimiento sistemático del que las mujeres rurales son objeto y bajo el cual se ignora o se menosprecia su contribución al capital cultural y a la sociedad misma. En segundo lugar, la dimensión económica hace referencia a la falta de equidad en la distribución del trabajo entre hombres y mujeres, sumado al trabajo no remunerado y la falta de acceso a recursos y oportunidades económicas. Finalmente, la dimensión política se refiere a la relativamente poca participación de las mujeres en la vida pública y los mecanismos de toma de decisiones, en contraste con sus contrapartes masculinas; esto responde a lo que

Segato (2016) denomina *patriarcado de alta intensidad* que relega todo lo que incide en la vida de las mujeres a lo privado restándole valor político y social.

De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2023), las mujeres rurales continúan experimentando desigualdades estructurales que profundizan las dificultades anteriormente mencionadas y perpetúan dinámicas patriarcales que afectan directamente su desarrollo y agenciamiento. Los desafíos culturales, económicos y políticos que enfrentan se manifiestan en pobreza, falta de acceso a la educación y condiciones precarias de trabajo, entre otros, y responden a dinámicas sistemáticas socialmente constituidas y perpetuadas en el campo.

### ***5.1.1 Mujeres Rurales y Pluralidad***

Por otro lado, y de acuerdo con Infante (2021), referirse a las mujeres rurales implica hablar de un grupo bastante diverso. Si bien las investigaciones y la cultura general tienden a definir a las mujeres rurales como mujeres no ciudadanas que se encargan de labores agropecuarias y cuida de sus hijos y familia, este concepto reduce la definición a un estereotipo en que no todas las mujeres rurales tienen cabida. Las mujeres rurales deben considerarse, en esencia, como sujetos plurales, esto incluye a las jóvenes que laboran en el campo y en los pueblos cercanos, a las niñas que viajan largas distancias hasta sus escuelas, a sus maestras y a las ancianas que comparten su sabiduría sobre el agro y sobre la vida con sus nietos. Todas ellas son también mujeres rurales y, por ende, deben entrar en dicha categoría. Homogeneizar el término “mujer rural” perpetúa dinámicas de exclusión donde las personas campesinas, y en particular las mujeres, son invisibilizadas y consideradas un sujeto en una realidad distante, difícil de definir y comprender.

En concordancia con Infante (2021), Sánchez et al. (2011) sustentan que las mujeres rurales no son un grupo homogeneizado, sino un colectivo diverso que enfrenta dificultades variadas y que contribuye desde sus saberes al desarrollo de la comunidad. Este colectivo femenino ha encontrado en la integración en el mercado laboral una forma de emancipación de los roles de invisibilización que le han sido asignados socialmente.

### ***5.1.2 Mujeres Rurales y Territorio***

Cuando se habla de mujer rural, es necesario también hablar del territorio, las mujeres rurales están directamente ligadas al territorio al que pertenecen y a sus dinámicas, como consecuencia, también sufren las mismas dificultades características de aquellas zonas más alejadas de los centros urbanos y mercantiles del país. En palabras de Villa y Reyes (2018),

La situación de la mujer rural no es ajena a la precaria situación de la ruralidad colombiana, la cual acrecienta con el conflicto armado, los oídos sordos ante una necesaria reforma agraria, la acumulación de las tierras en manos de unos pocos, el evidente abandono estatal, y el rezago de la población rural. (p. 257)

Por ende, la relación de las mujeres rurales con su territorio las hace partícipes y vulnerables a este tipo de dinámicas de desigualdad social que se viven en el campo. No obstante, esta condición no ha sido limitante para que las mujeres rurales puedan desarrollar, por sí mismas o en conjunto con otras, ideas de desarrollo, emprendimientos campesinos, empresas autosostenibles, proyectos de soberanía alimentaria y artesanías, programas educativos, entre otros movimientos de acción social que buscan garantizar sus derechos y aumentar sus opciones de vida. Es en la asociación y la participación comunitaria que muchas mujeres rurales han encontrado resguardo, protección de derechos, apoyo e identidad. Según Segato (2016), “Donde hay comunidad la mujer está más protegida” (p. 167).

Como ha sido mencionado, las mujeres rurales se encuentran en una doble condición subalterna. En primer lugar, debido a su rol como mujer y, en segundo lugar, por su relación con su territorio desprovisto de ayuda inmediata, educación, salud, entre otros factores necesarios para garantizar el bienestar de sus habitantes. Sin embargo, como afirman Villa y Reyes (2018), así como las mujeres rurales se ven limitadas por ciertos aspectos del territorio, ellas también juegan un papel crucial en el desarrollo y la transformación de este. Las mujeres se involucran en actividades que benefician directamente al sector agrario tales como cultivar, administrar tierras, cocinar para trabajadores, arar, comercializar productos, entre otros trabajos que afectan directa o indirectamente al sector agrario y contribuyen a la seguridad alimentaria de la región. Las mujeres rurales no solamente contribuyen a la seguridad alimentaria o al sector económico, sino que también aportan al desarrollo del campo y participa en programas de desarrollo con enfoque territorial, donde pueden tomar decisiones, generar ideas de emprendimiento, abogar por sus derechos, acceder a recursos e influir en políticas que afectan su vida y la de sus familiares.

Para Zabala et al. (2023), las mujeres rurales representan principalmente tres roles: el rol productivo, reproductivo y comunitario. El rol productivo se refiere a las actividades económicas que llevan a cabo las mujeres rurales para contribuir al sustento de su familia y de la comunidad. Por ejemplo, trabajo agrícola, ganadería, artesanías, cuidados y pesca. Por esta razón, las mujeres desempeñan un papel fundamental en la economía rural y la producción de alimentos en el campo, así como en las dinámicas sociales del mismo. El rol reproductivo se refiere a las responsabilidades relacionadas con la reproducción y crianza de los hijos, cuidados y familia. En este aspecto, las mujeres cumplen el rol de esposas, hijas y cuidadoras. Así como también realizan tareas como la alimentación, educación, velar por la salud y bienestar familiar. Por último, el rol comunitario hace referencia a la participación activa de mujeres rurales en la vida comunitaria y en la toma de decisiones que afectan a la

comunidad. Según Zabala et al. (2023), “Las mujeres se pueden abrir espacios de participación reales y hacer incidencia política para visibilizar sus derechos ante gobiernos locales, como en la creación de emprendimientos y actividades agrícolas que permiten el ejercicio del rol productivo” (p. 142). En este rol, las mujeres participan en comunidad y contribuyen en la toma de decisiones que afectan directamente al territorio. Esto contribuye al desarrollo sostenible del mismo y a la mejora de la calidad de vida de sus habitantes.

En suma, para el presente estudio, las mujeres rurales serán entendidas como un sujeto plural y diverso que está directamente relacionado con su territorio (el campo), con su comunidad y con su familia. Son seres humanos que contribuyen grandemente al desarrollo político, público, económico y social de sus comunidades, pero que a su vez enfrentan diversas limitaciones por su género y, en ocasiones, el desconocimiento de su estado de subalternidad. Es, además de un sujeto plural, son un sujeto resiliente que enfrenta las limitaciones en educación, salud y distribución de trabajo con estrategias que benefician a sus familias, la comunidad y directamente al territorio. Las mujeres rurales cumplen una gran variedad de roles y tareas en su día a día, tales como cuidadoras, amas de casa, trabajadoras, cocineras, agentes políticos y de decisión, entre otros. Con la ejecución de estos roles, las mujeres rurales son un elemento esencial en la vida del campo y en su sostenimiento.

## **5.2 Redes Sociales no Digitales: Conexiones en Todos los Niveles**

De acuerdo con Ávila (2012), las redes sociales no digitales son conexiones de carácter social complejas de definir y delimitar. Sin embargo, hacen parte de la vida diaria y de la realidad de las personas desde el comienzo de la humanidad. Como seres sociales, las personas ejercen relaciones de diferentes complejidades para que exista un intercambio significativo para ambas partes.

Por su parte, Mandariaga y Sierra (2000) sostienen que el ser humano tiene la tendencia de asociarse con otros y necesitan de esta interacción mutua, las redes sociales son el resultado de esta interacción, son un tejido de relaciones donde las personas están unidas directa o indirectamente mediante la comunicación y los acuerdos y donde ambas partes buscan un beneficio propio. De acuerdo con Luna (2004), las redes sociales pueden ser un mecanismo de integración, un contexto de aprendizaje o un sistema de comunicación. Además, funcionan como puentes entre lo privado y lo público, estableciendo así relaciones vecinales, políticas, de dominación, entre otras. La naturaleza de estas redes puede ser tan variada como los sujetos que se involucran en las mismas. Sin embargo, los elementos constituyentes más importantes son la comunicación, la interacción y una serie de acuerdos.

### ***5.2.1 Redes Sociales Interacción e Intercambio***

Para Gallego (2011), las redes sociales son conjuntos de individuos que se estructuran de forma horizontal y abierta, en los que todos los miembros comparten la interacción, la comunicación y el intercambio de pensamientos, servicios, recursos y conocimientos. Estas plataformas sociales posibilitan que las personas se involucren y se ajusten a las normas y costumbres de la sociedad, ofreciendo un ambiente seguro y de respaldo que promueve el crecimiento personal y la participación en esfuerzos sociales conjuntos. Por su parte, Ávila (2012), sostiene que las redes sociales implican un continuo proceso de desarrollo que ocurre tanto a nivel personal como grupal, gracias a una interacción en constante evolución entre los miembros de la red. Esto posibilita que los recursos de la red se optimicen y aprovechen al máximo. Por consiguiente, este estudio comprende las redes sociales como un proceso constante, es decir, un elemento dinámico en la cotidianidad que no deja de evolucionar, sino que configuran y son configuradas por los sujetos que hacen parte de ellas. En esta dinámica,

las redes sociales permiten conectar sujetos para realizar intercambios y para ejecutar ajustes y adaptaciones que promuevan otras redes y fortalezcan las ya existentes.

Ávila (2012) argumenta que las redes sociales son “estructuras de intercambio desde las cuales se ofrecen recursos primarios de apoyo, protección, cuidado y solidaridad entre los miembros de un determinado colectivo” (p. 23). Esto ratifica el carácter estructural de la red, es decir, su funcionamiento orgánico e integral donde los individuos pertenecientes son beneficiados y/o benefician a otros con su participación. El carácter integrador y dinámico de la red es lo que permite su subsistencia y lo que garantiza dinámicas elementales sin las cuales las sociedades no existirían. Según Avello y Sierra (citados por Ávila, 2012):

Se interpreta la red como una forma de proporcionar apoyo afectivo, moral, económico o social (...) una estructura que configura mecanismos de sobrevivencia para otorgar bienestar social y económico que permita solucionar problemáticas asociadas tanto al ordinario desarrollo del grupo como para cubrir las necesidades surgidas de la ausencia del Estado y del núcleo social en general, es decir, la red constituye un mecanismo para el afrontamiento de la pobreza y la desigualdad.” (p. 24)

De esta manera, la red constituye, no solamente la interacción y negociación de individuos, sino que garantiza un espacio de seguridad y compromiso que promueve el apoyo social y afectivo, el rompimiento de barreras de desigualdad y el sentimiento de identidad y pertenencia. Del mismo modo, Gallego (2011), sostiene que las redes sociales permiten a las personas conectarse y establecer relaciones con otros individuos, lo que fomenta un sentido de pertenencia y comunidad, facilitando el cambio de información, conocimientos y recursos. La pertenencia a una red social permite a los individuos oportunidades de empleo, apoyo y recursos contribuyendo a su desarrollo personal.

Otra ventaja de las redes sociales es su papel en el desarrollo y difusión de ideas y la promoción de cambios sociales. Ellas posibilitan que las personas difundan sus puntos de vista, enfoques y vivencias, lo cual tiene el potencial de crear conciencia y motivar a otros a tomar medidas frente a cuestiones sociales, impulsando así el progreso de sus comunidades (Gallego, 2011). Las redes sociales ofrecen también oportunidades para la participación de la ciudadanía y el fortalecimiento personal. A través de estas redes, las personas tienen la capacidad de expresar sus puntos de vista, involucrarse en discusiones y aportar a la toma de decisiones en temas relevantes para ellas. Este proceso impulsa la inclusión social y la participación activa de los individuos en la vida de la sociedad. Según Gallego (2011):

Gracias a esta unión o vinculación en colectivos, grupos o redes hemos sobrevivido a lo largo del tiempo, superando todo tipo de advenimientos, desde catástrofes naturales, hasta las guerras más duras. Las redes nos han ayudado a reconstruir, lo que otras redes permitieron destruir. (p. 114)

Además, las redes sociales funcionan como apoyo a individuos en momentos particulares donde enfrentan situaciones de riesgo o pérdida, siendo estas fundamentales para garantizar el bienestar de los integrantes y el desarrollo de estos

Los elementos constitutivos fundamentales de las redes sociales, de acuerdo con Mandariaga y Sierra (2000), no son solamente de índole económica o de servicios. La imaginación, el lenguaje, el juego, la comunicación, la acción histórica y la creatividad son también elementos que configuran la red social. Según los autores, para que existan y permanezcan estas redes sociales se precisan tres elementos: vecindad física, relativa semejanza socioeconómica y confianza. La vecindad física propicia el comportamiento recíproco y de intercambio. La semejanza socioeconómica permite que existan lazos de comprensión y una reciprocidad en medidas semejantes. Y finalmente, la confianza es el

sentimiento y la motivación que permite entablar las relaciones con el otro. Según los autores, las redes sociales funcionan en dos mecanismos: el apoyo emocional y el apoyo instrumental. El primero se refiere a la cercanía humana y afectiva que pueden proveer los miembros de la red a un individuo en momentos emocionales críticos y el segundo hace referencia a la provisión de dinero o recursos necesarios. Las redes sociales se componen de ambos tipos de interacción y son estos tipos de interacción los que las mantienen.

Para Ávila (2012), además del dinamismo, el intercambio emocional y funcional, para comprender las redes sociales es necesario analizarlas también cuantitativamente, según el número de integrantes, la frecuencia de reuniones o de la comunicación, las variables de sexo, raza y edad, entre otros factores de corte más numeral y estadístico. Otra forma de analizar las redes sociales consiste en la forma y el contenido, forma refiriéndose a la distribución de roles y la jerarquización dentro de la red y el contenido que hace referencia a las personas que la integran.

En suma, para el presente estudio, las redes sociales no digitales consisten en organizaciones estructuradas en torno al intercambio y el apoyo mutuo, los integrantes se caracterizan por compartir un espacio determinado y unas características en común. Estas redes son elementos dinámicos de la sociedad que configuran la subjetividad de sus participantes, pero también son configuradas por ellos y están en constante evolución y transformación. Las redes sociales están mediadas por la comunicación y permiten a sus integrantes acceder a bienes, servicios, empleo, apoyo emocional y financiero, entre otros beneficios que contribuyen a su realización como sujetos.

### **5.3 Agenciamiento: Decidiendo por y para sí Mismo**

El agenciamiento es un concepto muy utilizado, pero poco definido. Se encuentra en diversos artículos y estudios y se relaciona directamente con el empoderamiento; sin embargo, no son lo mismo. Mientras que el agenciamiento está orientado a la toma de decisiones, el empoderamiento hace referencia al aumento de control o autoridad sobre recursos que afectan la propia vida (Leiva, 2013). La definición de agenciamiento requiere de una mirada exhaustiva a la forma en cómo se utiliza el concepto en el marco de las ciencias sociales, la psicología y la filosofía; y como este está relacionado con el desarrollo de las comunidades, los territorios y, particularmente para el presente estudio, las mujeres.

Para Leiva (2015) el agenciamiento hace referencia a la capacidad de una persona para decidir por sí misma, se refiere a todo lo que una persona es libre de hacer según sus objetivos, metas o valores. Esta libertad de agencia implica llevar a cabo acciones que generan cambios con un fin determinado. Pick et al. (2007) argumentan que el agenciamiento es la habilidad humana para definir metas propias y actuar a partir de las mismas. Por ende, este estudio entiende el agenciamiento principalmente como la autonomía para decidir sobre los factores que afectarán la vida propia y la responsabilidad para asumir dichas decisiones y lo que implican, esto sin ser obligado a decidir o subordinado por las decisiones tomadas.

Según Pick et al. (2007), la agencia se divide en tres niveles: agencia personal, agencia por delegación y agencia colectiva. La agencia personal se trata de la aptitud de un individuo para hacer elecciones y comportarse conforme a sus propias aspiraciones y principios, manifestando la destreza para establecer y seguir metas de manera independiente. La agencia por delegación ocurre cuando una persona se apoya en terceros para actuar y alcanzar los objetivos deseados, esto implica una dependencia en otros para realizar acciones de su propio interés. Finalmente, La agencia colectiva comprende la colaboración y la

dependencia mutua en la toma de decisiones y la ejecución de acciones. Hace referencia a la habilidad de las personas para unirse y alcanzar objetivos compartidos mediante la colaboración conjunta. En resumen, las diversas facetas de la agencia, ya sea individual, por delegación o colectiva, se manifiestan en diversos entornos sociales y pueden desempeñar un papel crucial en la capacidad de una persona para ejercer control sobre su propia vida y alcanzar sus objetivos y desarrollo personal.

### **5.3.1 Agencia Personal**

La agencia personal es un concepto que ha sido discutido desde diversos campos investigativos tales como la psicología, la filosofía y el desarrollo socioeconómico, como una forma de explicar el comportamiento humano y las dinámicas sociales. De acuerdo Pick et al. (2007), este concepto se refiere a “la competencia personal, enfocándose principalmente en el individuo como un actor que opera en un contexto social.” (p. 296). Por ende, la agencia personal y la agencias por delegación y colectiva están directamente relacionadas. La agencia personal, por su parte, incluye la intención, el significado y la motivación con que los sujetos fundamentan sus acciones y la responsabilidad que estas llevan consigo. Se interpreta, entonces, como la habilidad de definir y perseguir objetivos de forma autónoma y consistente con valores, motivaciones y creencias personales.

Según Leiva (2015), el agenciamiento parte de la deliberación. No son meros deseos circunstanciales o impulsivos, sino acciones que parten de la reflexión, “La idea es que las personas ejercen su control de agencia no cuando las metas son realizadas, sino cuando, además, son realizadas intencionalmente o se contribuye a ellas de manera directa o indirectamente.” (p.13). Es decir, el agenciamiento no es solo conseguir algo beneficioso, un cambio, una mejora en los procesos o una meta; sino lograr algo que se ha planeado y que la persona se ha fijado como un objetivo de manera consiente; para ello es necesario entender

cuáles son los propósitos y cuál es el valor de ellos para la persona. A esto el autor lo llama conducir la vida propia. “Lo importante es que la persona o el grupo conduzca su propia vida, a veces realizando sus propias metas o las de los demás, a veces agrupándose con otros agentes para ejercer por sí mismos un poder de agencia colectiva” (p. 15). Para lograr este agenciamiento colectivo es necesario partir del agenciamiento personal, donde el individuo es autónomo, consciente y responsable de sus proyectos y su accionar; la agencia a nivel personal posibilita la agencia a nivel colectivo y viceversa.

### ***5.3.2 Agencia Colectiva***

Por su parte, Deleuze y Guattari (1994), definen agenciamiento como una acción colectiva y multidimensional; surge principalmente desde los sujetos y su reconocimiento como parte de un territorio y parte de una comunidad. Los autores hablan de diversos tipos de agenciamiento, tales como el agenciamiento comunicativo, que implica la elaboración de un discurso libre, y un agenciamiento ilocutivo, que hace referencia al libre accionar de los sujetos a raíz de enunciados transformadores. En palabras de los autores: “Hay primacía de un agenciamiento maquínico de los cuerpos sobre las herramientas y los bienes, primacía de un agenciamiento colectivo de enunciación sobre el lenguaje y las palabras.” (p.12). Así pues, el accionar colectivo está directamente relacionado con el uso del lenguaje y los recursos y estos, a su vez, con el agenciamiento de los sujetos. En otras palabras, no es posible desligar el agenciamiento del uso del lenguaje y de la toma de decisiones con base en los recursos disponibles de una comunidad ubicada en un territorio determinado.

El agenciamiento está intrínsecamente ligado a la comunidad y al territorio; por ende, no es posible separar al sujeto y su agencia del territorio en que se encuentra y la comunidad a la que pertenece. Camargo y Castañeda (2020) definen el agenciamiento como un concepto que parte de lo rizomático, entendiendo al sujeto como un ser histórico-social que, a causa de

su ubicación en un territorio determinado, concibe al mundo de una forma específica. A partir de esta comprensión, el sujeto puede repensar, reflexionar y reconfigurar diferentes formas de habitar sus espacios y de reaccionar a dinámicas que oprimen su libertad. Movimientos como el feminismo, el anarquismo, el comunismo, entre otros, son manifestaciones últimas de agenciamientos constituidos a partir de la comunidad y del discurso. Por consiguiente, este estudio entiende al agenciamiento como un conjunto de acciones que van desde el pensar, reflexionar, discutir, motivar, promover e iniciar formas diferentes de habitar los territorios. Este agenciamiento se manifiesta en la toma de decisiones y en el actuar para provocar cambios significativos.

Según Crocker y Robeyns (2009), para que exista agenciamiento deben existir las siguientes condiciones: autodeterminación, orientación por razón y deliberación, acción, y finalmente, impacto. La autodeterminación hace referencia a la autonomía del ser humano para decidir y ejecutar, si los sujetos son coaccionados u obligados no es posible que exista agenciamiento. La orientación por razón y deliberación se refiere a que las acciones sean realizadas a partir de la reflexión crítica y no solamente a impulsos. En palabras de Leiva (2015), “A veces, esta condición se llama de ‘agencia razonada’ o ‘agencia crítica’ pues no solo importa la libertad de poder actuar, sino también la libertad de cuestionar las normas y valores prevalecientes” (p. 15). La acción hace referencia a la participación activa del agente no solo en la toma de decisiones, sino en la ejecución de las mismas. Si no hay acciones, no se daría agenciamiento sino una mera reflexión, aunque esta sea crítica. Por último, el impacto se refiere a que las acciones tengan efectividad, es decir, que tengan un efecto de cambio en el entorno, en este caso, en el territorio.

Bajo esta condición de impacto, Deleuze y Guattari (1994) proponen el término *desterritorialización* como el alcance máximo del agenciamiento. Desterritorializar supone

una reflexión consiente sobre las dinámicas del territorio y la configuración de propuestas para transformar las condiciones del mismo. Según Camargo y Castañeda (2020), “luego de reconocer una territorialidad, la cual muchas veces está permeada por condiciones de inequidad y de abandono, es necesario traspasar dicho momento hacia la desterritorialización, en donde se cambia el orden dado a las cosas y a través de líneas de fuga se empieza a gestar nuevas formas de habitar la realidad” (p. 26). Teniendo en cuenta que la realidad puede ser transformada por los sujetos que la habitan, el agenciamiento permite estas dinámicas de cambio a partir de las propuestas y acciones colectivas e individuales de sujetos que buscan romper paradigmas y ejercer su autonomía para tal fin.

En cuanto al agenciamiento femenino, Vásquez et al. (2014) argumentan que las mujeres ejecutan su agencia como una forma de resistir al poder y a la discriminación sistemática de la que son objeto. Esto lo hacen tanto intencionalmente, como de manera indirecta, puesto que el deseo de participar, de ser escuchadas y de tomar sus propias decisiones las lleva a construir un agenciamiento desde lo íntimo, lo personal y también lo comunitario, sin que ese sea su objetivo principal. Ante la invisibilización y el silencio impuesto por dinámicas patriarcales, las mujeres responden con su capacidad para juntarse y para trabajar en comunidad, ejecutando acciones de reparación colectiva desde lo identitario y reivindicando sus derechos y los derechos de la comunidad y el territorio.

De acuerdo con Rodríguez et al. (2022), el agenciamiento desde las mujeres campesinas consiste en un espacio de participación permanente donde se restablecen los lazos vecinales, se revitaliza la vida y la cohesión social. Esto es, un agenciamiento femenino desde lo gregario y desde la participación vecinal donde toda la comunidad es bienvenida y puede contribuir con su trabajo o con lo que saben hacer.

En este sentido, para el presente estudio el agenciamiento será entendido principalmente como la capacidad de los seres humanos para analizar, reflexionar, proponer y actuar con el fin de transformar las dinámicas tradicionales establecidas (Leiva, 2015): dinámicas de opresión, subalternización o discriminación de las cuales son objeto, en este caso, las mujeres rurales en su diario vivir. La persona que ejecuta su agenciamiento es libre y autónoma de hacer aquellas escogencias para su vida y para su familia que vayan de acuerdo con sus valores, principios y objetivos de vida; no obstante, también es responsable por los devenires de aquellas decisiones.

El agenciamiento, entonces, tiene como ejes fundamentales la reflexión y el actuar, puesto que van de la mano en la construcción de nuevas realidades. Las mujeres que tienen la posibilidad de reflexionar sobre su estado de subalternización, la discriminación sistemática a la que son expuestas y las consecuencias de estas, también pueden proponer y actuar para romper con dichas dinámicas sociales y transformar sus realidades. Asimismo, es imposible separar el concepto de agenciamiento del territorio y la comunidad en que se ejecuta; por lo tanto, es también un concepto situado, cuya aplicación puede generar transformaciones significativas a dinámicas de opresión y subalternización en las comunidades

## **6. Método**

En este apartado se pretende definir el método utilizado para el presente estudio. Se detallan los objetivos y las actividades realizadas para dar cumplimiento a estos, se caracteriza la población participante en detalle y se aclaran las características principales del enfoque de investigación narrativa. Asimismo, se propone la entrevista como técnica principal dentro de la investigación y se detalla el instrumento utilizado en la realización del estudio. Finalmente, se presenta el análisis categorial realizado.

La realización del presente estudio consiste en un acercamiento a las historias de vida de sus participantes, en particular a su experiencia con la organización AMEG, con el fin de comprender, en profundidad y desde sus propias perspectivas e historias, la influencia de la construcción y participación en redes sociales no digitales en su agenciamiento personal y colectivo. Se busca, en primer lugar, comprender el papel de las mujeres integrantes de AMEG dentro de la asociación. En segundo lugar, identificar qué elementos de AMEG, como red social, inciden en su agenciamiento y, finalmente, caracterizar la influencia de la participación en redes sociales en su agenciamiento personal y colectivo.

Para dar respuesta a los objetivos específicos del estudio, en primer lugar, se caracteriza a la población a partir de una revisión documental sobre la asociación AMEG, su historia y sus integrantes; se destaca el recuento histórico y experiencial realizado por Arts Collegium (2019), en donde se describe el trabajo que ha hecho AMEG como organización y de qué forma ha impactado a sus integrantes en aspectos familiares, sociales y económicos. Asimismo, se realiza una reunión con la presidenta de la organización con quien se determina quiénes pueden participar del estudio y cuáles son sus roles dentro de la asociación. Como resultado de esta reunión, y con la autorización de la presidenta, se seleccionan 6 participantes (incluyendo a la presidenta) de diferentes edades y funciones para así dar una comprensión más global de su experiencia trabajando con AMEG y el papel que juega cada una.

Seguidamente, con el fin de identificar qué elementos de la red social influyen en el agenciamiento de las participantes, se selecciona la entrevista a profundidad como técnica, ya que, según Chase (2012), la entrevista es la técnica por excelencia al ejecutar una investigación narrativa; es a través de las entrevistas que los participantes pueden narrarse, reinterpretar y contar sus historias y experiencias de forma espontánea tal como las

recuerdan. Las entrevistas son el escenario ideal para la conversación y, de acuerdo con Arias y Alvarado (2015), “es a partir de la conversación que la realidad se convierte en texto, construyendo así entre los participantes y el investigador los datos que serán analizados en el proceso” (p. 175).

Para el desarrollo de la entrevista se realiza un protocolo (ver Anexo 1) que detalla el proceso a seguir y los lineamientos de esta. Asimismo, se solicita a las participantes firmar un consentimiento informado (ver Anexo 2) donde autorizan la ejecución, grabación y transcripción de las entrevistas en cuestión y donde se garantiza que sus nombres no serán utilizados en la redacción y publicación del documento. Posterior a la ejecución de las entrevistas, se realizan las transcripciones respectivas y se identifican los apartados que hacen referencia a las categorías del estudio, se codifican por colores y se utiliza una matriz de categorización para distribuir y clasificar la información (ver Anexo 3). De este modo, se empiezan a identificar los elementos de la red social (AMEG) que inciden en el agenciamiento de sus participantes.

En tercer lugar, para caracterizar la influencia de la participación en redes sociales en el agenciamiento tanto personal como colectivo de las participantes, se realiza un análisis de datos por categorías. De acuerdo con Rueda et al. (2023), el análisis por categorías consiste en la clasificación y sistematización de información cualitativa para identificar patrones o temas emergentes de manera organizada, facilitando así la interpretación de los datos obtenidos en la investigación. El diseño metodológico se realiza basado en la investigación narrativa, pues se busca rescatar las categorías de análisis desde los relatos de vida personales de las mujeres integrantes de la asociación. Tras organizar y codificar la información, se realiza un análisis de los datos contrastando la información contenida en el marco teórico con la encontrada en las entrevistas para así caracterizar en profundidad las diferentes formas en

que la red social no digital influye en el agenciamiento de sus integrantes. A continuación, se explicará en detalle la población, el enfoque de investigación narrativa y su pertinencia para las ciencias sociales, la entrevista a profundidad y el protocolo de entrevista implementados en el marco metodológico del presente estudio.

## **6.1 Población**

La Asociación de Mujeres Emprendedoras de Guatavita, AMEG, es una organización de mujeres campesinas ubicada en la vereda Carbonera Alta del municipio de Guatavita. La asociación está dedicada al acopio de leche y la comercialización de productos lácteos, tales como quesos, yogur y dulce de leche. Su misión es dar estabilidad y mejora a los ingresos de sus asociadas. (Asociación de Mujeres Emprendedoras de Guatavita, 2020). AMEG se enfoca en contribuir a la economía y productividad de las familias de sus integrantes; la asociación fue fundada el 12 de octubre del 2000 por un grupo de mujeres que buscaban realizar labores diferentes y mejorar su calidad de vida. (Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca, 2020). Al principio se intentó otro tipo de negocios como la fabricación de jabones e implementos de limpieza sin dar buenos resultados, sin embargo, no desistieron de trabajar como asociación femenina rural y comenzaron con el trabajo en el sector lácteo. Según una de sus integrantes “Gracias a una señora que nos dejó un gran recuerdo de su trabajo en comunidad, nos convocó a organizarnos en una asociación, ya que nuestro trabajo era únicamente el hogar y oficios de la casa, atender a los hijos y al marido, ella nos ilustró en cómo formar la asociación” (Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca —CAR—, 2020).

A lo largo de su historia, las mujeres de AMEG han logrado la consolidación de la asociación, la mejora de sus instalaciones y de sus prácticas, así como el reconocimiento de varias entidades privadas y públicas por su labor en la mejora de las condiciones de vida y trabajo de sus integrantes; lo que inició con la idea de asociarse para hacer *algo* y romper con las brechas de género en el territorio es lo que hoy día se conoce como AMEG. A su vez, la asociación ha afrontado diversas dificultades, entre ellas, el cierre forzado por el INVIMA, la presión de personas fuera de la

organización que están inconformes con su participación en el mercado, periodos de pocas ventas, entre otras (Arts Collegium, 2019). Sin embargo, a pesar de haber cerrado, la asociación reabrió sus puertas y aún continúan trabajando por el bienestar de sus asociadas. Actualmente, tienen más de 40 integrantes y realizan capacitaciones en las prácticas de ganadería e invernadero, actividades culturales y actividades para reunir fondos, así como encuentros organizacionales para rendir informes y demostrar lo que se ha hecho periódicamente. Sus principios son la equidad, la transparencia, la mejora de la calidad de vida y el reconocimiento por el trabajo de las mujeres campesinas. (AMEG, 2020).

Para el presente estudio, se seleccionan 6 integrantes de la asociación, esto con la autorización de la lidere y su asesoría para escoger mujeres en diferentes rangos de edad y diferentes roles. La líderesa considera pertinente que sean 6 integrantes debido a la complejidad de sus tiempos de trabajo y la disposición de los espacios para realizar las entrevistas, del mismo modo, se escogen participantes que estén muy involucradas con la red y que no sean solamente proveedoras de leche. El rango de edad va desde los 21 hasta los 74 años y cada integrante ocupa un rol diferente dentro de la asociación, como se resume en la Tabla 2. Para salvaguardar la identidad de las participantes se utilizan seudónimos en la redacción del presente documento y en la presentación de la información en general. La tabla 2 evidencia la aplicación y distribución de los seudónimos según cada participante.

**Tabla 2**

*Mujeres participantes*

Nombre	Rol u ocupación	Edad
Ana	Presidenta de la asociación	54
Dora	Socia y junta directiva	56
Estela	Proveedora, participante de las capacitaciones	74
Juliana	Asistente de mercadeo y ventas	21
Andrea	Contadora	23
Lola	Socia fundadora	55

Fuente: Elaboración propia

## 6.2 Enfoque: la Investigación Narrativa

La investigación narrativa consiste en un tipo de investigación cualitativa que busca comprender fenómenos sociales a partir de elementos biográficos narrados por las personas que los viven. En este orden de ideas, es una metodología que se ubica en el paradigma hermenéutico, donde el investigador pretende la interpretación de las experiencias humanas y sociales desde la perspectiva de los participantes (Arias y Alvarado, 2015). La investigación narrativa “puede caracterizarse como una amalgama de enfoques analíticos interdisciplinarios, diversas perspectivas disciplinarias y métodos tanto tradicionales como innovadores, todos girando en torno a detalles biográficos tal como los narran quienes los viven” (Chase, 2012, p. 59). La narración se convierte en un elemento que puede ser utilizado por sociólogos, lingüistas, psicólogos, entre otros grupos y campos de investigación para dar cuenta de datos cualitativos de suma relevancia con el fin de comprender a la población con la que trabajan y los fenómenos sociales que se presentan en ella.

Según Thomas y Znaniecki (citados por Chase, 2012), solo es posible comprender las instituciones sociales si se va más allá de la organización formal y se analiza la experiencia personal de los miembros de la institución. Esta experiencia personal puede ser contada por medio de relatos hablados o escritos, fotografías, entrevistas y toda clase de registros de vida que den cuenta de lo acontecido. Asimismo, la investigación narrativa puede basarse en un aspecto en particular de la vida de los involucrados, en una categoría o tema principal, en un acontecimiento en específico o en un fenómeno social que los participantes experimenten, como es el caso del presente estudio. Este tipo de investigación se basa en la experiencia subjetiva de los participantes y, en lugar de depender en gran medida de datos cuantitativos o encuestas, se basa en historias personales y experiencias de los sujetos como fuente principal de datos. La construcción subjetiva de la realidad juega un papel fundamental en este tipo de

investigación, pues los sujetos resignifican sus vivencias según las recuerden y los sentimientos que ellas evoquen.

Asimismo, la investigación narrativa pone un énfasis en la singularidad de la persona que está narrando, da un rol protagónico a su subjetividad, a diferencia del discurso científico que busca separar al yo del fenómeno a investigar. Es, en palabras de Arias y Alvarado (2015), “la entrada al mundo desde sus propias voces” (p. 172); es ahí donde el sujeto le da un sentido y coherencia a su vida que está permeado directamente por la experiencia, el territorio o territorios que ha habitado y su relación con las personas que le rodean. Por esta razón, la investigación narrativa no es solamente una historia contada en solitario, sino una experiencia intersubjetiva donde aparecen voces variadas.

Para el presente estudio, se selecciona la investigación narrativa, por ser una apuesta metodológica que representa importantes contribuciones a la comunidad académica y a las comunidades estudiadas. Por un lado, este tipo de enfoque es, en sí mismo, una apuesta política, pues “posibilita la apertura a nuevas construcciones teóricas que surjan de la investigación” (Arias y Alvarado, 2015, p. 177); no se limita a lo dicho o lo que ha sido validado históricamente en la academia, sino que se abre paso a nuevas formas de comprender las realidades sociales desde quienes las experimentan, en un proceso dialógico que enriquece tanto a la población estudiada, como a la comunidad científica. Otra ventaja de este tipo de investigación es la practicidad que tienen las narrativas para abordar elementos tanto individuales como colectivos (Arias y Alvarado, 2015); el análisis de estas permite comprender tanto a los participantes en su subjetividad, como a la comunidad en sus convenciones y normas, proporcionando una visión más integral del fenómeno estudiado.

La narración permite también la resignificación de los fenómenos sociales a lo largo del tiempo, ofreciendo una vía para comprender la realidad en su carácter dinámico y

cambiante. Esta cualidad de cambio subjetivo e intersubjetivo constituye, en esencia, la dinámica de las ciencias y de la sociedad, las cuales permanecen en un constante proceso de transformación (Arias y Alvarado, 2015). Asimismo, la investigación narrativa permite dar protagonismo a los participantes y su individualidad e identidad; escuchando sus voces, experiencias y saberes sin caer en la tendencia *científica* de invisibilizarlas o generalizarlas; esta es una apuesta significativa dentro de una investigación social desde y para la comunidad.

Además, la investigación narrativa es de gran importancia para que los mismos sujetos puedan comprender su realidad y abordarla desde otras perspectivas. En el proceso de resignificación de sus experiencias, los participantes desarrollan reflexiones a las que no llegarían de no ser por la narración. En palabras de Pérez et al. (2022):

Esta perspectiva individual se interpela desde otra subjetividad generando encuentros que permiten dinámicas de conocimiento, comprensión y recreación de la realidad a la cual hacen referencia. Con frecuencia, este intercambio desencadena un cruce de dimensiones afectivas y cognitivas generador de opciones de indagación que no se podrían decantar bajo otra perspectiva epistemológica. (p. 6)

La investigación narrativa, como es empleada en este estudio, es un acercamiento a la historia de vida de las mujeres integrantes de AMEG con relación a su participación en la asociación, entendiendo a AMEG como una red social no digital que se ha constituido y transformado a lo largo del tiempo. El estudio se enfoca principalmente en su participación en AMEG y no en otras experiencias de vida para delimitar el campo de acción y descartar otros fenómenos que pueden influenciar también el agenciamiento femenino, pero que no hacen parte de la presente investigación. Asimismo, se busca identificar y comprender los factores de las redes sociales no digitales que directamente contribuyeron y aún contribuyen a

su agenciamiento y cómo estos configuran su trabajo colectivo, su interacción social, su identidad y su relación con otros.

Para conocer la experiencia de vida de las participantes en relación con la asociación, se llevan a cabo 6 entrevistas a profundidad a 6 diferentes integrantes de AMEG y, a partir de ellas, se hace un análisis temático/ categorial para identificar patrones recurrentes sobre mujer rural, construcción de redes sociales no digitales y agenciamiento; y como se relacionan estas categorías entre sí.

### ***6.2.1 Técnica: La entrevista a Profundidad***

La escogencia de la entrevista como técnica principal en la realización del estudio responde a su practicidad y pertinencia a la hora de hacer investigación narrativa. De acuerdo con Hernández et al. (2014), la entrevista es flexible e íntima, y procura elaborar significados en conjunto con el entrevistado. Por esta razón, se considera a la entrevista a profundidad como la técnica por excelencia en marco de la investigación narrativa, pues, como se ha mencionado anteriormente, este tipo de investigación procura la construcción de significado junto con la población (Chase, 2012; Arias y Alvarado, 2015 y Pérez et al., 2022). De igual manera, la entrevista permite adentrarse en el mundo de los sujetos o comunidad investigada y posibilita una aproximación a la comprensión de la realidad por parte de ellos mismos, dejando al investigador en un segundo plano y dando protagonismo a la comunidad.

Las entrevistas a profundidad, según Chase (2012), constituyen “el material empírico que los entrevistadores necesitan si desean comprender de qué modo las personas otorgan significado a los acontecimientos de su vida” (p. 25). Es decir, aunque se busca que los entrevistados respondan las preguntas en torno a ciertas categorías, el enfoque principal es la forma como se narran las historias, los relatos que ellos mismos construyen y no directamente

su forma de definir los temas principales de la investigación. Es el entrevistador, con la ayuda de los participantes, quien construye el relato a partir de la entrevista y quien da su análisis e interpretación a las categorías definidas con antelación en el marco conceptual.

Asimismo, en la construcción de narrativas, la entrevista se configura como una herramienta fundamental para la constitución de un diálogo entre el investigador y la comunidad investigada. Según Pérez et al. (2022):

El punto de partida es el reconocimiento de la narrativa como una construcción existencial, la cual puede ser comprendida por el investigador a la vez que lo funda como sujeto en relación con el otro. Esto solo es posible cuando la técnica diseñada para la recolección de la información se configura como una entrevista a profundidad, una historia de vida, una entrevista biográfica o un relato autobiográfico. (p. 7)

En la elaboración del presente estudio se considera la entrevista como única técnica de recolección de la información debido a su practicidad en contraste con otras técnicas de la investigación narrativa que implican más tiempo y trabajo por parte de la comunidad. Lamentablemente, las participantes del estudio no disponen de suficiente tiempo libre para realizar relatos autobiográficos o reconstruir su historia de vida en textos.

**6.2.1.1 Instrumento: Protocolo De Entrevista:** En el presente estudio se llevaron a cabo 6 entrevistas a profundidad teniendo como guía el protocolo presente en el Anexo 1. Como se puede evidenciar, las entrevistas tienen como objetivo identificar qué aspectos de la participación en AMEG inciden en el agenciamiento personal y colectivo de las mujeres integrantes a partir de sus relatos de vida. La entrevista gira en torno a los siguientes temas centrales:

1. ¿Qué significa, para usted, ser una mujer campesina?

2. ¿Cómo ha cambiado su vida desde que pertenece a AMEG?
3. ¿Cómo participa en las decisiones de su familia, AMEG o de su comunidad?

Los elementos principales del protocolo son: 1) el/los objetivos de la entrevista. 2) los lineamientos para realizar la entrevista (tiempo, espacio, duración, saludo, presentación del investigador y de los objetivos) y 3) las preguntas guía organizadas alrededor de los temas centrales mencionados anteriormente; cada tema central tiene, como apoyo para el entrevistador, una serie de preguntas guía para el desarrollo de la entrevista, como se ve en la Tabla 3.

### Tabla 3

*Ejemplo de tema central y preguntas, guía para el protocolo de entrevista*

Segunda pregunta base	¿Cómo ha cambiado su vida desde que pertenece a AMEG? (Redes sociales)
Posibles preguntas para la conversación	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ¿Qué es lo mejor de trabajar en AMEG?</li> <li>● ¿Cuáles han sido los retos principales de trabajar con AMEG?</li> <li>● ¿Se dedica a otra ocupación además del trabajo en la asociación?</li> <li>● ¿Cómo llegó a la asociación?</li> <li>● ¿Cómo se siente trabajar con otras mujeres?</li> <li>● ¿Qué opina su compañero o su familia sobre su participación en la organización?</li> <li>● ¿Hacen otras actividades en AMEG, además de la producción de lácteos?</li> <li>● ¿Cree que es importante para una mujer Campesina, hacer parte de colectivos como este?</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

No era necesario hacer la totalidad de las preguntas consignadas en el protocolo, sino utilizarlas como un guía durante la conversación y la construcción del relato.

Las entrevistas se realizaron en un lapso de 3 meses, desde enero de 2024 hasta marzo del mismo año. El instrumento se validó haciendo la primera entrevista con la lideresa de la organización y realizando el análisis temático de la misma; al comprobar que daba respuesta a la pregunta de investigación y los objetivos, se añadieron algunas preguntas guía y se aplicó la entrevista con las demás integrantes. Las entrevistas realizadas fueron grabadas y transcritas para identificar los contenidos categoriales que surgieron de las mismas y realizar el respectivo análisis, 3 de ellas se hicieron de forma virtual y 3 de forma presencial en las instalaciones de AMEG en Guatavita, Cundinamarca (para un ejemplo de la transcripción y codificación de las entrevistas, ver Anexo 4).

### **6.3 Análisis de la Información**

En este apartado se pretende definir qué se entiende por análisis por categorías y cómo se aplica en el presente estudio. Asimismo, se detalla cómo fue el análisis realizado, contrastando y estableciendo relaciones entre lo consignado en el marco teórico, las entrevistas realizadas y las conclusiones del investigador; esto con el propósito de comprender, en profundidad, las categorías teóricas y las categorías que emergen de la realidad y así, dar respuesta a la pregunta de investigación establecida.

Según Rueda et al. (2023), el análisis cualitativo por categorías consiste en la interpretación de los fenómenos sociales a partir de patrones en los datos cualitativos registrados. Estos datos o fragmentos de información se organizan en categorías que representan ideas o conceptos clave para el estudio y para resolver los interrogantes que dan origen a este. Asimismo, de acuerdo con Arias y Alvarado (2015), el análisis por categorías

es útil para extraer significados, e identificar relaciones entre las ideas principales de la pesquisa, lo que contribuye significativamente a la comprensión de los fenómenos en cuestión.

Cómo lo explican Rueda et al. (2023), el análisis categorial responde a tres momentos principales. El primero es la recolección de datos, realizada en las entrevistas y su respectiva transcripción. El segundo consiste en la clasificación y codificación de la información en categorías y subcategorías; y el tercero consiste en utilizar como base la revisión bibliográfica y el sustento teórico para integrar los datos cualitativos y generar afirmaciones teóricas que expliquen el fenómeno investigado. A propósito, Arias y Alvarado (2015) hablan de esta fase como el nivel metatextual, donde “se realiza una reconfiguración de la trama narrativa, incluyendo las interpretaciones realizadas en los momentos anteriores y el diálogo con referentes teóricos” (p. 177).

Por consiguiente, en el presente estudio, se inició por recolectar los datos por medio de la aplicación de entrevistas y su respectivo registro de forma escrita. En segundo lugar, se realizó la codificación y clasificación de la información en una matriz categorial, determinando categorías principales, subcategorías y categorías emergentes (ver Anexo 3). Finalmente, se realizó el análisis en el nivel metatextual sugerido por Arias y Alvarado (2015), contrastando la información de las entrevistas con el sustento teórico y triangulando esta información con la interpretación del investigador para proporcionar una comprensión global del fenómeno. Posteriormente, en la presentación de los resultados, se responde a la pregunta de investigación con relación a los objetivos específicos de la pesquisa.

## **7. Resultados**

El presente apartado detalla los resultados principales obtenidos del análisis categorial realizado; en este, se pretende dar respuesta a cada uno de los objetivos específicos del estudio y, en suma, responder la pregunta de investigación propuesta inicialmente: ¿Cómo influye la construcción de redes sociales no digitales en el agenciamiento de las mujeres integrantes de la asociación lechera AMEG en Guatavita, Cundinamarca? A continuación, se presentan cada uno de los objetivos en forma de pregunta y se determina, con ayuda del sustento teórico y los datos encontrados en las entrevistas, cómo se responde a cada uno de estos cuestionamientos.

### **7.1 ¿Cuál es el Papel que Juegan las Integrantes de AMEG dentro de la Asociación como Red Social No Digital?**

Tras la realización del estudio, se determina que el papel de las integrantes de AMEG, tanto dentro como fuera de la comunidad, se caracteriza por ser transformador, plural, diverso, comprometido con el territorio y resiliente. Las integrantes de AMEG son, por un lado, mujeres rurales dedicadas a las labores del campo y al cuidado de sus hogares; como ha sido mencionado anteriormente, estas distribuyen su tiempo en el trabajo y labores agropecuarias, en los cuidados de su familia y en los oficios de casa (Maciazeki et al. 2016). No obstante, esta definición no aborda el rol que tienen las mujeres rurales como agentes de cambio social y como potencia del desarrollo en sus comunidades. Tanto los referentes teóricos como las mujeres participantes del estudio entienden que su papel en la comunidad no se limita a los cuidados, el trabajo o los oficios, sino que es fundamental en la transformación social y económica de su comunidad.

Si bien en rol de las mujeres rurales se entiende popular y superficialmente como amas de casa en el campo, Pereyra y Escobar (2022), argumentan que son ellas quienes sostienen los hogares rurales y fortalecen las dinámicas sociales que allí se generan. Las mujeres rurales velan por su familia, el cuidado de sus hijos y personas mayores, participan en la producción y comercialización de alimentos y fortalecen las dinámicas sociales y comunitarias en su territorio. Sin embargo, según Lemus y Fuentes (2023) estas mujeres se enfrentan también con limitaciones educativas, sociales y económicas, que invisibilizan su contribución en el desarrollo social de la comunidad, disminuyendo su participación política y social o demeritando la misma.

A propósito del papel de las mujeres rurales como agentes transformadores, las integrantes de AMEG señalan lo siguiente:

“... Pues para uno de campesino es un orgullo grande, porque yo sé que para otras personas dicen: “no, esas campesinas *patiembarradas*”, Mejor dicho, ¿qué es lo que no dicen?, pero gracias a las pobres *patiembarradas* hay comida en los hogares, en muchas mesas, porque, pues la labor del campo es dura, pero es muy bonita; porque ahí, ahí puede uno tener una gallinita, tiene una vaquita, tiene una matica sembrada, hay uno mismo va trabajando. No está esperando que a ver si quién viene a traerle, sino uno, uno trabaja.” (Dora, comunicado personal, 20 [de marzo de 2024](#))

Para la participante, su condición mal llamada *humilde* o *marginada* no la impide de jugar un papel importante en el bienestar y la alimentación de otras personas. De esta manera, se evidencia que la contribución que las mujeres campesinas hacen, no se limita solamente a su comunidad, sino que impacta también a la ciudad que recibe los alimentos del campo, alimentos cultivados y tratados por sus manos. En los ojos de las mujeres campesinas, sí se está haciendo una contribución significativa desde su rol de mujeres rurales al sostenimiento

no solo de su comunidad sino de otras. Asimismo, reconocen que ellas no dependen de otros factores para su autosostenimiento, pues pueden tener sus propias cosas, trabajar y alimentarse sin depender de terceros.

De igual manera, a propósito del trabajo de las mujeres rurales, se destaca su iniciativa para llevar a cabo sus diferentes labores con la dedicación y esmero necesarios. Tanto en la agricultura y la ganadería, como en las labores del hogar.

“... A la casa y a la ganadería, yo inicio a las 5:30, inicio el viaje al ordeño, voy ordeño y estoy regresando por acá a las 9 de la mañana a la casa y hago mis oficios acá de la casa” (Dora, comunicado personal, 20 de marzo de 2024)

“Para mí, mujer campesina, pues hacer de mi hogar de, mis hijos, mis nietos y después ser empresaria, digamos y sociable...” (Estela, comunicado personal, 22 de marzo de 2024)

Las participantes comprenden que su trabajo es muy significativo para el sostenimiento de sus familias y de la comunidad y, por ello, dedican tanto esfuerzo a cumplir cada una de sus responsabilidades.

Para Pereyra y Escobar (2022), las mujeres rurales son potencia transformadora en los cambios sociales y las resistencias campesinas, pues su carácter gregario y social, junto con su determinación para el trabajo y su resiliencia, las convierten en un elemento indispensable para generar nuevas realidades en sus territorios y potenciar nuevas formas de habitarlos. Por su parte, las participantes del estudio no se conciben solamente como trabajadoras secundarias o de apoyo, al contrario, ellas entienden que su labor es vital para el sostenimiento de sus familias y sus comunidades y, por ello, trabajan tan arduamente en sus respectivas tareas. Las mujeres rurales son, entonces, un sujeto que influencia profundamente

el desarrollo económico y social de su comunidad, no solamente desde la intimidad de su hogar, sino también con su fuerza de trabajo. Esto, ellas lo reconocen y lo sostienen como un pilar en su estilo de vida y su rutina. Como ejemplo, a la pregunta ¿cómo define usted a la mujer rural?, Andrea responde:

“Mujer valiente, capaz, (...) repartida entre las labores de la casa, de la finca, de la asociación y de los trabajos” (Comunicado personal, 20 de marzo de 2024)

En lo que concierne a los desafíos presentes en las zonas rurales para las mujeres, Lemus y Fuentes (2023) e Infante (2021) argumentan que las dinámicas patriarcales y la discriminación sistémica, junto con otros factores del territorio como el acceso a la educación y salud, aún impiden el desarrollo del potencial de las mujeres rurales como agentes políticos y de cambio. A propósito, las integrantes de AMEG sostienen que hay dificultades para obtener empleo o para hacer una carrera universitaria:

“muchas de las abuelitas ni siquiera terminaron la primaria y se quedan ahí y dicen: *no, ya no tengo más oportunidades, yo solo puedo ordeñar mis vacas y lo que diga mi marido y ya* (Juliana, comunicado personal, 21 de marzo de 2024)

Según Ángel et al. (2009), estas limitaciones corresponden a la concepción del hombre como agente productivo y a la mujer como agente reproductivo. Esta dicotomía ha sostenido históricamente la subordinación de las mujeres, encerrándolas en lo privado y limitando su campo de acción social y político. Además, esta posición de subordinación es reforzada en las zonas rurales, donde los modelos patriarcales de división de trabajo aún están vigentes en prácticas laborales y familiares. Restrepo y Lautaro (2022) afirman que “las mujeres del mundo rural están mucho más expuestas que las del urbano a la sobrecarga que las tradiciones de división sexual del trabajo les han impuesto” (p. 7). En efecto, para las

asociadas de AMEG, estas limitaciones, se manifiestan principalmente en la cantidad de trabajo designado por su rol como mujeres y las problemáticas del territorio como el escaso acceso a la educación y la agricultura o la ganadería como única oferta laboral.

“Hay un grupo de 47 mujeres, pero todas no trabajan ahí porque, por la edad y porque todas... pero, sin embargo, todas las que ahí trabajan, si tenemos ganadería debemos madrugar para primero ordeñar, luego todos los oficios de la casa” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024)

La cotidianidad de las mujeres rurales se reparte en ejercer sus labores en el hogar y los trabajos en ganadería o agricultura. Como el apartado anterior señala, todas las integrantes de AMEG tienen también sus responsabilidades en el hogar, las cuales no pueden descuidar o delegar a otros. A propósito de la distribución de trabajo basada en género, Mora y Constanzo (2017) sostienen que a pesar de la industrialización del campo y los cambios sociales que esta ha generado, la estructura social familiar basada en la división sexual del trabajo ha prevalecido, obligando a las mujeres rurales a priorizar sus labores domésticas sobre otras actividades económicas y a recibir salarios desiguales. Por su lado, ninguna de las integrantes de AMEG manifiesta disgusto por sus labores en el hogar, lo integran como algo que es naturalmente parte de su día a día y reconocen que es trabajo duro sumado al trabajo del campo, lo cual no les deja mucho tiempo libre para otras actividades.

“Uno ve que el campo es desgastante, sí, yo lo amo, pero si es bastante, bastante desgastante” (Juliana, comunicado personal, 21 de marzo de 2024)

“ahorita con mucho, mucha carga, mucha responsabilidad cuando uno tiene, tiene sus vaquitas, tiene compromiso de que muchas veces o a veces el esposo coloca obreros

cuando trabaja, cuando tiene sus quehaceres entonces queda pesado una responsabilidad durita” (Lola, comunicado personal, 22 de marzo de 2024)

“... De todas maneras, uno organiza la casa, hace los oficios, ve los animalitos y si queda un ratico, saco un ratico para el tejido, cuando tengo hartito tejido. Sí, porque feo cuando uno no le guste algo, porque ahí sí, de todas maneras, todo toca hacerlo” (Lola, comunicado personal, 22 de marzo de 2024).

En cuanto al acceso a la educación, las zonas rurales se caracterizan por estar distantes a centros educativos formales lo cual dificulta el acceso para la comunidad rural quienes, en muchas ocasiones, optan por no estudiar o estudiar solamente los niveles iniciales, por esta razón, las zonas rurales cuentan con una escolaridad reducida en comparación con las zonas urbanas (Pereyra y Escobar, 2022). A propósito, las participantes mencionan:

No obstante, para la comunidad de AMEG, las condiciones han mejorado para el territorio y para las mujeres de la vereda. AMEG, como organización de mujeres, es parte de este proceso. Como red social, la asociación permite a las integrantes un espacio de capacitación que les ayuda, no solo proveyendo trabajo, sino también capacitaciones para mejorar las técnicas de cultivo, el mantenimiento de sus fincas y en palabras de sus participantes “su nivel de vida” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024).

“En el campo, pues había muy pocas oportunidades para las mujeres, había mucho, mucho trabajo, pero poca remuneración, predominaba el machismo...” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024)

“Por lo menos enseñaron siempre como el manejo del ordeño, la limpieza, todas las, los animales, de todas maneras, uno tiene que cuidarlos, sí, cuidar el agua, el medio ambiente, cuidarse uno” (Estela, comunicado personal, 22 de marzo de 2024),

Las participantes coinciden en la importancia de las capacitaciones y la educación como una forma de mejorar la calidad de vida y vencer aquellas limitantes que existen en su territorio en cuanto a la educación.

“Finalmente, las señoras ahí están motivadas porque siempre reciben sus capacitaciones” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024).

En general, se entiende que vivir en el campo representa algunos limitantes para sus vidas, pero también se han armado de estrategias para dar cara a las mismas mientras construyen su identidad y una sociedad de la que están orgullosas. Los desafíos en el territorio no ha sido impedimento para que muchas continúen en el campo y deseen trabajar desde allí en pro de su comunidad y sus familias. Como mujeres rurales, las participantes de AMEG reconocen los desafíos y las limitantes que tiene el vivir en el campo, pero esto no es algo que las defina como mujeres, sino que son desafíos que han venido enfrentando y afrontando con un carácter resiliente a lo largo del tiempo.

### ***7.1.1 Mujeres Rurales y Pluralidad***

Definir a las mujeres rurales se ha convertido en un reto para el presente estudio, puesto que la categoría abarca una gran cantidad de factores y definiciones. Por ende, la mejor forma de entender a las mujeres rurales es desde su pluralidad, sus diversos roles y la forma en que ellas mismas se conciben en su mundo y territorio. Según Infante (2021), “Cuando hablamos de las mujeres en el medio rural nos referimos a grupos sociales muy diversos, que sistemáticamente han sido homogeneizados bajo una imagen estereotipada y prejuiciosa” (p. 2). Esta homogeneización ha desembocado en una categorización inadecuada de las mujeres rurales que tiende a los estereotipos y los prejuicios tanto por parte de la sociedad en general, como por la academia.

Según la autora, las mujeres rurales no pueden reducirse a un solo grupo social, pues la diferencia de edad, ocupaciones, metas, experiencias y estilos de vida la hacen un sujeto plural y diverso. Las mujeres de AMEG son el reflejo de esta pluralidad, pues tienen diferentes edades, familias, aspiraciones y provienen de diferentes territorios. Asimismo, ejecutan roles distintos dentro de la organización, están las socias fundadoras, las integrantes de la junta directiva, las mujeres que trabajan en la planta productiva y las que solamente son proveedoras.

“Eh sí hay bastantes, pues no sabría de cuantas exactamente, pero sí he visto que hay bastantes y ahorita hay bastantes jovencitas que tienen sus bebés.” (Juliana, comunicado personal, 21 de marzo de 2024)

“Eh bueno, por ejemplo, como estoy estudiando lo de belleza, realizar mi salón de belleza, terminar de estudiar y así.” (Andrea, comunicado personal, 20 de marzo de 2024)

“Constituidas eran señoras ya por ahí de 40, 50 años hoy ya tenemos un grupo de señoras de la tercera edad, señoras que ya no pueden venir a procesar sus productos, pero que igual siguen vendiendo la leche y aquí en el tema social.” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024)

Como se evidencia los apartados anteriormente mencionados, las mujeres integrantes de AMEG pertenecen a generaciones diferentes, están las jóvenes hijas de las socias fundadoras, madres jóvenes y adultas, mujeres que solamente participan en las actividades sociales y son proveedoras debido a su edad, entre otras. Asimismo, las que han podido estudiar carreras o están estudiando, así como las que no tuvieron estudios formales. Las mujeres que viven con sus esposos o con sus padres y las que viven solas. Esta

heterogeneidad de las participantes en cuanto a estudios, profesiones, edades, núcleo familiar y funciones devela lo diversa que pueden ser las mujeres rurales, entendiendo esta desde sus múltiples facetas y realidades.

“Yo soy hija de una socia, actualmente trabajo en AMEG en la parte de mercadeo y ventas y pues de profesión soy administradora de hoteles y de servicios hoteleros.”

(Juliana, comunicado personal, 21 de marzo de 2024)

Por consiguiente, se define el papel de las mujeres rurales como un sujeto plural y variado, pero también como un concepto inacabado, pues es la misma mujer rural quien se va definiendo en sus prácticas sociales, familiares y laborales a lo largo del tiempo. Si bien, ahora se puede hacer una caracterización del papel de las mujeres en la ruralidad, este podría cambiar drásticamente en algunos años, teniendo en cuenta las nuevas generaciones, los cambios que implica la tecnificación del campo y la tecnología y los cambios sociales que se pueden dar en las diferentes ruralidades.

### ***7.1.2 Mujeres Rurales y Territorio***

Como lo mencionan Villa y Reyes (2018), las mujeres rurales están directamente expuestas a diversas dinámicas precarias de la ruralidad donde pertenecen, entre ellas el desplazamiento forzado, el conflicto armado, la monopolización de las tierras y el descuido por parte del estado. Estas dinámicas perjudican su participación ciudadana y su desarrollo personal. A propósito de esto, las participantes señalan que el territorio es algo a lo que están también ligadas emocionalmente y que aprecian el espacio en que habitan y la tranquilidad que tienen allí.

“Pues, es un orgullo porque uno vive, en el campo hay mucha libertad, mucho silencio; en el campo, en la ciudad que mucha bulla, mucha cosa y aquí vive uno

tranquilo en paz, la verdad orgullosa de ser campesina.” (Lola, comunicado personal, 22 de marzo de 2024)

Aunque no todas las participantes pertenecen a la misma vereda ni ejecutan las mismas actividades, todas se consideran mujeres campesinas por trabajar y vivir del campo y, en contraste con otros territorios, deciden permanecer allí como opción de vida a pesar de las precariedades que pueda presentar.

“Bueno, en medio de eso se me presentó oportunidad para hacer unas pasantías en Villavicencio y allá si fue en todo el centro de la ciudad ¡Ay no! eso fue horrible en un hotel grandísimo gente y dije: *no, yo me devuelvo*. Retrocedo en el tiempo y no ya me daba cuenta de que, que no, que esto era lo que me gustaba realmente.” (Juliana, comunicado personal, 21 de marzo de 2024)

Solórzano et al. (2021) afirman que, en países como España, el éxodo rural ha llegado a niveles críticos, por ende, las zonas rurales están deshabitadas o solamente tienen habitantes de la tercera edad. Para evitar esto, AMEG busca que las mujeres jóvenes encuentren en el campo la opción de quedarse y surgir económicamente, de manera que no consideren trasladarse a las ciudades grandes como única opción de progreso, en palabras de las participantes:

“Ahorita contar con, o sea, es supercomplicado decir: *venga, tenemos un grupo de jóvenes para tal proyecto*, no, está siendo supertedioso uno habla con las demás veredas y las cooperativas ya se están quedando sin gente, por lo mismo porque ya pues los jóvenes se van y digamos los abuelitos, dicen: *no*; ya prefieren solo tener como ganadería de levante y no dedicarse a la ganadería de leche porque, por las enfermedades y demás. Entonces sí, como que todos está en un trabajo mancomunado

de decir: *juepucha ¿qué hacemos para que los jóvenes no se nos vayan?* (Juliana, comunicado personal, 21 de marzo de 2024)

Si bien las participantes valoran el campo y sus dinámicas de trabajo, entienden también las dificultades de este, problemáticas propias del territorio que limitan su desarrollo personal y, en algunos casos, sus aspiraciones. Como se mencionó anteriormente, esto sucede porque la ganadería o la agricultura parecen ser las únicas alternativas de trabajo.

“Hay pocas oportunidades, entonces hay muchos talentos perdidos, hay personas que saben hacer muchas cosas, pero ahí dentro del hogar se dedican a la ganadería” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024)

No obstante, las integrantes de AMEG sostienen su arraigo con el territorio y la comunidad, las participantes manifiestan que disfrutan de vivir en la vereda y que, a pesar de las limitaciones, prefieren quedarse en el campo y no irse a las ciudades a buscar trabajo o cambiar su estilo de vida. A propósito, Villa y Reyes (2018) sostienen que las condiciones de precariedad en algunas zonas rurales no son impedimento para que las mujeres logren formas distintas de agenciamiento y el desarrollo de alternativas sustentables para habitar los territorios. Se entiende que las mujeres integrantes de AMEG ejecutan un modo de resistencia desde la permanencia en sus territorios y la propuesta de alternativas para que otras personas también se queden.

### ***7.1.3 Mujeres Rurales: Roles***

Según Zabala et al. (2023), las mujeres rurales se desenvuelven principalmente en 3 roles: el productivo, relacionado con su trabajo; reproductivo, relacionado con la crianza de los hijos y labores del hogar, y el rol comunitario, relacionado con su participación en comunidad. Por su parte, las participantes son claramente un ejemplo del rol productivo, pues

desempeñan diferentes actividades económicas para el sustento de sus familias y de la comunidad.

“Yo hice mucho aseo acá y también en, en la parte de la venta. Yo vendía, yo vendía, así como le decía, cada 8 días puerta a puerta en el pueblo los jueves y la ruta que le digo que hacíamos cada mes. Un carro con otra compañera era como esclavizante un poquito.” (Lola, comunicado personal, 22 de marzo de 2024)

Dentro de las actividades mencionadas por las participantes de AMEG se destaca el trabajo en ganadería, aseo, trabajos administrativos y comerciales.

Asimismo, las participantes de AMEG que son madres, destacan las labores que deben desarrollar en el hogar y ese rol reproductivo que cumplen como amas de casa. Aprovechando de los alimentos y los realizando los oficios hogareños que son parte de su cotidianidad.

“Yo bajo por ahí tipo casi 7 de la noche y, y ya toca empezar que con la comida para los, para los duros de la casa y pensando para ir a dormir” (Dora, comunicado personal, 20 de marzo de 2024)

Cabe destacar, que las actividades de casa toman un tiempo considerable de su rutina diaria, por eso varias de las participantes manifiestan también no tener mucho tiempo libre para hacer otras actividades o tener pasatiempos.

En lo concerniente al rol comunitario, las mujeres de AMEG destacan su participación en la asociación como un modo de participación colectiva, donde sus ideas pueden ser escuchadas y pueden influenciar en el curso y las decisiones de la comunidad. Asimismo, las participantes tienen otros espacios además de AMEG donde cumplen ese rol comunitario

apoyando a la vereda desde sus conocimientos o ayuda en general; la mayoría de ellas señalando que gustan de colaborar o que simplemente son personas muy colaboradoras.

“A mí me gusta colaborar siempre, sea lo que sea, una colaboración, una reunión, un servicio, en escuela, ir a hacer aseo o algo, me gusta” (Lola, comunicado personal, 22 de marzo de 2024)

**7.1.3.1 Trabajar con Mujeres:** A propósito del rol comunitario de las mujeres rurales, Zabala et al. (2023) sostienen que las mujeres en el campo se han abierto espacios de participación como asociaciones o colectivos, de manera que su voz sea escuchada y su participación social sea tenida en cuenta. Si bien las mujeres siempre han ejercido ese papel comunitario y social, las asociaciones como AMEG, permiten que ellas experimenten cómo es trabajar con otras mujeres con un objetivo en común y también generar espacios de apoyo dentro de la comunidad. El trabajo con mujeres corresponde, entonces, a la primera categoría emergente.

“Pues me ha parecido fácil, la verdad la gente se queja de que *¡ay!* Que, *con mujeres, ¿cómo será de complicado?*, pero no, pues la verdad la mayoría de las mujeres de acá son mujeres humildes, entonces ellas son como muy receptivas.” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024)

“Al principio la verdad me daba miedo porque uno se uno siempre tiene la creencia de que *no, entre mujeres, más se atacan* y bueno, en fin, la creencia es compleja, pero uno se da uno bueno, cuenta que cuando uno hace las cosas con, con amor de verdad, como que eso mismo se ve reflejado.” (Juliana, comunicado personal, 21 de marzo de 2024)

Las dinámicas de organización y participación dentro de la red demuestran que cada integrante puede aportar desde sus conocimientos y habilidades sin importar su nivel de educación o su experiencia previa.

“... Creo que (trabajar) con mujeres es más chévere, sí, por qué, pues todas dan sus opiniones, digamos que todas tienen una meta de salir adelante, nos ayudamos entre nosotras...” (Andrea, comunicado personal, 20 de marzo de 2024)

Para las participantes, la experiencia de trabajar con otras mujeres no es un asunto de problemáticas o que genere dificultades. Si bien existe el estigma de que el trabajo colectivo entre mujeres puede generar roces o inconvenientes, la experiencia de las participantes demuestra totalmente lo opuesto.

**7.1.3.2 El Rol Educativo y El Relevo Generacional:** Un rol no considerado previamente en la construcción del marco teórico fue el de mujeres rurales como agentes educativos. Si bien, esto hace parte de su trabajo en la comunidad y su aporte comunitario, cabe resaltar que el rol de educadora va más allá de la colaboración y se enfoca en la transmisión de sus saberes de una generación a otra. Las participantes manifiestan su preocupación por que las nuevas generaciones se apropien de la asociación y tengan sentido de pertenencia con ella; asimismo, que perpetúen esos saberes con los cuales las socias fundadoras iniciaron AMEG.

“Las socias ya, ya son abuelitas, entonces están como muy preocupados de bueno, *hagamos ese relevo, incluyamos a las hijas de las socias...* El problema generacional es que las abuelitas nos transmitan todo su conocimiento a nosotros, los más jóvenes, digamos, en el tema de producción. Aunque, claro, hay que cumplir con todo lo que

dice el INVIMA y demás hay muchas cosas que las abuelitas tienen como sus tips”

(Juliana, comunicado personal, 21 de marzo de 2024)

Las mujeres que ya son de la tercera edad siguen participando en AMEG, en las capacitaciones, las celebraciones y también compartiendo sus conocimientos con las más jóvenes. Esto demuestra que las mujeres rurales también cumplen un rol educativo y en el caso de AMEG es clave dentro del proyecto que han denominado *Relevo Generacional*

Sintetizando, tras la realización del estudio se entiende que las mujeres rurales y, en particular, las integrantes de AMEG, se caracterizan por su rol de transformación y su capacidad para promover el desarrollo social de la comunidad; ellas enfrentan diversas dinámicas de subalternización debido a su papel de mujeres y a las dificultades presentes en sus territorios, tales como el acceso a la educación, la salud o el trabajo: no obstante, ellas enfrentan estos desafíos desde la asociación, promoviendo la capacitación y la mejora en la calidad de vida y las opciones de trabajo. Las mujeres de AMEG son sujetos eminentemente plurales y diversos que resisten desde su permanencia en el territorio y la búsqueda de nuevas oportunidades de desarrollo para el mismo, ejecutando los roles, productivo, reproductivo y social, pero también el educativo que se manifiesta en el trabajo con otras mujeres y la búsqueda por un relevo generacional en sus conocimientos y la permanencia de la asociación.

## **7.2 ¿Qué elementos de la red social no digital se relacionan con el agenciamiento de sus integrantes?**

En cuanto al segundo objetivo de investigación, se identifica que la educación y la reflexión, la asociatividad y la independencia son los elementos principales de la red social AMEG que influyen en el agenciamiento de sus asociadas, para llegar a esta conclusión es

importante entender cómo es concebida la red social tanto en la investigación, como en las voces de sus participantes.

Contrario a la idea generalizada de que las redes sociales son solamente las redes digitales, la investigación social postula el concepto de redes sociales como construcciones colectivas de diferentes niveles donde los sujetos establecen relaciones de asociatividad e intercambio (Mandariaga y Sierra, 2000). El presente estudio considera la asociación AMEG como una red social no digital compleja, donde las participantes interactúan y se benefician, esta interacción está mediada por la comunicación y el trabajo en conjunto. Las participantes reconocen la importancia de estas redes en su construcción personal y social.

“... Tenemos claro es que uno solito no puede hacer nada. En asociatividad se logran muchísimas, muchísimas cosas. El trabajo en equipo es realmente bueno, es bien importante.” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024).

González y Basaldúa (2007) afirman que “la red es el resultado de la relación de los grupos humanos que sostienen dos o más personas con el propósito de ayudarse, realizar negocios o llevar a cabo cualquier actividad articulada con sus intereses.” (p. 8). Por su parte, las participantes ven en AMEG una oportunidad para colaborar, pero también para obtener beneficios de acuerdo con sus intereses personales. Estas conexiones han generado mejoras en su estilo de vida, oportunidades laborales y beneficios financieros y sociales que no encontrarían fuera de la red social.

“Pues compartir, vivir nuevas experiencias, como cuando hay proyectos, capacitaciones, eso es lo mejor, es bueno porque uno participa en proyectos, tiene beneficios, a mí me dieron una novillita de un proyecto, han dado pasticos para renovar las praderas árboles, maticas, han dado cantina, el año pasado hubo un

proyecto que me dieron un equipo” (Lola, comunicado personal, 22 de marzo de 2024)

### ***7.2.1 Educación y Reflexión***

La participación de las asociadas en una red social no digital como AMEG propicia dos elementos esenciales en su agenciamiento como mujeres rurales. Estos son: la educación y la reflexión de su realidad como sujetos subalternizados.

Según Pereyra y Escobar (2022), aún hoy en día existe una marcada diferencia entre la escolarización en zonas rurales en comparación con las zonas urbanas, esto debido a las dificultades de acceso a la educación en el campo, las distancias para llegar a centros educativos y la elección voluntaria de otros modos de vida fuera de la escolaridad. Frente a esto, AMEG procura ser un espacio que provea a sus asociadas de la oportunidad de capacitarse para mejorar su trabajo y su estilo de vida. AMEG y sus asociadas entienden la educación como una forma de agenciamiento, pues esto les ayuda a tomar decisiones informadas sobre su dinero, su familia y el curso de su vida en general. De igual manera, es una forma de enriquecer su capital cultural, garantizando su agencia desde la reflexión y la comprensión de su realidad.

"Y hace años por eso se realizó la asociación para que las señoras tuvieran en donde tener otro ingreso, sí, o realizar sus habilidades o cosas, así (...) alguna vez vinieron a enseñarles a hacer bolsos, a veces, repostería y así." (Andrea, comunicado personal, 20 de marzo de 2024).

AMEG, como red social, aborda la educación como forma de agenciamiento desde dos vertientes: 1) Ofreciendo capacitaciones a sus asociadas en materia de técnicas agrícolas, fabricación de artesanías y construcción de emprendimientos; y 2) Motivando a sus asociadas

a estudiar carreras profesionales con que puedan aportar a la red y tener un trabajo estable. A propósito de esto, Juliana afirma:

“... Pues acá es complicado tener un trabajo aparte o algo así, digamos, desde mi mamá que de pronto ella no tiene una profesión o algo así y AMEG nos ha abierto las puertas porque les da oportunidad laboral, digamos, ella apoya temas, mi mamá apoya en el tema de producción, eh, ahorita, pues en el tema turístico en la parte de la cocina y demás. Eh, las apoyan en temas de capacitaciones o sea como que AMEG siempre está preocupado porque, bueno; *¿qué les vamos a enseñar este mes a las socias? ¿en qué las vamos a apoyar?*, entonces todo el tema de la sostenibilidad, cuidado de las fincas, ha sido superimportante porque la verdad era algo que nosotros antes no lo teníamos como tan presente.” (Comunicado personal, 21 de marzo de 2024)

En su caso, al terminar su carrera profesional, Juliana pudo ingresar a trabajar en AMEG para ejercer su carrera dentro de la comunidad, sin la necesidad de buscar trabajo fuera del territorio, en sus propias palabras:

“Pero, pues volví acá porque sí me interesaba mucho como, como seguir trabajando acá no, no regalarle conocimiento a otro lado.” (Comunicado personal, 21-03-2024).

La profesionalización de las integrantes es una muestra del agenciamiento que se puede dar en comunidad a partir de las capacidades y aspiraciones educativas de cada integrante.

Por otro lado, AMEG se ha convertido en un espacio de reflexión sobre la condición de subalternidad que han experimentado las mujeres rurales. Sus integrantes reconocen que el papel de mujer en la ruralidad implica dificultades para su desarrollo social, político y económico. No obstante, esta reflexión permite que, como mujeres, generen espacios de

trabajo para disminuir esas brechas de género aún presentes en los territorios. A propósito, Ángel et al. (2009) argumentan que la participación en redes sociales permite a los sujetos espacios de reflexión para reconocer su condición de subalternidad y proponer alternativas para hacer frente a ella. Esta reflexión ha permitido resultados favorables en la toma de decisiones e independencia de las participantes.

“Como sí que no se siente ya uno como tan allá, tan sumisa al esposo y al hogar...”

(Lola, comunicado personal, 22 de marzo de 2024)

### **7.2.2 Asociatividad**

Además de la educación y reflexión como elementos de la red social que inciden en el agenciamiento de sus integrantes, surgen también la asociatividad, la interacción y el intercambio como aspectos que juegan un papel importante en el agenciamiento femenino rural en AMEG. La asociatividad es entendida como la capacidad de las personas de trabajar en comunidad con un fin en común (González y Balsadúa, 2007). Este elemento se evidencia en la creación de comités de trabajo que funcionan dentro de la red, como formas de *micro-asociatividad*. Se destacan entre ellos, el comité de solidaridad, que busca ayudar a las integrantes de la asociación que se encuentren enfermas o en alguna situación vulnerable y el comité cultural que se encarga de celebrar cumpleaños, fechas especiales y, en general, de promover espacios de ocio y divertimento para las asociadas y sus familias.

“Por ejemplo, cuando digamos que un familiar de una de las señoras o algo está enferma, realizan rifas o, lo que cada señora aportar ¿sí?, económico o mercado o cosas así” (Andrea, comunicado personal, 20 de marzo de 2024)

Estas formas de asociatividad, evidenciadas tanto en AMEG, como en los comités de trabajo, han generado mejoras en su calidad de vida, así como oportunidades laborales y beneficios financieros y sociales para cada una de las participantes.

La asociatividad presente en las redes sociales no digitales también se caracteriza por ser interactiva. De acuerdo con Ávila (2012), las redes sociales tienen un carácter interactivo y dinámico y por ende todos los involucrados están en constante transformación y evolución. No puede haber una red social si no existe interacción sólida y constante entre sus individuos. Por su parte, de acuerdo con las integrantes de AMEG, las asociadas deben asistir a las reuniones que se convocan, las capacitaciones y los encuentros culturales, pues, cuando deciden hacer parte de la asociación, se comprometen con participar e interactuar con las demás.

“Pues, nos reunimos para tratar algún tema, una actividad, para sacar fondos, para algo bueno, eso lo hacíamos antes más que todo hacer actividades para sacar fondos, si no también, pues la reunión anual para dar informes.” (Lola, comunicado personal, 22 de marzo de 2024)

**7.2.2.1 Interacción con Redes Externas:** Una categoría emergente identificada en relación con la asociatividad es, no solo la interacción interna, sino la interacción con otras redes. Ávila (2012), afirma que la interacción constante garantiza la optimización de los recursos de la red social, de esta manera es posible sostener la estabilidad de la red, mientras que se establecen otras redes con diferentes actores. De igual manera, González y Basaldúa (2007) afirman:

la red estará sustentada a partir del intercambio de información mediante sus particulares canales de comunicación, para efectuar determinadas interacciones y

transacciones necesarias conforme a sus necesidades e intereses, lo que le da un significado de evolución y transformación en la medida del propio desarrollo de cada uno de sus integrantes. (p. 9)

Esto se manifiesta claramente en las declaraciones de las integrantes de AMEG en relación con sus experiencias personales con la asociación y con otras asociaciones. También en la búsqueda de que las integrantes permanezcan a pesar de su edad avanzada, lo que se busca es mantener la interacción con todas las personas posibles, garantizando la permanencia y estabilidad de la red social.

“Les hemos ayudado con algunas actividades para que ellas estén todavía activas en la asociación; se les ha buscado cursos como aeróbicos, como manualidades, algunas cositas que se han realizado ahí dentro de la misma asociación para que ellas estén todavía activas y, y dinámicas dentro de su asociación y vivan ahí todavía como, como muy arraigadas al tema.” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024).

AMEG también ha establecido conexiones con otras asociaciones, universidades, la alcaldía local y fundaciones, estas dinámicas generan conexiones nuevas, redes externas que enriquecen las habilidades propias y permiten que los aprendizajes dentro de la red se compartan con otros, fortaleciendo así el tejido social de los territorios.

“Como ¿qué otras actividades hacemos? También, también hemos hecho algunos temas de fotografía Entonces porque han llegado algunas fundaciones que quieren también, pues como hacer sus temas pedagógicos o bueno no sé y hemos estado también de mano con las universidades, entonces hay grupos de personas que vienen y con cualquier cosita, integramos a las señoras” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024)

“Sí, claro, claro, me gusta el compartimiento con tanto como con las jefes como con las empleadas y con las personas que venimos a la reunión. Y personajes que han venido, porque han venido de universidades, hemos estado por allí, en Bogotá en universidades, pues uno ha tratado la gente” (Estela, comunicado personal, 22 de marzo de 2024)

La experiencia de vida de las asociadas de AMEG demuestra que la red social se sostiene por medio de la interacción constante, pero también por la interacción con otras redes.

“Pues es, es muy chévere porque uno intercala las experiencias que uno tiene con las que ellas tienen, entonces es muy bonito es esos encuentros que hemos tenido porque nosotros hemos ido por allá a otros, a otros lugares donde también hay asociaciones y hemos compartido nuestras experiencias con las experiencias de ellas y es chévere, es muy bonito” (Dora, comunicado personal, 20 de marzo de 2024).

Las redes sociales se caracterizan también por el intercambio, principalmente el intercambio de información, pero también el intercambio de bienes, servicios y, como se evidencia en AMEG, el intercambio de saberes y experiencias. Tras algunos intentos y proyectos fallidos, la asociación ha tenido que reinventar y establecer nuevas formas de trabajar en comunidad, pues uno de sus objetivos principales es ser de beneficio para sus asociadas, aportando así a su proyecto de vida. Los momentos en que ha fallado a esta visión, la propia red ha tenido que reinventarse y buscar alternativas para siempre garantizar un beneficio para sus participantes, un intercambio de bienes o servicios; tal y como lo afirma la participante 1:

“Muchas personas se han sumado a nuestro proyecto porque les hemos demostrado que ha sido algo productivo y benéfico para las familias y para la comunidad” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024)

La pertenencia a AMEG como red social ha sido benéfica y recíproca, pues mientras que las mujeres aportan con su trabajo, con materia prima o con su participación; reciben oportunidades, beneficios y ayudas que propician su bienestar. Según Lugo-Morin (2009), este es el principio del intercambio, donde las redes se mantienen y se fortalecen, ya que existe la posibilidad de crear y alimentar una relación recíproca y simétrica con base en relaciones de negociación.

“Entonces es muy chévere porque digamos, por ejemplo, hay proyectos y dentro de esos proyectos participamos todos entonces, así como dicen si hay un, un premio para uno, hay para todos y si no, no hay para nadie” (Dora, comunicado personal, 20 de marzo de 2024)

La interacción interna y externa de la red social, así como sus constantes dinámicas de intercambio, son aspectos fundamentales que se entienden desde la asociatividad; elemento fundamental en el agenciamiento de las participantes.

**7.2.2.2 Autosostenimiento de la Red Social:** En AMEG, se evidencia otro fenómeno importante como categoría emergente que es el autosostenimiento de la asociación. La red social como un entramado de relaciones depende de sus integrantes y de las dinámicas personales, así como de lo que ellas puedan aportar para el sostenimiento de la comunidad. Más allá del tema financiero y de los ingresos que puedan generar, las participantes manifiestan que es importante capacitarse para poder aportar a la asociación, de esta forma se garantiza que se mantengan las dinámicas de intercambio mientras cada asociada contribuye desde su educación, el servicio y el trabajo.

“Algunas de las señoras y yo estudiamos algunas profesiones, estudiamos unas carreras que fueran acordes con la asociación. Entonces yo estudié ingeniería de alimentos, de alimentos, otras, administración, otras, contaduría, pero todo pensando en que pudiéramos ejercer esas labores en, en nuestra asociación.” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024)

Además, la asociación busca mantenerse vigente con los y las jóvenes, llegar a otras generaciones para que se garantice la permanencia de esta a través del tiempo.

“Muchas de ellas ya no pueden venir, entonces incentivar a las jóvenes a que vengan y trabajen, a que no se nos vayan del campo, a que AMEG apoya, a que en el campo si hay oportunidad, en enseñarles todos los oficios del campo (...) es reunirnos, así como se capacitan a las socias, ahorita se está buscando qué cursos traer o qué traer para que los jóvenes vengan y se apoderen de AMEG también.” (Juliana, comunicado personal, 21 de marzo de 2024)

Por medio de diferentes proyectos o de iniciativas diferentes a la producción y transformación de lácteos, la red social busca perpetuarse en la comunidad de Carbonera Alta

y seguir siendo de ayuda para sus mujeres, por medio de este autosostenimiento de la red se fortalece la asociatividad que es, en últimas, uno de los elementos principales relacionados con el agenciamiento de sus integrantes

### **7.2.3 Independencia**

Finalmente, un elemento esencial en el desarrollo de agenciamiento que se evidencia en la red social AMEG, es la independencia. De acuerdo con Jaime et al. (2023), para que exista agenciamiento femenino es fundamental que las mujeres sean capaces de tomar decisiones de forma independiente; esta independencia está relacionada con su voluntad para escoger por sí mismas, establecer relaciones con otras y participar activamente en las decisiones de la comunidad.

En este orden de ideas, las participantes del estudio manifiestan que el trabajo en AMEG es algo que disfrutan hacer y es un espacio donde, por cuenta propia, quieren participar. De manera voluntaria, las integrantes participan en las reuniones y realizan sus trabajos asignados con dedicación y esmero, pues saben que es por y para beneficio propio y de las demás asociadas. Su aporte en la asociación es una de estas escogencias personales que no les fueron impuestas, sino que hacen voluntariamente porque conocen sus beneficios y porque ha sido un espacio creado por y para ellas. A propósito de esto, Dora afirma:

“Porque digamos, no es porque llega uno que trabajar y que ¡ay! Es que me toca hacer eso, uno llega con cómo, con ese entusiasmo como dueño de empresa, uno se siente como no con una responsabilidad sino como con unas ganas de seguir para adelante”.  
(Comunicado personal, 20 de marzo de 2024)

AMEG ha sido un espacio donde se propicia la autonomía de las mujeres tanto en lo privado como en lo comunitario, demostrando que es posible aumentar los niveles de

independencia cuando las mujeres construyen espacios de asociatividad por medio de este tipo de redes sociales. En consecuencia, el aumento de los niveles de independencia, tanto financiera como en otras áreas de su vida, permiten que las mujeres rurales decidan por sí mismas, demostrando un mayor agenciamiento.

“... Yo creo que en algunas partes aún hay mucho machismo donde las señoras solo se dedican a la casa, a los niños y no las dejan salir a trabajar, acá ya son un poco más independientes”. (Andrea, comunicado personal, 20 de marzo de 2024)

“Pues es un poquito como de liderazgo, uno tiene uno como esa autonomía (...) no, ya tiene un poquito de libertad y liderazgo y decir *Bueno, yo me voy y me fui* y eso, pero es que, en un tiempo, pues no era así, en un tiempo antes no” (Lola, comunicado personal, 22 de marzo de 2024).

**7.2.3.1 Relaciones de Amistad:** Otra categoría emergente que no fue tomada en cuenta en la construcción del marco teórico, pero que constituye un elemento esencial dentro del concepto de independencia, es la constante sobre *tener amigas*. Al hacer un primer acercamiento a AMEG, se entendía que solamente había relaciones laborales y estrictamente pertenecientes al trabajo de la asociación. Sin embargo, un concepto latente en sus relatos fue el de sus amigas, como se ve a continuación.

“Pues en cuando me ha tocado así trabajar, pues a mí me encanta porque, porque uno comparte allá con las otras amigas, se distrae, cambia de rutina...” (Dora, comunicado personal, 20 de marzo de 2024)

“Pues haber mejorado mi nivel de vida, haberme independizado de la casa y tengo mis amigas, salir...” (Estela, comunicado personal, 22 de marzo de 2024)

*“Tengamos un taller de esparcimiento, salgamos, hagamos otra cosa, tengan amigas, hablen entre ellas. Entonces sí, como que se hacen muy necesario esos espacios.”*

(Juliana, comunicado personal, 21 de marzo de 2024)

*“Pues digamos, el compañerismo, uno hace amigas, se independiza, se distrae, sale de la rutina diaria de los servicios del hogar y pues también, pues hay un pequeño ingreso, pero sí lo hay.”* (Lola, comunicado personal, 22 de marzo de 2024)

Llama la atención que, para las participantes, pertenecer a esta red social les ha permitido establecer y fortalecer vínculos con otras mujeres más allá de lo laboral; por eso, ellas son amigas y no solamente compañeras o asociadas. Según González y Basaldúa (2007), las relaciones que existen en la red social se fortalecen al mismo tiempo que los actores intercambian bienes o servicios según sus necesidades o atributos individuales o como parte del entramado social. Esto demuestra que, aunque la red social se basa en la interacción y la reciprocidad, los vínculos personales y de apoyo también son fortalecidos junto con la red, haciendo de esta una estructura vital en la vida inter e intrapersonal de sus integrantes.

En resumen, para responder al segundo objetivo del estudio, se identificaron los siguientes elementos de la red social que se relacionan directamente con el agenciamiento de sus integrantes: la educación, como medio para la realización personal, profesional y la mejora de la calidad de vida; la reflexión, como efecto de una asociatividad consiente que genera espacios de reconocimiento de las condiciones de subalternidad; la asociatividad, como elemento interactivo clave para construir espacios de intercambio, recreación, apoyo emocional, social y financiero; y la independencia, como factor inherente al agenciamiento manifestado en la toma de decisiones personal y colectiva; y el fortalecimiento de relaciones de amistad-

### **7.3 ¿Cómo se Caracteriza la Influencia de la Participación en Redes Sociales en el Agenciamiento Personal y Colectivo?**

En lo que concierne a agenciamiento, Pick et al. (2007) lo definen como la capacidad humana para tomar decisiones, establecer metas propias y actuar conforme a ellas. Bajo este concepto, las mujeres de AMEG demuestran en sus relatos que su participación en la asociación ha jugado un papel crucial en su independencia para tomar decisiones, participar en la comunidad y para generar ingresos propios.

“Cuando nos reuníamos y había muchas señoras que corrían a buscar como el asiento de atrás, donde no las vieran, donde no les fueran a preguntar, tenían que pedir permiso en la casa para poder ir a las reuniones y no eso todo eso ya, ya se acabó porque ya son libres” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024)

“El principal reto y el principal objetivo ha sido como sacar adelante las mujeres, que ellas tengan su propia remuneración, como mejorarle su calidad de vida y la de las familias, eso ha sido lo primordial y por eso es que hemos trabajado.” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024)

Las formas de agenciamiento que surgen de la participación en AMEG, según el estudio realizado, se destacan por ser manifestaciones de agencia desde la motivación y la resistencia desde el territorio. Asimismo, se identifica el agenciamiento desde la red como un fenómeno dinámico, participativo y emancipador, como será descrito a continuación.

#### ***7.3.1 Agenciamiento desde la Motivación***

Las integrantes de AMEG, como ha sido mencionado anteriormente, se sienten motivadas a participar de las actividades que la asociación ofrece. Su participación no está

coaccionada por elementos externos, sino que responde a un proceso de reflexión y decisión, donde ellas mismas toman la iniciativa de aportar y participar activamente dentro de la red. Según Leiva (2015) y Deluze y Guattari (1994), para que exista agenciamiento debe haber reflexión y conciencia sobre su estado de subalternización, de manera que se puedan generar ideas y, posteriormente, acciones para transformar las dinámicas de opresión o violencia de las que son parte algunas comunidades. En AMEG, esta reflexión y decisión se representa en la motivación de sus asociadas para participar y ejercer cambios sociales y económicos significativos para beneficio de todas. Cuando se indaga por los logros personales que han alcanzado con AMEG, Estela, una de las participantes con más edad, sostiene:

“Pues haber mejorado mi nivel de vida, nivel de vida, haberme independizado de la casa y tengo mis amigas” (Comunicado personal, 22 de marzo de 2024)

Asimismo, la participante argumenta que desea seguir aprendiendo más y participando de las capacitaciones, pues sabe que esto le ayuda a ser más independiente y se siente motivada con esta posibilidad. A propósito de la voluntad para escoger dentro del agenciamiento personal, las participantes afirman que el trabajo en la asociación es algo que les motiva. No como una especie de obligación, sino una motivación para trabajar por sí mismas y por la asociación que han construido.

“Porque digamos, no es porque llega uno que trabajar y que ¡ay! Es que me toca hacer eso uno llega con cómo, con ese entusiasmo como, como dueño de empresa, uno se siente como no con una responsabilidad sino como con unas ganas de seguir para adelante o sea de que el trabajo que le encargan a uno salga, salga bien entonces pues eso es como una gran responsabilidad y para mí.” (Dora, comunicado personal, 20 de marzo de 2024)

### ***7.3.2 Agenciamiento desde y para el Territorio***

Además del factor motivacional, el agenciamiento de las asociadas de AMEG se caracteriza por ser situado, es decir, es un agenciamiento que surge desde y para el territorio. Es interesante que las mujeres de AMEG no consideran irse de la vereda como alternativa para mejorar su calidad de vida; al contrario, la misma red social procura mejorar las condiciones del campo y ofrecer alternativas de trabajo para que las personas más jóvenes en la zona no consideren irse a la ciudad como única opción para su estabilidad económica. La asociación se destaca por promover otros proyectos de vida y alternativas al trabajo agrícola que es, en muchas ocasiones, la única salida laboral en ciertos territorios.

“Sí, y digamos en el tema de producción, pues también se enfoca en darle trabajo a la mujer rural. Muchas de ellas ya no pueden venir, entonces incentivar a las jóvenes a que vengan y trabajen, a que no se nos vayan del campo, a que AMEG apoya, a que en el campo si hay oportunidad” (Juliana, comunicado personal, 21 de marzo de 2024).

“Claro, porque es un empoderamiento de la mujer campesina, no solamente que, que la mujer campesina tenga que estar echando azadón, cocinándole a obreros o viendo vacas, No. Ella también tiene y puede hacer otras labores, entonces, pues si es muy chévere que las mujeres sé, se empoderen de las asociaciones, no solamente asociaciones, sino de otros grupos que, que puedan surgir y salir adelante” (Dora, comunicado personal, 20 de marzo de 2024)

AMEG, como red social, promueve otras opciones de vida y de generar ingresos para que las asociadas consideren alternativas, además del trabajo agrícola que, como ya se mencionó, puede ser muy demandante. Esto lo hacen, no solamente limitándose al trabajo

con los lácteos, sino con cargos administrativos o capacitación para ser mujeres emprendedoras con otro tipo de negocios.

En suma, las participantes guardan una estrecha relación con el territorio al que pertenecen y esto influencia sus decisiones de vida y también los esfuerzos de la asociación por perpetuar el desarrollo social y económico en la vereda. A pesar de reconocer y entender las condiciones de subalternización propias del territorio, las participantes aún permanecen en el mismo a modo de resistencia y trabajan en pro de generar bienestar y mejorar su calidad de vida sin marcharse.

### ***7.3.3 Agenciamiento Dinámico, Participativo y Emancipador***

El agenciamiento desde la red social también demuestra ser dinámico, como se evidenció en una de las categorías emergentes, la red se caracteriza por su autosostenimiento y por la creación de redes externas que la retroalimentan y fortalecen. Según Lugo-Morin (2009), las redes sociales necesitan de estos factores para mantenerse vivas en el tiempo. Del mismo modo, se evidencia que el agenciamiento de las integrantes de AMEG es dinámico, como la red social misma, puesto que, a lo largo del tiempo, las participantes han logrado nuevas formas de agenciarse y han alcanzado mayores niveles de independencia y participación en la toma de decisiones en su familia y en la comunidad. Un ejemplo de esto, según Ana, participante del estudio y presidenta de AMEG, es que ahora la asociación es tenida en cuenta para las decisiones de la comunidad, cosa que no ocurría hace años, cuando esta empezó a funcionar.

“Entonces, pues ahí como que somos tenidos en cuenta para algunas cosas que haya que hacer para la escuela o para la comunidad, si hemos sido tenidos en cuenta” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024)

Tanto las conexiones establecidas dentro de la red, como las redes externas, son evidencia de un agenciamiento dinámico que también fortalece el tejido social y el agenciamiento femenino dentro de la comunidad.

Otro aspecto fundamental del agenciamiento evidenciado en el presente estudio es su carácter participativo. Para Gallego (2011), las redes sociales posibilitan la participación ciudadana y la promoción de cambios sociales. Los colectivos de resistencia, las marchas y los movimientos sociales son la prueba de este rasgo. Si bien los sujetos subalternizados tienen voz, muchas veces sus opiniones no son tenidas en cuenta porque no hacen parte de una red mayor donde sean escuchadas y sus necesidades sean atendidas. Al pertenecer a una red social, las personas son motivadas a compartir sus ideas y a participar, pues se sienten valoradas y escuchadas. AMEG demuestra también este rasgo, pues, según las participantes, se ha convertido en un espacio donde todas las opiniones son consideradas. De igual manera, la presencia de AMEG en la vereda Carbonera Alta ha propiciado cambios importantes a nivel social que no existirían sin la red misma, ganando el reconocimiento del gobierno local y de la comunidad del municipio.

“Nadie daba 5 pesos por la asociación, pero no ahorita ya es reconocida como una de las mejores asociaciones, hemos tenido apoyo de la alcaldía, de la gobernación y Pues ahorita es como la asociación de mujeres, es como el tema de mostrar” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024)

A propósito del rasgo participativo, Camargo y Castañeda (2020) argumentan que el agenciamiento siempre tiene un carácter social y situado, pues la visión de mundo del sujeto dependerá de su contexto inmediato y, asimismo, el sujeto entenderá como actuar y qué decisiones puede tomar para sí y para los que le rodean según el territorio en que se encuentre. Cuando las mujeres de AMEG señalan que estudiaron carreras que fuesen acordes

con la asociación (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024), demuestran que también se genera un agenciamiento desde la participación, donde no solo la red les aporta a ellas como integrantes, sino que ellas aportan a la red y a su sostenimiento.

Como grupo, las integrantes de AMEG también han conseguido participar en proyectos de mejora para sus fincas y para la propia sede de la asociación. Cuando se indaga con las participantes sobre sus logros en AMEG, la participante Dora menciona:

“Bueno, pues de todas maneras sí, si ha habido como logros, Sí, por ejemplo, porque por medio de la asociación hemos tenido muchos proyectos, eh, hemos tenido proyectos muy buenos en los cuales nos ayudan para mejorar nuestro, nuestro lote, nuestra finca. Sí, eso es un logro también como, por ejemplo, las salidas que hemos podido salir por allá a otros lados” (Dora, comunicado personal, 20 de marzo de 2024).

Estos proyectos y sus resultados son muestra del agenciamiento participativo; pues, como señalan Camargo y Castañeda (2020), la agencia colectiva se manifiesta en la asociación y el trabajo en equipo que surge en los movimientos de resistencia, los cuales buscan un cambio en las condiciones de vida o la mejora de algún aspecto social o económico. Si bien las mujeres rurales que participan en redes sociales como AMEG aún experimentan desafíos en su desarrollo personal y profesional, la asociación busca mejorar sus condiciones de vida de forma personal y colectiva.

Finalmente, el agenciamiento de las mujeres rurales participantes del estudio se destaca por ser emancipador. AMEG, como red social, ha permitido que las mujeres integrantes se reconozcan como líderes dentro de su comunidad. Lo que en un momento fue el grupo de “Las locas del paseo” (Estela, comunicado personal, 22 de marzo de 2024), se ha

convertido en un espacio de representación femenina y formación de lideresas, demostrando así que las redes inciden en la libertad de las integrantes no solo para tomar decisiones, sino para ejercer un papel de liderazgo dentro y fuera de la asociación.

Según Ángel et al. (2009), “La vinculación de las mujeres a escenarios distintos al ámbito privado, ocasiona modificaciones en la forma de verse a sí mismas y a los que le rodean, (...) la vinculación a escenarios de participación y organización las hace conscientes de su subordinación y de la importancia de su aporte a la Sociedad” (p. 133). En efecto, las integrantes de AMEG han demostrado que la influencia de la red social en sus vidas les ha hecho más conscientes de sus condiciones de subordinación, pero también de lo significativo de sus aportes a la comunidad.

“Pues es algo muy bueno, ha sido muy bueno, muy efectivo, pues nos ha sacado muchas veces de mucha ignorancia” (Estela, comunicado personal, 22 de marzo de 2024)

A propósito de la emancipación por medio de la reflexión y el papel de liderazgo dentro y fuera de la red, las mujeres de AMEG han encontrado formas de asociarse para ayudar a otras que estén en necesidad. Como se mencionó anteriormente, existe un comité de solidaridad, el cual se encarga de reunir fondos o bienes para ayudar a las integrantes que estén pasando por situaciones económicas difíciles o en su salud. El comité de solidaridad es una forma de establecer una red interna que no solo sirve para solventar las necesidades de una integrante, sino que también es una forma de reconocer el impacto que, como mujeres parte de una red social, pueden hacer para mejorar las condiciones de vida de la comunidad.

“... Por ejemplo, también hay un grupo que es el grupo de solidaridad y ese grupo se encarga de, de qué, por ejemplo, si hay casos especiales, por ejemplo, que hay una

persona muy enferma, entonces ese grupo se encarga de recolectar fondos para llevarle a esa persona.” (Dora, comunicado personal, 20 de marzo de 2024)

Cuando se indaga con las participantes sobre su papel en la comunidad, todas ellas se reconocen como líderes, empresarias o como mujeres muy colaboradoras. Son conscientes de que cumplen un rol importante en su comunidad, familia y en la asociación con los aportes que hacen.

“En mi comunidad de ser una persona muy colaboradora, pues tanto en el hogar también en la asociación porque si me dicen mire que toca traer algo si yo puedo con mucho gusto o me esfuerzo a colaborarles porque así toca, por eso me caracterizo como una persona muy colaboradora y me gusta apoyar mucho” (Estela, comunicado personal, 22 de marzo de 2024)

Asimismo, el carácter emancipador del agenciamiento desde la red social no digital se evidencia en las diversas formas en que afrontan las dificultades como comunidad. En su historia, AMEG, como asociación femenina, enfrentó el rechazo y las críticas de la comunidad, así como el cierre de la planta por presión social y de las autoridades locales (Arts Collegium, 2019).

“Claro, mucha gente no le gustó, no le gusta, porque somos las locas del paseo (...) Que porque ahorita hacemos una cosa y que otro día hacemos otra. Sí y porque es de mujeres porque como aquí no comparten solamente de hombres Orlando. El de gris, el trabajador ahí, pero todas son mujeres, entonces son las locas del sitio” (Estela, comunicado personal, 22 de marzo de 2024)

No obstante, las integrantes han sobrellevado esas dificultades y críticas y han demostrado que el proyecto es no solamente rentable, sino que aporta significativamente a la comunidad.

“Sería el tema de liderazgo también porque, pues es una oportunidad que Dios nos ha dado podernos dar conocer en la asociación, en la comunidad, en el municipio, sí ha sido un tema superimportante, si se ha notado el desarrollo que hemos tenido como mujeres.” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024)

Este rasgo emancipador del agenciamiento a partir de la red social demuestra el impacto que esta ha tenido en la comunidad y sus participantes a lo largo de los años. Por consiguiente, las integrantes de AMEG cumplen con las condiciones de agenciamiento enunciadas por Crocker y Robeyns (2009): autodeterminación, al decidir qué hacer y ejecutarlo; orientación por razón y deliberación, pues sus acciones responden a una reflexión crítica sobre la realidad; acción, pues día a día se ejecutan procesos diferentes desde sus decisiones; e impacto, porque las acciones de la asociación han sido efectivas en cumplir con sus objetivos para mejorar la calidad de vida de las asociadas.

Bajo esta perspectiva emancipadora las mujeres rurales han encontrado formas de agenciamiento que van desde lo privado hacía lo público, estableciendo relaciones horizontales con sus comunidades, tomando decisiones en el hogar, comprendiendo su rol y aportes dentro de la familia y la comunidad y, como en el caso de AMEG, asociándose para generar cambios en sus modos de vida y realidades. Vásquez et al. (2014) argumentan que el primer espacio de agenciamiento femenino rural es el hogar, pues muchas mujeres han tomado la decisión de hacerse cargo de sus familias a causa del fallecimiento o abandono de sus compañeros; del mismo modo, aun con la presencia del padre de familia, muchas mujeres rurales son libres de tomar decisiones en cuanto a la administración de los recursos o el curso

que tomará la familia en decisiones importantes. Según el relato de Estela, ella ha decidido tomar las riendas de su familia debido al abandono económico de su compañero, con los ingresos, la capacitación y el apoyo que ha recibido al participar en la red social de AMEG, ella puede ver por sí misma y por las necesidades del hogar.

“Pues yo sí soy que la, en el momento, ya hace como unos 10 años para acá me dedico a cuidar del hogar, soy la que manejo, manejo de las vacas para sobrevivir en la casa, a lo que hay que hacer, comprar las cosas para sobrevivir, mi marido de eso no se entiende de nada, es solo para el solo...” (Estela, comunicado personal, 22 de marzo de 2024)

La participación en AMEG, permite que sus integrantes sean más conscientes de que pueden ver por sí mismas y cubrir sus propias necesidades. Además de proveer un apoyo económico para sus asociadas, se convierte en una red de apoyo y emancipación.

**7.3.3.1 El Rol del Compañero en el Agenciamiento:** Como categoría emergente dentro de la caracterización del agenciamiento que surge desde AMEG, Se destaca el papel que el compañero sentimental y los hombres de la vereda juegan en el agenciamiento de las mujeres y la comunidad es esencial. Las participantes mencionan que los compañeros han sido de ayuda para muchos de los proyectos e incluso para la construcción de la planta donde trabajan y se reúnen hoy en día. Del mismo modo, argumentan que los hombres han sido de apoyo también como proveedores de leche, sosteniendo la organización con la materia prima necesaria para funcionar.

“Los hombres pues creen bastante en nosotros, digamos nosotros tenemos 47 socias, pero, pues, digamos no todas tienen leche y bueno... lo que se hizo fue una convocatoria para que nos vendieran leche y pues de allí ya la mayoría son hombres o

sea por 100 proveedores tenemos 89, me parece que son, y pues la mayoría son hombres. Ya creen en nosotros, ya digamos podemos contar con que, si vamos a hacer algún tipo de actividad, los esposos de las socias van a colaborar como que ya no está esa diferencia de que: *ay no, ustedes mujeres y tal no*, sino para que ya, ya la inclusión ha sido bastante, bastante ya no se ve esa diferencia, la verdad nosotros seguimos asociación de mujeres emprendedoras, pero, pero no, ya los hombres están bastante, también participan, sí” (Juliana, comunicado personal, 21 de marzo de 2024)

Los compañeros de las asociadas se han integrado con la red social aportando a las actividades de esta y, aunque la red se mantiene como asociación femenina rural, los hombres de la vereda ahora creen en ella y han aportado al sostenimiento de la misma.

Sin embargo, este apoyo no ha sido siempre así, sino que se ha transformado con el tiempo, en un principio hubo resistencia por parte de los hombres, pues no veían la remuneración por el trabajo o la dedicación de sus esposas, convenciendo incluso a muchas de desertar.

“Comenzaron las reuniones para el tema organizacional; ya muchas reuniones, muchas capacitaciones, comenzaron las señoras a desertar porque los esposos comenzaron a molestar porque tanta capacitación, cero remuneraciones. Eso fue un tema supercomplejo a nivel social” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024)

Según Estela, en su caso, su compañero aún no aprueba su participación en la red, argumentando que no quiere que se independice o que se dedique a otras cosas, además del trabajo en la casa.

“No, él no es partidario de esto, nos disgustamos por eso (...) porque no le gusta, porque que ya uno se independiza y que uno hace lo que la gana se le da y que no está al pendiente de él.” (Estela, comunicado personal, 22 de marzo de 2024)

Según la participante, ha habido malentendidos con su compañero sentimental por su participación en la asociación, pero ella aun así sigue asistiendo a las reuniones y participando activamente. Bajo la perspectiva del agenciamiento personal, esto demuestra que, aunque exista resistencia externa, las mujeres pueden seguir decidiendo por y para sí mismas según sus propios criterios, valores y reflexión.

**7.3.3.2 Ocio y Agenciamiento:** Finalmente, otra categoría emergente dentro de la caracterización del agenciamiento investigación es la de los espacios de ocio de las mujeres rurales. Maciazeki et al. (2016), argumentan que las mujeres rurales tienen poco espacio para desarrollar actividades de ocio, pues su tiempo se distribuye principalmente entre el trabajo agropecuario, el cuidado y los oficios en casa. En efecto, al indagar por los pasatiempos de las participantes, ellas manifiestan no tener mucho tiempo libre, pues tienen muchas ocupaciones en las cuales dedicarse, desde el trabajo en el ordeño hasta la preparación de los alimentos en casa.

“Pues, libre no eso sí tiempo libre si esta como poco” (Dora, comunicado personal, 20 de marzo de 2024)

Sin embargo, las participantes manifiestan que en los pocos espacios libres que tienen les gusta dedicarse a actividades como el tejido o las actividades de esparcimiento que ofrece la asociación.

“A mí me gusta mucho tejer, entonces cuando estoy cansada, llego y a esta hora me pongo tejer un ratico” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024)

AMEG tiene un sistema de comités en el cual existe un comité cultural, dedicado a realizar actividades para celebrar cumpleaños, fechas especiales y proveer de un momento de esparcimiento a las asociadas. En palabras de Dora:

“como para ser más, más creativos, más sí como para ser unos días más chéveres de que no solamente sea mero trabajo” (Dora, comunicado personal, 20 de marzo de 2024)

Estas celebraciones se convierten en una oportunidad para las asociadas de resistir a la falta de tiempos de ocio, fortalecer su tejido social y desarrollar sus habilidades emocionales y sociales. Según Maciazeki et al. (2016), los lugares de ocio de las mujeres rurales son generalmente los encuentros sociales de las veredas y la participación en actividades religiosas. AMEG, como red social, provee a las integrantes de otros espacios que también aseguran que las mujeres tengan momentos fuera del trabajo para fomentar sus tiempos de ocio y divertimento.

Así pues, las manifestaciones de agenciamiento personal y colectivo evidenciadas en los datos del presente estudio, al ser contrastadas con la teoría, y la interpretación del investigador, permiten caracterizarlo como un agenciamiento desde la motivación tanto personal como colectiva. De igual manera, se destaca por ser un agenciamiento situado, pues surge en y para el territorio rural, buscando formas de mejorar la calidad y escogencias de vida de la comunidad de la vereda. Este agenciamiento demuestra ser dinámico, por el carácter cambiante e la red; participativo, pues todas las opiniones y aportes de sus integrantes son importantes. Y finalmente, se identifica como un agenciamiento emancipador, ya que motiva el reconocimiento de las condiciones de subalternidad de las asociadas junto con la valoración de sus espacios de ocio. Asimismo, promueve la autonomía de las

integrantes y la identificación de su contribución como líderes sociales por parte de los hombres de la comunidad

#### **7.4 Relación Gráfica de Categorías de Análisis**

Para AMEG, la metáfora de la colmena y las abejas obreras es fundamental para explicarse como asociación de mujeres trabajadoras en pro de un bien común (Arts Collegium, 2019). En el presente estudio, se utiliza la colmena como representación de la integración de las categorías de análisis para resumir cómo estas se interrelacionan.

Si bien las categorías se distribuyen de forma jerarquizada, en el estudio se identifica que están estrechamente interrelacionadas unas con otras, lo cual se representa con el paso de las abejas (línea punteada) como relación de influencias. En primer lugar, se define a las mujeres rurales como un sujeto plural que es elemental para el desarrollo de su comunidad y que está directamente ligada con su territorio, lo cual representa beneficios, pero también ciertos desafíos debido a las precariedades de este. En esta dinámica, las mujeres cumplen diferentes roles: el productivo, reproductivo y comunitario.

A partir de la investigación, se descubre cómo las mujeres que están en AMEG también cumplen el rol de educadoras y transmisoras de saber, así como el de trabajadoras con otras mujeres, vertientes de su rol productivo y comunitario, pero también elementos clave dentro de la construcción de redes sociales no digitales.

A propósito de las redes sociales no digitales, se destaca su carácter de intercambio e interacción, donde las mujeres de AMEG han logrado construir redes externas con alcaldías, fundaciones y otras redes sociales para fortalecerse y permanecer con el paso del tiempo. De igual manera, surge también la categoría de autosostenimiento de la red social y las relaciones de amistad que han surgido y se han fortalecido gracias a la construcción y

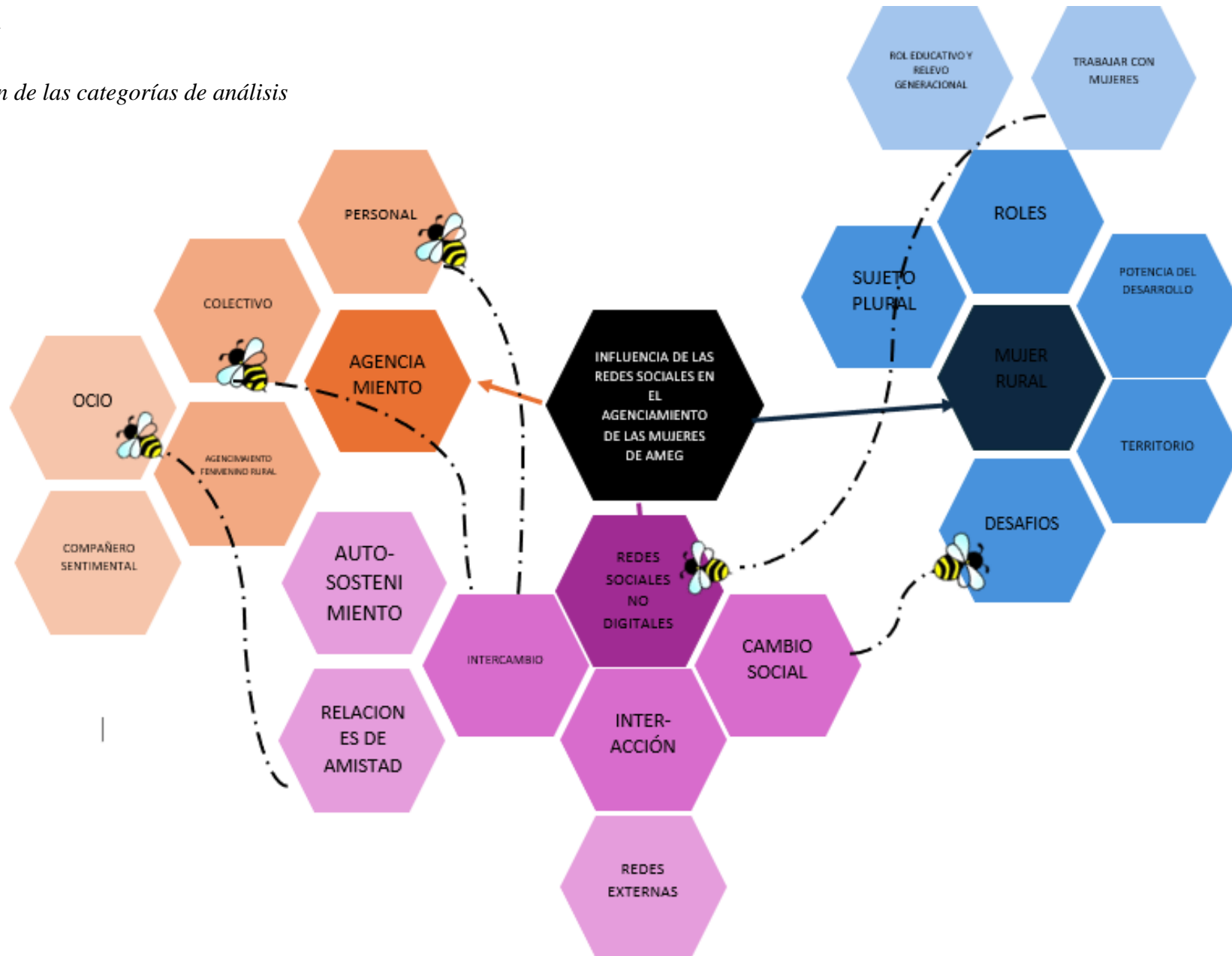
participación de las asociadas. Dentro del carácter interactivo de la red, también se identifica que se fortalecen las relaciones vecinales, influenciado así el agenciamiento colectivo de las mujeres y el aumento de su confianza para compartir sus opiniones y tomar decisiones por sí mismas y en comunidad.

En la categoría de agenciamiento, se encuentra que la participación en AMEG ha influenciado en el agenciamiento tanto personal como colectivo de las asociadas. En el personal, la red social representa la motivación para trabajar por sí mismas, promueve alternativas de trabajo en el campo, así como la independencia y la educación. En lo colectivo, la creación de proyectos ha permitido que las asociadas se beneficien en materia de capacitaciones y que se motiven a educarse para apoyar a la red. También se ha visto como todas son beneficiadas con bienes y servicios para mejorar su estilo de vida y se han hecho más conscientes de su posición de subalternización, lo cual les permite establecer estrategias que generen el cambio social y hagan frente a los desafíos de ser mujeres en el campo. A su vez, las participantes han aumentado su agenciamiento al reconocer que sus aportes son significativos para la red y para el territorio, formándose como líderes que ayudan al desarrollo de la vereda, desde colaboraciones *pequeñas*, hasta el diseño y ejecución de proyectos a gran escala.

Dentro de este agenciamiento se evidencia también que los hombres de la comunidad han ido disminuyendo la resistencia a la independencia laboral y social de las mujeres en el territorio y hoy día ayudan y confían en la asociación, logrando así disminuir en cierta medida las brechas de género. Finalmente, AMEG también ha generado más espacios de ocio, donde las mujeres, como amigas, pueden compartir y tener momentos de esparcimiento fuera del campo laboral y los oficios del hogar.

Figura 1

*Relación de las categorías de análisis*



## 8. Consideraciones finales

A modo conclusión, el acercamiento a la historia de vida de las mujeres integrantes de AMEG en cuanto a su relación con la asociación ha permitido, en el presente estudio, determinar cómo estas redes sociales y de trabajo han influenciado en el agenciamiento de las integrantes, tanto a nivel personal, como colectivo.

Se identifica que, más allá de las definiciones estereotipadas y homogeneizadoras de las mujeres rurales, ellas cumplen un rol transformador dentro de sus comunidades y no son ajenas a esta realidad, pues la reconocen y la defienden, tal y como se manifiesta en sus relatos. De igual manera, se entiende que las mujeres rurales son un sujeto plural y diverso que resiste desde los territorios a través de su capacidad de asociarse y enfrentar las dinámicas invisibilizadoras y patriarcales aún presentes en el campo. Por su parte, las mujeres participantes han experimentado un aumento en su agencia personal y colectiva en diferentes niveles, al punto que la mayoría manifiesta que las dinámicas machistas que vieron en sus familias cuando pequeñas han ido disminuyendo gradualmente en el territorio hasta concluir que eso “ya casi no se ve” (Ana, comunicado personal, 23 de enero de 2024). Sin embargo, las participantes reconocen que hay mucho trabajo por hacer para sacar adelante la asociación y mejorar la calidad de vida de las integrantes. Por ende, buscan otros proyectos de funcionamiento, como el sector turístico y asociaciones externas que fortalezcan la red y sean atractivas para que integrantes más jóvenes se apropien de la asociación y esta permanezca en el tiempo.

En lo respectivo a los elementos de la red social que influyen en el agenciamiento de las participantes, se evidencia que la participación en AMEG ha permitido que sus integrantes se capaciten tanto profesional como laboralmente de manera que puedan aportar a la red y a la comunidad desde sus saberes; la educación juega un papel esencial en la construcción del

agenciamiento de las mujeres rurales, pues sin reflexión, no hay agenciamiento. Por otra parte, la red ha permitido que las mujeres de la vereda y de otras veredas se abran a otros modos de vida y desarrollo personal y profesional que no sean solo el trabajo agropecuario.

AMEG también ha propiciado espacios de reflexión donde las integrantes comprenden su papel en el territorio y proponen ideas y planes de acción para enfrentar las manifestaciones de subalternización sistémica de las que son objeto. Por medio de la asociatividad, la red social ha motivado a las mujeres a ser independientes financiera y socialmente, de manera que, aunque trabajan en su familia y aportan con sus ganancias, también puedan tomar sus propias decisiones sobre qué hacer con su tiempo libre, con sus finanzas y con los recursos físicos e intelectuales que poseen.

En cuanto a la caracterización de la influencia de la red en el agenciamiento de las asociadas, las participantes manifiestan que el trabajo en AMEG es algo que hacen con esmero, dedicación, pero sobre todo de voluntad propia y con amor. Esto demuestra que, la motivación es una cualidad fundamental del agenciamiento femenino rural en la asociación. Se identifica, a su vez, que el carácter interactivo de las redes sociales no digitales permite a las mujeres agenciarse y fortalecer la red, estableciendo relaciones con organizaciones externas y fortaleciendo las redes internas. Este dinamismo se evidencia también en los diversos modos de agenciamiento que las participantes han encontrado, tales como la participación política y social y la obtención de recursos y capacitación para la mejora de sus cultivos. Asimismo, la participación en AMEG ha influenciado en el reconocimiento de las socias como líderes y agentes de cambio; lo que en algún momento fue una idea innovadora, pero con poca credibilidad, hoy en día es una asociación sólida que se ha mantenido por más de 23 años y que ha ganado el reconocimiento del municipio, siendo pioneras en la generación de empleo para mujeres y en proyectos con enfoque de género. Es

así como las redes sociales no digitales como AMEG pueden influenciar en el agenciamiento tanto personal como colectivo de las mujeres rurales.

## 9. Bibliografía

- Agencia presidencial de cooperación internacional de Colombia. (2018). *MinAgricultura presenta diagnóstico de la situación de la mujer rural*. Recuperado de <https://www.apccolombia.gov.co/MinAgricultura-presenta-diagnostico-de-la-situacion-de-la-mujer-rural>
- Ángel, S., Bernal, M., y Valdés, C. (2009). Vivencias colectivas en voces femeninas “experiencias organizativas, grupos de mujeres campesinas, indígenas, afrocolombianas y sindicalistas”. *Revista Tendencias y Retos*, 14(1), 121-134. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4929200>
- Arias, A. y Alvarado, S. (2015). Investigación narrativa: apuesta metodológica para la construcción social de conocimientos científicos. *CES Psicología*, 8(2), 171-181. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=423542417010>
- Arts Collegium, (2019). *Maravilla láctea, historia de la Asociación de mujeres emprendedoras de Guatavita*. Conservación internacional Colombia. <https://www.conservation.org.co/media/Maravilla-la%CC%81ctea-isbn.pdf>
- Asociación de Mujeres Emprendedoras de Guatavita, (2020). *Quiénes somos*. <https://ameg.com.co/our-story/>
- Ávila, J. (2012). *Redes sociales y análisis de redes. Aplicaciones en el contexto comunitario y virtual*. Corporación Universitaria Reformada.
- Bullok, R., y Tegbarú, A. (2019). Women's agency in changing contexts: A case study of innovation processes. *Geoforum*, 105(2019), 78-88. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2019.07.007>

Camargo, K., y Castañeda, N. (2020). *El agenciamiento de lo comunitario en la configuración de las subjetividades políticas de Guanacas, Inzá Cauca: Una reconstrucción colectiva de la historia*. [Tesis de maestría, universidad pedagógica nacional, CINDE]. *Repositorio institucional en CINDE*. Obtenido de <https://repository.cinde.org.co/bitstream/handle/20.500.11907/2620/EL%20AGENCIAMIENTO%20DE%20LO%20COMUNITARIO%20EN%20LA%20CONFIGURACION%20DE%20LAS%20SUBJETIVIDADES%20POLITICAS%20DE%20GUANACAS%20INZA%20CAUCA%20UNA%20RECONST~1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

CEPAL. (2013). *Duodécima Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/ba9437b2-44d1-4334-a9f1-483cd660d256/content>

Chase, S. (2012). Investigación narrativa. En N. K. Denzin y Y. Lincoln (Eds.), *Manual de investigación cualitativa*. Gedisa

Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca. (2020). *Las mujeres campesinas de Guatavita que mandan en el negocio de la leche*. <https://www.car.gov.co/saladeprensa/las-mujeres-campesinas-de-guatavita-que-mandan-en-el-negocio-de-la-leche#>

Correia, J., Chies, C. y França, F. (2020). O empoderamento de Mulheres aposentadas rurais: Estudo sobre agricultoras do Município de Mamborê, Paraná. *Revista Latino-Americana de Geografia e Gênero*, 11(1), 134-151. <https://doi.org/10.5212/Rlagg.v.11.i1.0008>

- Deere, C., Lastarria-Cornhiel, S., y Ranaboldo, C. (2011). *Tierra de mujeres: Reflexiones sobre el acceso de las mujeres rurales a la tierra en América Latina*. Coalición Internacional para el Acceso a la Tierra.
- Deleuze, G., y Guattari, F. (1994). *Mil Mesetas Capitalismo y Esquizofrenia*. Pre-textos.
- Díaz, D. (2002). *Situación de la mujer rural Colombiana (Trabajo Femenino rural)*. Ediciones Antropos.
- Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales*, 12, 113-121.  
<https://www.redalyc.org/pdf/3221/322127622007.pdf>
- González, C. y Balsadúa, M. (2007). La formación de redes sociales en el estudio de actores y familias. Perspectivas de estudio en historia y antropología. *REDES. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 12(8), 1-27.  
<https://doi.org/10.5565/rev/redes.104>
- Hernández, R., Fernández, C-, y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill Interamericana Editores.
- Infante, B. (2021). *Mujeres rurales: desigualdades entrecruzadas*. CLACSO.  
<https://www.clacso.org/wp-content/uploads/2021/03/V3-Conv01-Munster-Mujeres-rurales-Cuba.pdf>
- Jaime, P., Lima, M., y Brunstein, J. (2023). In between light empowerment and corporate moderate feminism: gender equality and women's emancipation in organizations. *Cvitas- Revista de Ciências Sociais*, 23(1), 1-11. <https://doi.org/10.15448/1984-7289.2023.1.39808>

- Leguizamón, M., y Cruz, J. (2023). Lineamientos de política pública para la mujer rural y campesina en Boyacá, Colombia: una mirada desde las lideresas sociales. *Espacios*, 44(5), 92-105. <https://revistaespacios.com/a23v44n05/a23v44n05p07.pdf>
- Leiva, E. (2015). Poder y Teoría Social: concepciones y debates actuales [Ponencia] Poder, agencia y empoderamiento. Buenos Aires, Argentina. Obtenido de [http://diferencias.com.ar/congreso/ICLTS2015/ponencias/Mesa%203/ICLT2015\\_Mesa03\\_Leiva.pdf](http://diferencias.com.ar/congreso/ICLTS2015/ponencias/Mesa%203/ICLT2015_Mesa03_Leiva.pdf)
- Lemus, J., y Fuentes, N. (2023). Mitos y creencias acerca de la violencia contra las mujeres rurales del municipio de Aquitania- Boyacá, Colombia. *Ciencia y Cuidado*, 20(2), 20-28. <https://doi.org/10.22463/17949831.3653>
- López, M. P. (2021). *Ni calladas ni sumisas: Tránsito femenino en Colombia, siglos XVII – XX*. Editorial Uniagustiniana.
- Lugo-Morin, D. (2011). Análisis de redes sociales en el mundo rural. *Revista de estudios sociales*, 38(216), 129-142. <https://www.redalyc.org/pdf/815/81522307010.pdf>
- Luna, M. (2004). Redes sociales. *Revista mexicana de sociología*, 66(Número Especial), 59-75. <http://mexicanadesociologia.unam.mx/docs/vol66/numesp/v66nea6.pdf>
- Maciazeki, R., Nogueira, C., y Filgueiras, M. (2016). Mulheres em contextos rurais: um mapeamento sobre gênero e ruralidade. *Psicologia y Sociedade*, 28(1). <https://doi.org/10.1590/1807-03102015v28n1p115>
- Mandariaga, C., y Sierra, O. (2000). Redes sociales y pobreza. *Psicología desde el Caribe*, 5, 127-156. <https://www.redalyc.org/pdf/213/21300506.pdf>
- Mejía, P., y Burgos, A. (2020). *Tráfico de saberes. Agencia femenina, hechicería e Inquisición en Cartagena de Indias (1610-1614)*. Iberoamericana.

<https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/eltallerdelahistoria/article/download/4026/3246>

Mora, G., y Constanzo, J. (2018). Empezar sin descuidar la casa: posiciones y dinámicas organizativas en una asociación productiva de mujeres rurales. *Cuadernos De Desarrollo Rural*, 14(80). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr14-80.edcp>

Pereyra, H., y Escobar, V. (2022). Cuerpos, territorios y resistencias junto a mujeres rurales en Santiago del Estero, Argentina. 36(1), 1-16.  
<https://doi.org/10.35588/estudav.v0i36.5632>

Pérez, J., Nieto, J., Moncada, C. (2022). La investigación en contextos sociales y educativos desde métodos narrativos. *Civilizar, ciencias sociales y humanas*, 22 (42):  
<https://doi.org/10.22518/jour.ccsch/20220110>

Pick, S., Sirkin, J., Ortega, I., Osorio, P., Martínez, R., Xocolotzin, U., y Givudán, M. (2007). Escala Para Medir Agencia Personal y Empoderamiento (ESAGE). *Revista Interamericana de Psicología*, 41(2), 295-304.  
<https://www.redalyc.org/pdf/284/28441304.pdf>

Restrepo, A. y Lautaro, J. (2022). Mujeres rurales en Colombia. *Mujeres rurales en Colombia*, 219, 7-14. <https://doi.org/10.54118/controver.vi219.1262>

Riaño, R., y Okali, C. (2008). Empoderamiento de las mujeres a través de su participación en proyectos productivos: experiencias no exitosas. *Convergencia*, 15(46), 119-141.  
<https://www.redalyc.org/pdf/105/10504606.pdf>

Rivera, M., Mahecha, M., Jiménez, F., y Mahecha, A. (2019). Narrativas de mujeres rurales en medio del conflicto armado colombiano: Caso Grupo “El Progreso” Vereda Alto Palmar, Viotá – Cundinamarca. *Journal of Asia Pacific Studies*, 5(3).

<https://www.studocu.com/co/document/corporacion-universitaria-minuto-de-dios/trabajo-social-de-comunidad/las-mujeres-rurales-en-viota/61213718>

Robeyns, I., y Crocker, I. (2009). *Capability and Agency*. Cambridge University Press.

Rodríguez, M., Albarracín, A., Jiménez, L., y Vargas, G. (2022). Agenciamiento de comunidades campesinas en Colombia. En I. Solyszko, y C. Carrera, *Sujetos de reparación colectiva y construcción de territorios de paz. Libro 3, Políticas para la reparación de comunidades campesinas víctimas del conflicto armado: aportes desde trabajo social*. (pp. 119-189). Obtenido de <https://bdigital.uexternado.edu.co/handle/001/13293>

Rueda, M., Sigala-parapela, L. y Armas, W. (2023). Análisis cualitativo por categorías a priori: reducción de datos para estudios gerenciales. *Ciencia y sociedad*, 48(2), 83-96  
<https://doi.org/10.22206/cys.2023.v48i2.pp83-96>

Sánchez, M., Pérez, J., y Morán, M. (2011). Mujer rural, capital social y asociacionismo en Extremadura. *Congreso Universitario Nacional Investigación y Género*, 3(1), 1825-1834. <http://hdl.handle.net/11441/39825>

Segato, R. (2016). *La guerra contra las mujeres*. Traficantes de sueños.

Silva, I., y Mina, P. (2012). Mujer-madre: dinámica familiar desde su potencialidad y capacidad de agenciamiento. *Tonos digital: revista de estudios filológicos*, 23(1).  
[https://www.um.es/tonosdigital/znum23/secciones/tintero-9-mujer\\_madre.htm](https://www.um.es/tonosdigital/znum23/secciones/tintero-9-mujer_madre.htm)

Solórzano, M., Rodríguez, A., y Real, S. (2021). Construir el territorio desde la economía social y solidaria y el feminismo: proyecto «Quédate». *Revista Euroamericana De Antropología*, 10(1), 177–201. <https://doi.org/10.14201/rea202010177201>

- Suárez, E., Mosquera, T., y Del Castillo, S. (2018). Empoderamiento y proceso asociativo de mujeres rurales: un estudio de caso de zonas rurales de Bogotá y Cundinamarca, Colombia. *Agronomía Colombiana*, 36(2), 158-165.  
<https://doi.org/10.15446/agron.colomb.v36n2.66927>
- Vásquez, v., Perazzolo, R., Riskey, M., y Giménez, C. (2014). Resistencias desde los márgenes: la experiencia migratoria de las mujeres como forma de agencia social. *Revista de estudios de género: la Ventana*, 59-87.  
<https://www.redalyc.org/pdf/884/88435817004.pdf>
- Villa, J., y Reyes, A. (2018). Participación de la mujer Rural en los programas de desarrollo con enfoque territorial: Una mirada con enfoque de género. *Opinión jurídica*, 17(35), 225- 279. <https://doi.org/10.22395/ojum.v17n35a11>
- Vione, M., y Giongo, N. (2014). A tríade de lazer de mulheres camponesas do meio rural de joia (RS): atividades religiosas, rede de vizinhança e festas comunitárias. *Gênero*, 15(1). <https://doi.org/10.22409/rg.v15i1.635>
- Vione, M., Jaime, F., Giongo, M., Peyrot, C., Fontana, E., y Libardi, R. (2022). Mulheres rurais, cuidados de si e práticas de lazer. *Conselho Nacional Científico e Tecnológico*, 1, 1-10.  
[https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/373/2019/06/Regional\\_Erechim\\_2013-6.pdf](https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/373/2019/06/Regional_Erechim_2013-6.pdf)
- Zabala-Murillo, M., Lobo-Anaya, K., y Vargas-Prieto, A. (2023). Los tres roles de la mujer rural en el desarrollo de los territorios: productivo, reproductivo y comunitario. *Clío América*, 33, 17-33. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8948562>

## 10. Anexos

### Anexo 1: Protocolo de Entrevista

---

#### Protocolo para la realización de entrevistas a profundidad

---

La presente investigación se desarrolla con el objeto de optar por el grado de Magíster en Desarrollo Educativo y Social y se titula **AGENCIAMIENTO DE LA MUJER RURAL DESDE LA CONSTRUCCIÓN DE REDES SOCIALES NO DIGITALES: UNA INVESTIGACIÓN BIOGRÁFICA**. El objetivo de esta investigación es determinar la incidencia de la construcción de redes sociales no digitales en los procesos de agenciamiento femenino rural por medio de una reconstrucción de carácter biográfico. Se pretende desarrollar 6 entrevistas a profundidad para obtener información relevante que permita establecer relaciones entre las redes sociales no digitales y su influencia en el agenciamiento en sus diferentes manifestaciones para así responder a la pregunta de investigación.

El protocolo a continuación funciona como guía para desarrollar las entrevistas a profundidad que se harán con 6 integrantes de la Asociación de mujeres Emprendedoras de Guatavita (AMEG).

---

#### Proceso de la entrevista

---

##### Objetivo:

1. Identificar qué aspectos de la participación en AMEG inciden en el agenciamiento personal y colectivo de las mujeres integrantes a partir de sus relatos de vida.

Para el desarrollo de la entrevista y para dar respuesta al objetivo planteado se sugieren los siguientes temas centrales de conversación.

1. ¿Qué significa, para usted, ser una mujer campesina?
2. ¿Cómo ha cambiado su vida desde que pertenece a AMEG?
3. ¿Cómo participa en las decisiones de su familia o de su comunidad?

Las entrevistas se harán teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

---

---

Fecha: por Definir

Lugar: por definir

Duración 30 minutos aprox.

Participantes 1

---

### **Desarrollo de la Entrevista**

---

A continuación, se propone un esquema para el desarrollo de la entrevista a profundidad.

1. Saludo y presentación del investigador: Se debe realizar un espacio inicial en que se garantice:
  - Presentación de los participantes en la entrevista
  - Presentación del objetivo de la investigación y sus elementos principales.
  
2. Entrevista a profundidad: Es un espacio de conversación en que se construye conocimiento entre el entrevistador y el entrevistado a partir de unas preguntas abiertas.
  
3. Proceso de investigación: La entrevista, en este caso, está diseñada para obtener información relevante que permita determinar la influencia, si existe, de la participación en redes sociales no digitales en el agenciamiento femenino rural. Se tendrán en cuenta las siguientes consideraciones:
  1. Hacer o dar a entender las preguntas (ver tabla).
  2. Permitir que los participantes respondan libremente.
  3. Dirigir la conversación en torno a las preguntas guía
  4. Si surgen reflexiones que y preguntas que amplían la posibilidad de respuestas, hacerlas libremente.
  5. Si como facilitador de la conversación surgen otras preguntas o se desea preguntar más a fondo sobre algún tema en particular, se puede hacer.

---

### **Preguntas para la entrevista**

---

<b>Primera pregunta base</b>	<b>¿Qué significa, para usted, ser una mujer campesina? (mujer campesina)</b>
Posibles preguntas para la conversación	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ¿A qué se dedica?</li> <li>● ¿Con quién vive?</li> <li>● ¿Qué le gusta hacer en su tiempo libre?</li> <li>● ¿cuál es el trabajo que más le gusta?</li> <li>● ¿Es Guatava? Si no, ¿de dónde es?</li> <li>● ¿Cuánto tiempo lleva viviendo en Guatavita?</li> <li>● ¿Le gusta el pueblo, la vereda Carbonera alta?</li> </ul>
<b>Segunda pregunta base</b>	<b>¿Cómo ha cambiado su vida desde que pertenece a AMEG? (Redes sociales)</b>
Posibles preguntas para la conversación	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ¿Qué es lo mejor de trabajar en AMEG?</li> <li>● ¿Cuáles han sido los retos principales de trabajar con AMEG?</li> <li>● ¿Se dedica a otra ocupación además del trabajo en la organización?</li> <li>● ¿Cómo llegó a la organización?</li> <li>● ¿Cómo se siente trabajar con otras mujeres?</li> <li>● ¿Qué opina su compañero o su familia sobre su participación en la organización?</li> <li>● ¿hacen otras actividades en AMEG, además de la producción de lácteos?</li> <li>● ¿Cree que es importante para una mujer Campesina, hacer parte de colectivos como este?</li> </ul>
<b>Tercera pregunta base</b>	<b>¿Cómo participa en las decisiones de su familia o de su comunidad? (agenciamiento)</b>
Posibles preguntas para la conversación	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ¿algún logro personal que le haya hecho sentir fuerte y capaz?</li> <li>● ¿Cuáles son las esperanzas y aspiraciones que tienen para usted y para su familia?</li> <li>● ¿Cuáles han sido algunos retos a nivel personal que ha superado? ¿cómo lo hizo?</li> <li>● ¿cuál es su papel en la comunidad? ¿cómo influye usted en las decisiones en su familia, vereda o comunidad?</li> </ul>

Nota: es importante tener en cuenta que no es necesario hacer todas las preguntas, puesto que ellas son una guía para la conversación que pretende rescatar los aspectos principales

---

de la vida de los participantes relacionados con agenciamiento y construcción y participación en redes sociales no digitales.

---

### Aspectos a tener en cuenta

---

Para el adecuado desarrollo de la entrevista a profundidad es necesario tener en cuenta los siguientes lineamientos:

1. Preparar con antelación los materiales
  2. Llegar puntual a la cita con cada una de las participantes
  3. Servirse de un papel para tomar nota de aspectos que no sean grabados por audio, como gestos o particularidades no verbales.
  4. Contar con una planilla de consentimiento informado que firmen las participantes
  5. Ya en el encuentro, informar muy bien de qué se trata del proyecto y cuáles son sus principales objetivos
  6. Las participantes deben firmar el consentimiento informado.
  7. Solicitar permiso para grabar la sesión
  8. Dar las gracias a las participantes por facilitar la información y hacer posible el desarrollo de la entrevista
- 

## **Anexo 2: Formato de Consentimiento Informado**

Bogotá. 23 de enero de 2024

Apreciada asociada de AMEG

Mi nombre es Kevin Sebastian Patarroyo Galindo y soy estudiante de la maestría en desarrollo educativo y social de la universidad pedagógica nacional en convenio con CINDE. Como parte de mis estudios, estoy desarrollando un proyecto de investigación titulado “Agenciamiento de la mujer rural desde la construcción de redes sociales no digitales: una investigación biográfica.” Quiero invitarla a participar en este proyecto, que permitirá entender de qué forma la construcción de redes sociales no digitales como AMEG motivan la toma de decisiones autónoma y la independencia económica y social de las mujeres en zonas rurales. Este proyecto tiene una finalidad académica; no tiene una finalidad comercial.

Si usted acepta participar, le pediré que me permita entrevistarla en la hora y día que usted determine conveniente. La entrevista tendrá una duración aproximada de 30 minutos y le haré preguntas sobre su concepción de mujer campesina, asociaciones y toma de decisiones.

Su participación en esta investigación no tiene ninguna recompensa material o económica y usted es libre de no participar o de retirarse cuando lo desee. Sus opiniones y aportes a esta investigación se usarán exclusivamente para este proyecto y se archivarán de manera segura. Si usted me autoriza, grabaré y transcribiré la entrevista y, si lo desea, puedo hacerle llegar copia de la transcripción para que usted pueda revisarla y corregirla si lo considera necesario. Su nombre no aparecerá en mi trabajo de grado. Mi trabajo de grado quedará a disposición del público en la biblioteca de la Universidad.

Estoy muy agradecido de que me haya permitido explicarle este proyecto. Si lo desea puede contactarme en el siguiente correo electrónico: [singerkev12@gmail.com](mailto:singerkev12@gmail.com) o al siguiente número telefónico 3204349353.

Gracias,



Kevin Sebastian Patarroyo Galindo

Maestrante Universidad Pedagógica Nacional-CINDE

Si está de acuerdo en participar en este proyecto, por favor escriba SI o NO con su puño y letra en cada una de las casillas y escriba su nombre y datos de contacto

- Acepto participar de manera libre y voluntaria en este proyecto y entiendo que no recibiré recompensa material o económica y que puedo retirarme cuando lo desee
- Autorizo a que grave la entrevista y tome apuntes durante la misma
- Solicito que me haga llegar copia de la transcripción de mi entrevista
- Autorizo que se utilice un seudónimo de mi nombre en el trabajo de grado o las publicaciones resultantes para mencionar que participé en esta investigación o cuando mis opiniones sean citadas
- Solicito que me haga llegar copia del trabajo de grado o de las publicaciones que se deriven de esta investigación

Nombre de la participante

Cédula de ciudadanía del participante:

Fecha:

Teléfono:

### Anexo 3: Matriz de Categorización

	MUJER RURAL	REDES SOCIALES NO DIGITALES	AGENCIAMIENTO	EMERGENTES		
MARCO TEÓRICO/ CONTENIDO ENTREVISTAS	Pluralidad	Interacción	Niveles	ROL DEL COMPAÑERO	REDES EXTERNAS	ACTIVIDADES DE OCIO
	Territorio	Intercambio	Agencia personal			
	Trabajar con mujeres	Amigas	Agencia Colectiva			
	Rol educativo		Agencia Femenina Rural			
	Relevo generacional					
ENTREVISTA1						

### Anexo 4: Ejemplo de Transcripción de Entrevista

#### TRANSCRIPCIÓN

#### ENTREVISTA 1

ANA, PRESIDENTA DE AMEG, 23-01-2024

	Mujer rural
	Redes sociales
	Agenciamiento

ENTREVISTADOR: Listo, y bueno, ya que conoces el propósito de la entrevista y todo lo demás, me gustaría saber, en primer lugar ¿Cómo fue... cómo empezaron con la idea de AMEG? Que sé que eres quien está encargada, como a la cabeza del proyecto ¿Cómo empezó todo?

PARTICIPANTE 1: Bueno pues esta idea empezó hace como 24, 25 años y esto inició porque pues somos un grupo de mujeres rurales. En el campo, pues había muy pocas oportunidades para las mujeres, había mucho, mucho trabajo, pero poca remuneración, predominaba el machismo. Entonces a raíz de todas esas experiencias que algunas señoras vivían en el hogar que contaban, entonces nosotras decidimos organizarnos, nos legalizamos en el año 2000, iniciamos que queríamos hacer algo, pero no sabíamos qué. No teníamos la idea clara, lo único era que queríamos como superarnos entonces, bueno, ya llegó el SENA llegó la Universidad Nacional eh, comenzamos a capacitarnos eh haciendo escobas, traperos, ¡no! pero esos instructores no tenían mucha idea del tema, acabamos con muchas cosas por esos químicos, no, eso fue un fracaso total

ENTREVISTADOR: ¡Ay, Dios!

PARTICIPANTE 1: Eh, entonces decidimos pues todas las señoras eran productoras. En su finca tenían leche, entonces ahí surgió la idea de comenzar a procesar esa leche que teníamos en las fincas. Comenzaron las reuniones para el tema organizacional; ya muchas reuniones muchas capacitaciones comenzaron las señoras a desertar eh Porque los esposos comenzaron a molestar porque tanta capacitación, cero remuneraciones. Eso fue un tema super complejo a nivel social, eh y ya cuando salieron muchas quedamos poquitas como que 13 de 30 ya comenzamos a, a elaborar productos teníamos muy poca credibilidad en la zona por el tema de género eso fue complejo porque eh sufrimos para adquirir materia prima pero ya finalmente comenzamos nuestra producción láctea. Comenzamos a edificar nuestra propia sede nuestra planta de producción luego que tuvimos la sede eh, hicimos los registros de INVIMA para los productos Bueno ya que etiquetas, Qué código, de ya que publicidad y ahí fuimos creciendo poquito a poquito y ahorita pues ya la cosa ha cambiado la situación es totalmente diferente ya tenemos credibilidad. Muchas personas se han sumado a nuestro proyecto porque les hemos demostrado que ha sido algo productivo benéfico para las familias para la comunidad. Al día de hoy, ya todos los productos tienen registro en INVIMA, la planta está certificada en buenas prácticas de manufactura eh Ya tenemos el camión para la distribución de los productos, vendemos queso, vendemos yogur arequipe panelitas cuajada además ahorita para el año pasado lanzamos un proyecto de giras agropecuarias.

Entonces esto consiste que vendemos unas rutas a la montaña unas caminatas a la montaña o unas salidas a algunas fincas demostrativas donde hay el tema de las gallinas hay invernaderos donde las señoras tienen sus huertas caseras, por todo ese tema de seguridad alimentaria hay invernaderos bueno algunas de restauración ecológica y así algunos temas ambientales. Entonces como lo hicimos como con el ánimo de que llega gente llegan personas y también compran, pues ellos compran productos entonces también ahí es como una ayudita también han habido temporadas super complejas y cuando nadie quiere leche, nadie quiere productos lácteos hay temporadas buenas, pero también hay temporadas super complejas pero pues finalmente las señoras ahí están motivadas porque siempre reciben sus capacitaciones también nosotras gestionamos algunos proyectos hemos adquirido maquinaria o algunas cositas también para las fincas de él y más o menos esa es nuestra historia.

ENTREVISTADOR: Entiendo ¿qué tal es que tal es ese trabajo con, con otras mujeres? ¿Cómo se siente? eh ¿Qué tal ha sido trabajar con ellas?

PARTICIPANTE 1: Pues me ha parecido fácil, la verdad la gente se queja que ¡ay! que con mujeres como será de complicado, pero no pues la verdad la mayoría de las mujeres de acá son mujeres humildes entonces ellas son como muy receptivas. Eh... No, no hemos casi nunca tenido inconvenientes con las señoras, ha habido como mucha responsabilidad en la asociación entonces las señoras confían en todos los temas legales, en todos los temas financieros, entonces ya hay como

mucha confianza. Entonces no, no se han presentado así problemas todavía también porque la empresa es pequeña y los ingresos son pequeños. Entonces tampoco, tampoco han habido problemas por eso sin embargo las señoras pues hace ya más de 20 años que estamos constituidas eran señoras ya por ahí de 40, 50 años hoy ya tenemos un grupo de señoras de la tercera edad, señoras que ya no pueden venir a procesar sus productos pero que igual siguen vendiendo la leche y que en el tema social, les hemos ayudado con algunas actividades para que ellas estén todavía activas en la asociación; se les ha buscado cursos como aeróbicos como manualidades algunas cositas que se han realizado ahí dentro de la misma asociación para que ellas estén todavía activas y, y dinámicas dentro de su asociación y vivan ahí todavía como como muy arraigadas al tema.

ENTREVISTADOR: Bueno, entonces es esa, era una pregunta que te quería hacer, además de fabricar lácteos o bueno trabajar con lácteos ¿también hacen muchas otras actividades? por lo que

PARTICIPANTE 1: sí, hacemos actividades lúdicas y sociales, Como ¿qué otras actividades hacemos? también, también hemos hecho algunos temas de fotografía Entonces porque han llegado algunas fundaciones que quieren también pues como hacer sus temas pedagógicos o bueno no sé y hemos estado también de mano con las universidades entonces hay grupos de personas que vienen y con cualquier cosita, integramos a las señoras.

ENTREVISTADOR: ¿Cuáles han sido como los, los retos de trabajar en AMEG o de mantenerla a flote? ¿Cuáles han sido como los retos principales?

PARTICIPANTE 1: El principal reto y el principal objetivo ha sido como sacar adelante las mujeres, que ellas tengan su propia remuneración como mejorarle su calidad de vida y la de las familias eso ha sido lo primordial y por eso es que hemos trabajado.

ENTREVISTADOR: ¿Tú crees que, que es importante que la mujer campesina... Bueno sí que trabaje o que haga parte de este tipo de asociación?

PARTICIPANTE 1: Sí, sí claro porque eh uno dentro del campo hay más poca educación, hay muchas cosas que se pierden Hay pocas oportunidades entonces hay muchos talentos perdidos hay personas que saben hacer muchas cosas, pero ahí dentro del hogar eh se dedican a la ganadería o a la agricultura pero como que nunca eh pueden sacar a flote sus cosas que ellas saben y que pueden hacer dentro de una asociatividad pues ahí dentro de tantas capacitaciones y cosas que se hacen uno encuentra como los talentos de cada mujer. Eh, todas tienen algo importante que mostrar, qué hacer, cómo producir y el tema de la asociatividad es superimportante porque si algo tenemos claro es que uno solito no puede hacer nada. En asociatividad se logran muchísimas, muchísimas cosas el trabajo en equipo es realmente es bien importante.

ENTREVISTADOR: Generalmente las mujeres que hacen parte de AMEG trabajan en AMEG, pero ¿hacen otras cosas o solo se dedican a trabajar en la organización?

PARTICIPANTE 1: Hay un grupo de 47 mujeres Pero todas no trabajan ahí porque por la edad y porque todas, pero sin embargo todas las que ahí trabajan si tenemos ganadería debemos madrugar para primero ordeñar luego todos los oficios de la casa y luego para asociación y luego en la tarde nuevamente los temas los hijos, los niños, el almuerzo, pero volver a ir a ordeñar, hacer los oficios de la casa o sea tenemos nuestro trabajo en la asociación, pero no debemos descuidar los trabajos, ni de la finca, ni del hogar.

ENTREVISTADOR: Claro, claro, entiendo. Bien y ¿tú siempre Has vivido ahí en carbonera alta?

PARTICIPANTE 1: Sí,

ENTREVISTADOR: y ¿con quién vives?

PARTICIPANTE 1: eh, con mi familia mi esposo y mis dos hijos.

ENTREVISTADOR: ¿y tienes algún otro trabajo o solo te dedicas a la organización?

PARTICIPANTE 1: eh, No lo de la finca y AMEG

ENTREVISTADOR y de los dos ¿cuál te gusta más trabajar en la finca o trabajar?

PARTICIPANTE 1: Pues es más bonito y didáctico lo de la finca, pero, sin embargo, lo de la asociación ya hay muchos compromisos que debo cumplir.

ENTREVISTADOR: Claro, claro, bien ¿Y qué tal es Carbonera alta?

PARTICIPANTE 1: cómo ¿qué tal es carbonera alta?, qué tal es la Vereda, como la describo, bueno, es una Vereda bien bonita Yo creo que usted ha venido, es una Vereda de clima frío es una, Vereda verde hay mucha vegetación. Yo siempre digo que Estamos cerquita, al cielo, porque estamos bien arriba ya al páramo y también cerquita las nubes también por el frío, pero también cerquita el cielo porque pues realmente aquí se, se respira paz se respira mucha, mucha tranquilidad verdad que uno puede aquí dormir con las puertas abiertas y nunca jamás pasa nada y la gente es cordial, no deja de haber el envidioso, el que le pone a uno la piedra en el zapato pero la mayoría de gente son mejor, son buenos seres humanos y como pueblo chiquito, infierno chiquito pero uno también aprende a querer eso a la gente.

ENTREVISTADOR: Claro, claro y ¿y las integrantes de AMEG, todas viven en Carbonera alta? ¿o hay de otras de otras veredas?

PARTICIPANTE 1: hay de otras veredas, Carbonera baja, río largo, Guambita...

ENTREVISTADOR: Hay algún... bueno, desde la participación en AMEG, o incluso de pronto fuera de, ¿algún logro personal que, qué te haya hecho sentir fuerte como, capacitada?

PARTICIPANTE 1: Bueno, claro porque a raíz de todo el tema de la asociatividad, Eh mi, algunas de las señoras y yo estudiamos algunas profesiones, estudiamos unas carreras que fueran acordes con la asociación. Entonces yo estudié ingeniería de alimentos de alimentos, otras, administración, otras contaduría y pero todo pensando en que pudiéramos ejercer esas labores en, en nuestra asociación.

ENTREVISTADOR: ¡Ah, genial! O sea, sí como que para para contribuir a la...

PARTICIPANTE 1: SI

ENTREVISTADOR: Genial

PARTICIPANTE 1: O también un logro puede ser el tema de Liderazgo también porque pues es una oportunidad que Dios nos ha dado podernos dar conocer en la asociación en la comunidad en el municipio, sí ha sido un tema súper importante, si se anotado el desarrollo que hemos tenido como mujeres.

ENTREVISTADOR: Y ¿qué logros ha tenido AMEG...como en Guatavita o bueno no sé nacionalmente...?

PARTICIPANTE 1: Nadie daba 5 pesos por la asociación, pero no ahorita ya es reconocida como una de las mejores asociaciones, hemos tenido apoyo de la alcaldía, de la gobernación y Pues ahorita es como la asociación de mujeres es como el tema de mostrar, como el liderazgo que han tenido las mujeres. Entonces, sí ha sido como un logro también

ENTREVISTADOR: Ya que hablas de las aspiraciones ¿Cuáles son las aspiraciones a futuro para ti o para tu familia?

PARTICIPANTE 1: No, no sé pues, pues sacar adelante la asociación que todas las señoras se sientan satisfechas que digamos Todas se encuentren como como esa mano en la asociación como que haya

**más utilidades eh cómo poder dar mano de obra a muchas más mujeres para que tengan ahí como su, su dinero sus cositas y no tengan que buscarlo en otros sitios.**

ENTREVISTADOR: ¿sientes que la asociación ha ayudado a que las mujeres sean más independientes?

PARTICIPANTE 1: Uy sí, eso sí, total hace 24 años cuando nos reuníamos y había muchas señoras que corrían a buscar como el asiento de atrás, donde no las vieran, donde no les fueran a preguntar eh, tenían que pedir permiso en la casa para poder ir a las reuniones y no eso todo eso ya, ya se acabó porque ya **son libres**

ENTREVISTADOR: Qué bueno, en tu caso ¿Cuáles han sido algunos retos a nivel personal que ha superado con la ayuda de la asociación o bueno y particularmente?

PARTICIPANTE 1: No sé, Pues de pronto, mi profesión, seguramente si no hubiera sido por la asociación seguramente no hubiera estudiado

ENTREVISTADOR: Claro y, y más o menos ¿Cuántas mujeres han hecho lo mismo? como capacitarse ya tener su carrera?

PARTICIPANTE 1: **Eso sí muy poquitas creo que el grupo somos seis.**

ENTREVISTADOR: Seis de ¿Cuántas son en total? ¿40?

PARTICIPANTE 1: Somos 47, claro que ahorita pues ya como son tantos años ya se han involucrado las hijas y nietas de señoras y pues ahorita estudian, ellas trabajan entre semana en la asociación y estudian los fines de semana carreras a distancia.

ENTREVISTADOR: Bueno ¿Cuál crees que es tu papel en la comunidad? ¿Cómo influyes tú en las decisiones de tu familia de AMEG o también de pronto de la comunidad de Carbonera, Guatavita?

PARTICIPANTE 1: pues yo me caracterizo como líder creo que, que con el tema de la asociación pues como que soy una persona que alguien Busca opiniones en mí o ayuda.

ENTREVISTADOR: y en cuanto a la toma de decisiones en tu hogar en la comunidad también participas

PARTICIPANTE 1: eh, **Sí en la comunidad Sí, sí porque pues con el tema de la asociación. Pues a uno lo invitan a reuniones de la junta reuniones, del Acueducto reuniones de también del tema de la escuela porque pues como que con el mismo tema de la asociación uno aporta cosas materiales y para el tema educativo, entonces pues ahí como que somos tenidos en cuenta para algunas cosas para algunas cosas que haya que hacer para la escuela o para la comunidad s si hemos Sido tenidos en cuenta. Y en la casa creo y en la casa creo que soy muy mala eh, me molestan que mando mucho.**

ENTREVISTADOR: ¿Ah, ¿sí?

PARTICIPANTE 1: Pero también como que uno ya se vuelve un poco más como serio, no sé, de pronto no, pero sí **más quiere como imponer autoridad, pero ya es como por lo mismo que se vive todos los días**

ENTREVISTADOR: Claro, claro líder afuera y también en la casa hay que poner orden. ¿Cómo es un día en tu vida? ¿Cómo empiezas qué tienes que hacer en el día?

PARTICIPANTE 1: Bueno un día normalito. Mis hijos ya son mis hijos ya tienen 20 y 22 años y mi hija estudia, trabaja en la asociación en el área de calidad y me dio y ella estudia los fines de semana en Zipaquirá. Mi hijo todavía está, salió al colegio y todavía no está estudiando nada se dedica a la agricultura. Entonces ya por ellos como que no me preocupo porque antes sí era super difícil para lo

de la escuela que el colegio, las tareas, eh, pero ahorita no ya, ya el tema es muchísimo más fácil. Eh, me levanto por ahí tipo 5 de la mañana, voy a ordeñar, porque las vacas no está finca no es en esta vereda, sino en una Vereda de Sesquilé, entonces es lejitos. Si, voy con mi esposo a ordeñar, venimos y hacemos el desayuno, bueno nos bañamos, él se va para su trabajo yo me voy para la asociación tipo 8:30 de la mañana. Eh, vengo así tempranito, entre todos hacemos el almuerzo, almorzamos y me devuelvo para la asociación y tipo 4 de la tarde. Eh, me vuelvo otra vez para el ordeño y ahorita 6:30 acababa de llegar del ordeño. Y cómo es hacemos la cena, eh rezamos el rosario, eh miramos por ahí las noticias o jugamos parqués o algo y por ahí a las 10 nos estamos acostando, a mí me gusta mucho tejer, entonces cuando estoy cansada llego y a esta hora me pongo tejer un ratico

ENTREVISTADOR: Qué bueno, Cómo pasatiempo

PARTICIPANTE 1: sí

ENTREVISTADOR: Ya, en eso te iba a decir, ¿tú crees que es pesado el trabajo que es de más o así estás... está bien la cantidad de trabajo?

PARTICIPANTE 1: ahorita ya un poco más relajadito lo hacemos con calma porque entonces ya cuando yo tengo alguna reunión o algo que viajar, mi hijo me ayuda en del campo y entonces no puedo quejarme ahorita la estoy normal apenas

ENTREVISTADOR: bien qué bueno, super

PARTICIPANTE 1: Y en la asociación pues llego, eh, se organiza que toca hacer ese día de producción, me encargo de los temas financieros y allá en la asociación hay dos muchachas que me ayudan una en el tema de lo de las rutas agroecológicas y lo de correos y proyectos y la otra con todo lo de subir la información al programa de contabilidad, sin embargo, pues ellas no hacen nada sin que uno les dé como el visto bueno entonces yo llego, preguntan qué hay que hacer qué producción hay para esta semana qué clientes toca Llamar eh qué órdenes de producción hay que hacer. Eh, hago órdenes de entrega, órdenes de producción y también y ayudo a hacer los temas de todos los registros que hay que cumplir con el tema de buenas prácticas de manufactura y del INVIMA,

También llenamos, diligenciamos esos formatos, hago el pago de nóminas. Nosotras gestionamos proyectos y eso es un desgaste terrible eso si nos quita por la mitad del tiempo.

ENTREVISTADOR: ¿Por qué? como la gestión de proyectos En qué consiste?

PARTICIPANTE 1: Tenemos que hacer toda la planeación del proyecto objetivos conclusión problemática solución todo el tema financiero si son bien complejos el año pasado y antepasado bueno como en el año 2020 hicimos una alianza productiva con el Ministerio de agricultura. Pedimos 40 equipos de ordeño, entonces después de lograr hacer ese proyecto después cumplir con todos los requisitos que son: fotocopias de cédula de cada señora, fotos de las fincas, fotos del ganado recibos de vacunación recibos del ICA, bueno son muchísimos documentos que hay que adjuntar para esos proyectos a la final de tanto este año pasado llegó el proyecto de los equipos. Muchas super contentas porque tenían ya máquina en que ordenar sus vacas, otras super complicadas porque qué iban a hacer con el equipo.

ENTREVISTADOR: Pero bien, ahorita ¿cómo están con. con eso?

PARTICIPANTE 1: Ya lo entregaron el año pasado y para ahorita pues todavía no hemos arrancado con nada específico ya.

ENTREVISTADOR: Ah, pero bueno, tú ¿tú sientes que el trabajo te ayudó con tus hijos? ¿cómo con sacarlos adelante, con la educación y eso?

PARTICIPANTE 1: sí claro, por el tema económico y por el tema educativo, porque pues ya como que Uno ve las cosas diferentes, ya entiende que los niños tienen que estudiar y ya pues ya había recursos para que lo hicieran. Además, hemos recibido en la asociación muchísimas capacitaciones en mejoramiento genético y mejoramiento de praderas. Entonces eso sí lo han aplicado en la finca. porque se motivan a hacer sus siembros a tener su propia ganadería, sus cositas.

ENTREVISTADOR: Me alegra mucho es, no sé ya, ya vamos cerrando no sé si tengas algo más que quieras mencionar sobre AMEG sobre el proceso que ha sido con las mujeres

PARTICIPANTE 1: Pues no, no tengo, así como que me ocurre nada dejaré muchas cosas en el olvido, pero eso es así como lo, lo principal