



Los desajustes entre el discurso oficial del emprendimiento y las prácticas económicas concretas de mujeres en comunidades vulnerables

CHRISTIAN BITAR GIRALDO¹

Resumen

Buscamos indagar sobre el concepto de emprendimiento convertido en política pública con características y elementos impuestos desde el centro, y que cuando llega a regiones no cuenta con los conocimientos, ni las tácticas ni los procesos locales.

Con la metodología del análisis crítico del discurso, analizamos entrevistas realizadas a dos mujeres en situación de vulnerabilidad socioeconómica: Darlín Oviedo, de Tumaco (Nariño), y Yor Mary Briceño, en Puerto Guzmán (Putumayo), así como un discurso de Marta Lucía Ramírez

1 Doctorando en Comunicación, Pontificia Universidad Javeriana. Antropólogo, especialista en Comunicación y Medios. Contacto: ch-bitar@javeriana.edu.co



vicepresidenta de la República (2020), en el lanzamiento del Fondo Mujer Emprende, y el documento Conpes sobre Emprendimiento 2020. El objetivo general es analizar los discursos institucionales en torno al emprendimiento, y contrastarlos con los discursos espontáneos de mujeres en situación de vulnerabilidad socioeconómica.

Encontramos que los conceptos que maneja el discurso oficial sobre emprendimiento son muy ortodoxos, diseñados con condiciones impuestas, y que riñen sustancialmente con las definiciones del discurso real de las mujeres en situación de vulnerabilidad. En general, se encuentran diferentes interpretaciones sobre lo que es un proyecto emprendedor en las regiones del país, y se ve como problemática la imposición de metas, conceptos y herramientas para definir la sostenibilidad y el buen vivir que se persiguen.

Es necesario un análisis crítico de la política estatal en torno al emprendimiento, para pedir que esta incluya pautas para un nuevo discurso de sostenibilidad surgido de las mujeres en situación de vulnerabilidad socioeconómica.

Palabras clave: emprendimiento, sostenibilidad, buen vivir, política pública, vulnerabilidad, tácticas.

Tema central

La pregunta inicial es: ¿Existe un discurso político sobre el emprendimiento que se impone desde la centralidad sin tener en cuenta lo local,



con características y condiciones inalcanzables para cerca de la mitad del país?

Para responderla, nos basamos en algunas expresiones públicas y entrevistas, como las realizadas en Tumaco (Nariño) a Darlin Oviedo, desplazada, y cuyo emprendimiento es una tienda en un barrio de invasión; y en Puerto Guzmán (Putumayo), a Yor Mary Briceño, trabajadora, madre y esposa, que adelanta un taller de comunicación audiovisual y vende Ganoderma. Las situaciones narradas por estas mujeres pueden ser similares a las de miles que hacen parte de lo que se conoce como *ruralidad socioeconómicamente vulnerable*, y que ya casi alcanza al 50 % de la población nacional (DANE, 2020).

Estas entrevistas se centraron en indagar sobre sus características de vida y sobre sus procesos y sus tácticas para lograr la sostenibilidad, su proyecto en comunidad, sus objetivos, sus logros y las dificultades que enfrentan por ser mujeres, tanto dentro como fuera de su propia comunidad.

Las entrevistas realizadas son contrastadas con el discurso de la vicepresidenta de Colombia, quien tiene a su cargo los temas relacionados con “la mujer”, cerrar la brecha de género y potencializar lo que podría considerarse lo femenino.

El análisis del discurso se ha centrado en el concepto de emprendimiento, fundamental en la política económica de Colombia, además de eje transversal de otras políticas públicas, como la de desarrollo empresarial y regional y empleabilidad para la mujer.

Este concepto de emprendimiento se ha convertido en un discurso, en una ideología que genera mucho interés, por cuanto no se logra definirlo completamente y se impone desde el centro (Ortiz, 2018). Varios autores señalan que debe ser entendido como una respuesta a la crisis, en pro de reducir la responsabilidad del Estado en la generación del empleo; también, que es una política segregadora que exige habilidades, herramientas y conocimientos a las que no tendrá acceso, en mucho tiempo, más de la mitad del país.

El discurso institucional construye imposiciones políticas, económicas, simbólicas, e incluso, cognitivas, en una relación centro-periferia, a partir de modelajes muchas veces traídos desde el exterior, que desconoce la realidad local y las soluciones construidas y rechaza los lenguajes, los aprendizajes locales y las tácticas construidas desde la marginalidad. Se contrasta con los de las mujeres en situación de vulnerabilidad socioeconómica sobre sostenibilidad, trabajo en comunidad, negocios familiares, procesos de crecimiento a pequeña escala, construidos sobre nuevas maneras de entenderse en comunidad, y en colaboración para lograr la sostenibilidad económica y medioambiental, social, personal y política, entre muchas otras.

Los objetivos de esta investigación fueron: abordar los discursos públicos institucionales sobre emprendimiento, para detectar los conceptos manejados y los elementos contextuales; analizar los discursos de mujeres en territorio, para construir con ellas nuevos conceptos de sostenibilidad y desarrollo, y confrontar los discursos para hacer un análisis descriptivo sobre los términos relacionados con el emprendimiento,



el análisis de concurrencia y las redes semánticas, y finalmente, análisis interpretativo del discurso desde los ejes ideología vs. realidad.

Fundamentación conceptual

El análisis crítico del discurso es un tipo de investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político. El análisis crítico del discurso, con tan peculiar investigación, toma explícitamente partido, y espera contribuir de manera efectiva a la resistencia contra la desigualdad social. (Van Dijk, 1999, p. 2)

Se parte del análisis crítico del discurso, desarrollado, entre otros, por Teun Van Dijk, para evidenciar las desigualdades en el contexto, la agencia, la práctica y los resultados de los discursos de las mujeres parte de esta investigación, el sentido que les dan, el contexto y el significado para los otros.

Van Dijk afirma que tales discursos son controlados por *miembros de grupos dominantes* y por *nodos dominantes en las redes*. En este caso, el contexto del discurso de la vicepresidenta está controlado, ya que hace parte de un proyecto discursivo más grande: uno ideológico, el de su partido y el de los discursos neoliberales del continente.

La vicepresidenta no habla solo por ella, sino por una *ideología*, en términos de Van Dijk: una política económica que ha sido formulada y

defendida por más de 50 años en América Latina. Esta ideología ve en el emprendimiento una transformación, una renovación completa de la política económica tradicional, y que traspasa la responsabilidad sobre el empleo y la búsqueda de sostenibilidad del Estado a los individuos, “cuyas claves son el énfasis en la responsabilidad del individuo en el crecimiento económico y la superación de la crisis” (Ortiz, 2018, p, 1). En tal sentido, el individuo ahora está obligado a proveerse su trabajo, su autoempleo y el de los de los demás, su propia empleabilidad.

El emprendimiento en la política actual mezcla elementos que no son ni pueden ser concebidos desde las mismas categorías, ni deben ser medidos de la misma forma. En Colombia, el emprendimiento se confunde con la búsqueda de solución de las necesidades básicas del colombiano resiliente y *echa pa'lante*. Pero, como menciona Ortiz (2018),

Una primera realidad es la que lleva a iniciar una actividad animada por las expectativas del mercado: es el emprendimiento motivado por la oportunidad; la otra es la que, desde el pesimismo ante las posibilidades de empleo, lleva al emprendimiento como forma de autoempleo, lo que corresponde a un emprendimiento por necesidad. (p. 232)

El concepto oficial de emprendimiento revela obligaciones, características y condiciones que les son ajenas a la mayoría de los colombianos, y que solo se ven en los más privilegiados. Como señala Ortiz, la influencia de la movilidad, tanto social como geográfica, la disponibilidad de recursos económicos personales y la existencia de redes sociales son aspec-

tos fundamentales para la realización de un proyecto de emprendimiento. El Conpes de Emprendimiento (2020) evidencia también los problemas que vuelven a la mitad de la población colombiana no apta para hacer parte del proyecto emprendedor.

Como menciona Ortiz, el concepto no solo es segregador, sino que su desarrollo no ha tenido un enfoque social, y las necesidades de las comunidades vulnerables no han sido tenidas en cuenta; “No obstante, la perspectiva sociológica no ha sido una de las más trabajadas, lo que ha propiciado un tratamiento del tema de forma ‘asocial’ y ‘atemporal’ (Peireira, 2007, p. 19), de ahí la oportunidad de los estudios que adoptan esta perspectiva” (Ortiz, 2018, p. 2).

Enfoque o metodología

Se llevaron a cabo las siguientes fases metodológicas: 1) revisión bibliográfica tanto en metodologías de análisis del discurso como con enfoque de resultados en análisis del discurso político; 2) revisión, codificación, recodificación y análisis sistemático del texto Conpes, y análisis de documentos complementarios en la página web de Innpulsa Colombia; 3) aplicación de los códigos obtenidos de este primer documento al discurso de la vicepresidenta en el lanzamiento de Fondo Mujer Emprende; 4) contrastación entre estos mismos códigos, y aplicación del análisis de discurso de las dos mujeres entrevistadas; 5) ubicación del discurso, para realizar contrastes entre categorías, análisis desde diversas perspectivas e inferencias.

1. En la revisión bibliográfica fueron fundamentales los textos de análisis crítico del discurso que se enfocan en el poder de dicho discurso; también, los teóricos que, como Norman Fairclough, hacen un análisis del discurso político en contexto descubriendo los discursos detrás de los parlamentarios.
2. Se elaboró un análisis detallado del texto La Política Nacional de Emprendimiento-Conpes 4011, realizado por el DNP, y tomado como documento base para varias líneas de política pública. En dicho texto se plasman las barreras y las oportunidades de una política pública central en el discurso del actual gobierno. Se analizó también la página web de Innpulsa Colombia, para conocer sus planes en torno al emprendimiento y la sostenibilidad.
3. La revisión del Conpes generó un grupo de códigos y categorías, que fueron aplicados al discurso de la vicepresidenta, y el cual retoma las ventajas expresadas en el Conpes, pero deja de lado la información que evidencia las dificultades que enfrentarán las mujeres en las regiones del país.
4. En la cuarta parte se aplicaron las mismas categorías a las entrevistas de dos mujeres; se encontraron así algunas categorías iguales, algunas sustitutas, algunas apropiadas y transformadas, y otras que son propias solo de estas mujeres. Las entrevistas se analizaron a través de herramientas como codificación, mapa y conteo de palabras.
5. Finalmente, se hizo un análisis a través de diferentes metodologías y herramientas sobre la información recogida y codificada, y que nos lleva a las conclusiones registradas al final del texto. Las comparaciones y las

confrontaciones se hicieron a partir de métodos científicos que permiten generar un conocimiento claro a partir de las inferencias.

Resultados relevantes

La investigación bibliográfica arrojó gran cantidad de información que ofrece resultados relevantes para entender el concepto de emprendimiento en contexto y en el discurso político del actual gobierno. El trabajo de Ortiz (2018) fue fundamental; a partir de ese texto y de los diferentes autores con los que dialogó, pudo hacerse una caracterización del concepto como el de la política pública que se deriva.

El Conpes consigna la realidad tras las políticas entrando en el detalle de las condiciones que permiten o no su desarrollo. En este documento encontramos más de 30 problemas que son barreras infranqueables para que las colombianas hagan parte de un sistema emprendedor. Algunas de ellas son: falta de formación en los temas que se necesitan: educación especializada, habilidades duras y blandas, madurez en formación empresarial, recursos e infraestructura, y cerrar la brecha de género; poca inversión en investigación y desarrollo; los inversionistas no ven oportunidades en Colombia, a pesar de los recursos invertidos, y finalmente, esta política no fomenta el capital social en las regiones.

En la página web de Innpulsa Colombia encontramos emprendimientoinnpulsa.com, donde se consigna la política del Gobierno nacional a través de sus programas. Uno de los elementos iniciales es que el proyecto de emprendimiento se divide en proyectos *de alto impacto* y *sociales*, lo

que determina el apoyo. Mientras los primeros se presentan como una herramienta fundamental para el “desarrollo” del país, se los ve como una forma de entrar al flujo global y se les dedica la mayoría de los recursos, los emprendimientos sociales están llenos de restricciones, se los ve como una ayuda social y no generan intereses económicos para el producto interno bruto (PIB), y ante ello, son subestimados por el Gobierno nacional.

Las políticas de desarrollo para poblaciones marginales son ubicadas en el campo de lo social, y se acercan más a ayudas humanitarias que a verdaderos proyectos de sostenibilidad a largo plazo. Buscan mitigar problemas específicos —y por lo general, en tiempos de elecciones—, más que darles una solución de fondo a estos, y son presupuestos que muchas veces quedan a merced de los gobiernos locales, que deciden quién saldrá beneficiado. El Fondo Mujer Emprende está catalogado como un emprendimiento social que reparte pocas sumas de dinero entre muchas personas.

Todos los programas son planteados, estructurados y evaluados con los mismos principios, por lo que, como veremos en el discurso de la vicepresidenta, se exigen resultados con parámetros centralizados a un proyecto de una mujer rural en mitad de un territorio en conflicto. Se le exige que sea el motor emprendedor de su región, y que genere los empleos que el Estado no ha podido generar. Que acumule riqueza para impulsar la entrada de inversionistas, que haga trabajo multidisciplinario y dedique una gran cantidad de horas a talleres y procesos de formación.

Mientras en su discurso la vicepresidenta denigra de los emprendimientos menores, de las tiendas de barrio y de los cultivos provisionales, entre otras formas y tácticas locales que han comprendido las condiciones que se les presentan y han dado soluciones reales a nivel local. Estos se vislumbran como el motor del desarrollo territorial.

Conclusiones

La confrontación entre los discursos arrojó diferentes códigos, categorías, conceptos y realidades imaginadas y ejecutadas, que demuestran, en algunos casos, una convivencia entre el discurso oficial y el discurso real, y en otros, una sustitución de conceptos al ser apropiados por las mujeres que transforman la información recibida desde el centro, finalmente una categoría de nuevos códigos alejados del discurso institucional donde podemos ver la creación de nuevos mundos posibles desde el conocimiento y la experiencia local.

En categorías como la resiliencia, el discurso oficial y el discurso real son muy similares, las mujeres entienden la necesidad de aportar a la recuperación de tejidos que logren hacer de Colombia un país sostenible. También es similar el interés de las mujeres en entrar a las economías locales y globales liderando procesos y aportando desde una nueva perspectiva de vida. El discurso de la vicepresidenta reconoce los problemas frente al trabajo no remunerado y la importancia del cuidado para cualquier sociedad, como lo hacen las mujeres en las entrevistas en territorio. Sin embargo, este discurso no reconoce la premura de transformar dicha realidad para lograr la igualdad.

Las mujeres en los territorios apropian los conceptos que subyacen a la política de emprendimiento reconociendo la importancia de darles trabajo a los demás; de lograr tener lo que se necesita, y no riqueza acumulada; de liderar procesos siempre enfocados en el beneficio comunitario; de salir adelante con una familia que debe tener amor, conocimientos, formación y valores.

En cuanto a la adopción de tecnologías, formación para la madurez empresarial e investigación para el desarrollo de proceso de innovación, entre muchos otros, todos ellos son conceptos que hasta ahora no son recibidos por las mujeres en los territorios, y dentro del análisis etnográfico parecen lejos de ser conquistados.

Del análisis del concepto central de esta investigación, podemos afirmar que esta política de emprendimiento no se basa en la realidad del país: es segregadora y no construye soluciones para integrar a todos los colombianos, sino que busca a partir de modelos preconcebidos, lograr que todos cumplan con las características impuestas.

Referencias

DNP. (2020). *Documento Conpes: política nacional de emprendimiento*.

Departamento Nacional de Planeación

Fairclough, N. (2002). Language in new capitalism. *Discourse & Society*, 13, 63-166. <https://doi.org/10.1177/0957926502013002404>

Fairclough, N. L. y Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. En T. Van Dijk (Ed.), *Discourse as social interaction*. Sage.



Ortiz García, P. (2018). *La construcción del discurso político del emprendimiento en España. Realidad e ideología*. Universidad de Murcia.

Van Dijk, T. (1999). *Discurso y poder*. Anthropos.