

“Mujeres en Desarrollo”, apuesta por una comunicación diferente para el emprendimiento femenino

Por Yerisleidy Menéndez García¹

Especial para Género y Comunicación

El escenario de reformas socioeconómicas iniciado en Cuba en la última década tiene identificado al espacio local como un ámbito clave para hacer avanzar la economía del país. Se aspira a que sea en la comunidad dónde se generen e implementen participativamente la mayoría de las iniciativas y los proyectos de desarrollo, de “manera que se fortalezcan el empoderamiento, la autogestión de la población y la retribución rápida de los beneficios generados”².

Sin embargo, solo mediante la actualización integral y estratégica del sistema comunicativo cubano en todos los niveles: individual, grupal, comunitario, organizacional, empresarial y societal-masivo, se podrá garantizar esta intención dinámica y descentralizada.

Promover una comunicación participativa, plural e inclusiva es imprescindible no solo para establecer agendas comunes y buscar consenso entre las principales demandas e intereses de los diferentes actores sociales, representantes tanto del sector estatal como del cooperativo y privado; sino para garantizar dentro de las formas de gestión emergentes, el empoderamiento de los grupos más vulnerables: mujeres, personas con necesidades especiales, adultos mayores, entre otros.

Por tanto, para desplegar ese proyecto político, social y económico, autóctono, inclusivo, y sostenible, se hace imprescindible el acompañamiento en temas de información y comunicación a los actores locales que se inician en el emprendimiento.

“Mujeres en Desarrollo” es un proyecto de capacitación y entrenamiento en competencias y habilidades info-comunicativas para el emprendimiento femenino llevado a cabo por la Facultad de Comunicación, de la Universidad de La Habana, de conjunto con la Embajada Británica en Cuba y los Talleres de Transformación Integral del Barrio (TTIB) en las comunidades capitalinas de La Timba y Pogolotti.

Estos territorios fueron caracterizados por diagnósticos anteriores como zonas de elevados índices de violencia de género, bajos niveles de ocupación femenina y un cierto desplazamiento hacia el sector informal de la economía. A su vez, también constituían espacios donde se podían encontrar grupos organizados en torno a iniciativas comunitarias, enfrentando estas problemáticas con ayuda de los gobiernos locales y organizaciones sociales como los TTIB.

Un método desde nosotras y para nosotras

Para realizar de manera efectiva la capacitación se comenzó por analizar las necesidades de información y comunicación que presentaban las mujeres emprendedoras, o con iniciativas de emprendimiento, en las localidades descritas. A partir de los resultados de este diagnóstico se introdujeron temas de información y comunicación en la planeación de emprendimientos personales y grupales, con un

¹ *Licenciada en Periodismo.*

² Vidal, J. R. (2013). El derecho a la comunicación. Del informe Mc Bride a las actuales políticas y legislaciones en comunicación latinoamericanas. Encuentro Internacional de Investigadores y Estudiantes de la Información y las Comunicaciones. La Habana.

enfoque de equidad de género. Finalmente, se acompañó la incorporación de las competencias adquiridas en la planificación de estrategias infocomunicacionales efectivas en relación a la diversidad de emprendimientos locales.

La metodología de formación tomó como base la propuesta de la pedagogía crítica, liberadora o autogestionaria; la cual enfatiza “la relación que el proceso educativo y pedagógico debe tener con la realidad más inmediata, donde el principal método o recurso didáctico que se emplea es el diálogo”³, adaptando las expectativas cognitivas de socialización del conocimiento a cada contexto y colectivos vinculados.

El diseño de los talleres, coherentes con la propuesta metodológica de la Educación Popular (EP), permitió la construcción colectiva del conocimiento, y pasar de *la “reflexión crítica, al análisis teórico para regresar a la acción”*⁴. En correspondencia con ello, se utilizaron técnicas que estimularon el trabajo y la reflexión grupal y el análisis crítico sobre las concepciones y experiencias de las talleristas, fundamentalmente en relación con sus proyectos de emprendimiento, género, información y comunicación.

Para cada sesión de capacitación se desarrollaron cuatro momentos fundamentales: integración y animación del grupo; encuadre; desarrollo; evaluación y cierre.

Los temas tratados en los talleres fueron diseñados atendiendo a las necesidades infocomunicativas determinadas en un primer momento, con la aplicación de técnicas específicas del diagnóstico participativo⁵.

Una vez concluida la capacitación y recuperados los aprendizajes de manera crítica, a través de la sistematización de la experiencia, se pudieron establecer elementos que, como parte del proceso de apropiación social del conocimiento, las beneficiarias detectaron como relevantes para aplicar en sus emprendimientos:

En primer lugar *“la necesidad de la investigación del contexto y entorno de la comunidad o localidad donde se propone establecer el proyecto de emprendimiento. Determinar las necesidades, intereses, poder adquisitivo de los públicos y clientes para la propuesta de una oferta variada y la calidad del producto o del servicio”*.

Las talleristas coincidieron también en la importancia de una promoción del producto o servicio a través de diferentes herramientas de la comunicación: relaciones públicas, publicidad, fuerza de venta, entre otras. Y en consonancia *“la eficacia de una comunicación asertiva, como es el buen trato con el cliente, los proveedores, la comunidad. Así como la imagen del local, producto, servicio y la limpieza, higiene y presencia de los trabajadores”*.

“La búsqueda y el uso de la información valiosa para el emprendimiento, como pueden ser informaciones legales y normativas para el cumplimiento de lo establecido para el cuentapropismo”, fue otro de los aspectos imprescindibles para el buen funcionamiento de una iniciativa emprendedora según las participantes, quienes también pudieron reconocer que *“en nuestra sociedad aún persisten relaciones desiguales en cuanto a la propiedad y los roles asignados, en hombres y mujeres, en los proyectos de emprendimiento”*.

³ Freire, P. (2009) *Pedagogía del oprimido*. La Habana. Editorial Caminos.

⁴ Ramos, P. (2004). *Educación para la Comunicación en Comunicación y Educación Popular. Selección de lecturas*. La Habana: Editorial Caminos.

⁵ Chávez, G. y Daza, J.C. (2003). *Reflexión metodológica sobre la aplicación concreta de la Investigación Acción Participativa (IAP) en contextos rurales del estado de Colima. Estudios sobre culturas contemporáneas*, Vol.IX, No. 17: 115-146, junio. Universidad de Colima, México.

Frente al aspecto anterior, establecieron consensos acerca de los valores que debe poseer una mujer emprendedora en la sociedad cubana actual: *“capacidad de innovación, creatividad, flexibilidad, dinamismo, sacrificio y esfuerzo”*.

Nuestros aprendizajes

Entre los principales logros de esta experiencia podemos mencionar la integración como colectivo: mujeres, TTIB, profesores y alumnos que participaron en el proyecto en torno a preocupaciones comunes relacionadas con el uso de la comunicación y la información para implementar emprendimientos con enfoques desde la equidad.

Coordinadores y participantes coincidieron en el reconocimiento de las herramientas infocomunicativas como insumos imprescindibles para impulsar la participación ciudadana y la articulación de actores sociales importantes, tradicionales y emergentes para la construcción de un proyecto de país inclusivo.

A través de la transversalización del enfoque de género y el empoderamiento, así como de la transdisciplinariedad, mediante la integración de la comunicación y la información y del conocimiento científico con el popular, se logró la articulación conceptual y práctica entre empoderamiento femenino y emprendimiento con énfasis en el desarrollo local.

Otro de los aciertos fue la creación del equipo coordinador de manera inclusiva en materia de sexo, edad y formación profesional, lo que propició un ambiente creativo y de colaboración desde diversas experiencias profesionales y vivenciales, donde el saber hacer marcaron la delantera sobre la teoría académica.

En este contexto se lograron potenciar las habilidades comunicativas de las participantes, quienes pudieron responder de manera efectiva a las necesidades diagnosticadas al inicio del proyecto y a otras intrínsecas no manifiestas. Estas fueron: *la importancia de una comunicación asertiva y el manejo/gestión de información para la toma de decisiones y el empoderamiento; así como la incorporación de la perspectiva de género para el análisis de los contextos y de los emprendimientos femeninos.*

Las herramientas brindadas por los talleres contribuyeron además a fomentar procesos de empoderamiento, teniendo en cuenta las situaciones de desventaja social de las participantes, no como un impedimento, sino como una condición que es posible revertir identificando sus posibilidades reales y competitivas. Luego de la participación en los talleres, cinco mujeres lanzaron su iniciativa para el emprendimiento con las herramientas comunicativas adquiridas.

La primera etapa de proyecto “Mujeres en Desarrollo” concluyó con el establecimiento de los compromisos individuales y colectivos para la continuidad de la experiencia, según sus contextos inmediatos.

Emergieron nuevos temas a considerar en futuras capacitaciones para el emprendimiento y empoderamiento femenino: *autoestima, valor, seguridad, proyección, confianza y asesoría legal, entre otros.* Así como la realización de campañas de medios y mensajes con estos temas, enfocados en mujeres en edades más jóvenes.

Finalmente, las participantes mostraron interés en la conformación de una red de mujeres emprendedoras como espacio de socialización de experiencias y buenas prácticas, a partir de alianzas estratégicas y el acompañamiento de diversos actores: la academia, los TTIB, entre otros.