



Fotografía: Marianela Núñez.

El Concurso “Así se hace” Un camino de aprendizajes compartidos

Iliana Pereyra Sarti

Red de Educación Popular entre Mujeres de América Latina y el Caribe (REPEM) | Montevideo, Uruguay
educa@adinet.com.uy

QUIERO COMPARTIR con ustedes algunas experiencias y aprendizajes a partir de mi participación como integrante del Grupo de Trabajo Latinoamericano Educación, Género y Economía de la Red de Educación Popular entre Mujeres de América Latina y el Caribe, REPEM.

Voy centrar mi aporte principalmente en los procesos de las y los integrantes de instituciones que desarrollan programas de educación de personas jóvenes y adultas, especialmente mujeres (lideresas y educadoras populares) que han participado en el Concurso Latinoamericano “Emprendimientos Económicos Liderados por Mujeres”.

Analizando el camino recorrido hemos identificado dos grandes aprendizajes, que son simultáneos

e integrados, y que significan cambios en el pensamiento, la voluntad, el compromiso y la acción de quienes estamos involucrados/a: el primero consiste en la necesidad de avanzar en el conocimiento sobre la estrategia de acción que hemos elegido para enfrentar los problemas complejos de la sociedad y tomar conciencia de su potencial para el cambio social. El segundo se refiere a saber cómo actuar junto a otros/as (personas e instituciones), para ir creando las condiciones para lograr una incidencia política que se traduzca en asignación de presupuestos y elaboración de nuevos programas y leyes, es decir, en nuevas políticas públicas efectivas.

Esto es, nos interesa mejorar nuestra capacidad de incidencia *en* el cambio, entendida ésta como un:

...conjunto de estrategias, habilidades y herramientas dirigidas a influir en los procesos de toma de decisión en el ámbito del público, social y estatal (político institucional), y ello con el fin de eliminar las desigualdades entre mujeres y hombres, así como las diversas formas de opresión y exclusión, y lograr el respeto por la diversidad y la diferencia, contribuyendo de esta manera a un cambio cultural, social y político en la perspectiva de la ciudadanía...*

Cómo surgió el Concurso

Desde la REPEM hemos considerado estratégico el potencial que tienen las experiencias de auto-empleo (emprendimientos, grupos asociativos, cooperativas, asociaciones, micro-empresas, etc.), como instrumentos que facilitan el camino de las mujeres al ejercicio de sus derechos económicos, sociales, culturales y políticos, en fin, su ciudadanía.

Nos referimos a experiencias colectivas, participativas y distributivas de los resultados económicos y sociales, especialmente aquellas lideradas por mujeres, en las que el centro y el fin son las personas, no la acumulación de capital, y representan espacios que facilitan la auto-determinación y el empoderamiento de quienes participan en ellas.

En estas experiencias el aprendizaje permanente aparece como un eje medular del proceso de sus lideresas, siendo a la vez la base para generar condiciones de auto-sustentabilidad social, económica y política de las experiencias. Esta concepción fue la que alimentó nuestra acción en un contexto que podríamos definir en los siguientes términos:

- a) A fines de los años 70, y especialmente en las últimas décadas, muchos miles de mujeres latinoamericanas de sectores populares sin acceso al trabajo asalariado se integraron a experiencias de auto-empleo para la generación de ingresos económicos.
- b) En algunos casos estas mujeres buscaron el acompañamiento de las instituciones que congrega la Red, y en otros nosotras promovimos procesos de ese tipo.

- c) Sin embargo, ha sido y continúa siendo escasa la formación de los equipos que conforman las instituciones de apoyo que trabajan con estos grupos, entre otras razones porque no existen alternativas de formación universitaria que combinen en el currículo el eje económico, el educativo y el de género.
- d) Sumado a lo anterior, la mayoría de las experiencias y sus lideresas han estado y aún permanecen en muchos países en el anonimato, en la invisibilidad, en el desconocimiento y hasta en el desprestigio desde la óptica de las políticas gubernamentales.
- e) En estas condiciones, muchos de estos grupos se disuelven, las mujeres desertan y se pierde para muchas este potencial. Sin embargo, otros se desarrollan manteniendo un ingreso económico, la oportunidad de desarrollo del potencial personal y social, y se colocan en el espacio público.

Respondiendo a esta problemática, desde hace 15 años, en el marco de la REPEM, varias organizaciones socias de la red de México, República Dominicana, Colombia, Brasil, Bolivia, Perú, Ecuador, Venezuela, Chile y Uruguay, y ahora Costa Rica, Guatemala, El Salvador y Argentina, nos conformamos en un grupo en torno a interrogantes como éstas:

- ¿Cómo formarnos para responder en forma calificada a las demandas de las mujeres y a los objetivos institucionales?
- ¿Cuáles cambios deberían darse, en quiénes, con quiénes y en qué niveles para crear mejores condiciones para el desarrollo de las mujeres, de sus grupos y de sus experiencias?
- ¿Cuáles instrumentos de política existentes facilitan los cambios? ¿Cómo incidimos en los cambios en las políticas, con qué argumentos? ¿Cuáles criterios para la creación de programas, leyes, planes?



Fotografía proporcionada por Enrique Pieck.

El Concurso como instrumento para el aprendizaje

En 1996, luego de elaborar bases curriculares, estudios y publicaciones, ideamos la realización del Concurso "Emprendimientos Económicos Exitosos Liderados por Mujeres", precisamente para responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles experiencias de emprendimientos son modelos a seguir y por qué?
- ¿Cuáles se han logrado mantener en el tiempo, cuáles son sus fortalezas y cuáles sus factores de éxito?

En un principio la idea del Concurso consistió en convocar y premiar a las mujeres y a los emprendimientos que demostraran un mayor avance en la autonomía económica, el desarrollo personal y social y la participación pública, variables que definimos como estratégicas porque denotaban cambios en las relaciones inequitativas de género.

Los premios fueron elegidos como aportes al desarrollo de las experiencias. Por ejemplo, un viaje al exterior del país, el encuentro entre las ganadoras, la sistematización de cada experiencia y la publicación en un libro llamado *Así se hace*.

La ceremonia de premiación fue entendida como una oportunidad para la difusión pública a través de los medios de comunicación, como una forma de prestigiar y a la vez sensibilizar. Por ello se realiza en centros de alto prestigio como universidades, parlamentos, ministerios o sedes de gobiernos municipales.

Hasta el momento se han realizado seis ediciones del Concurso. Se han superado las 1500 experiencias latinoamericanas, totalizando alrededor de 20 mil mujeres. Las seis emisiones del libro *Así se hace*, que constituye uno de los premios, recogen las 40 experiencias ganadoras, que son aquellas que demuestran mayores logros y que tienen las condiciones para su desarrollo.

¿Qué fuimos aprendiendo y cómo?

Conocer y visibilizar las experiencias en el espacio público

A partir del primer concurso fuimos descubriendo que era una herramienta útil no sólo para conocer las experiencias, sino para hacerlas visibles y facilitar su reconocimiento, a la vez que detonaba procesos muy ricos de debate en el jurado, es decir que la discusión, el intercambio y el logro de acuerdos en el jurado que propiciaba cada concurso facilitaba el conocimiento directo de las lideresas y de sus emprendimientos.

Sin embargo, las participantes debían superar varios obstáculos para acceder al concurso; en primer lugar, según el testimonio de casi todas, "debían sentirse exitosas" para disponerse a concursar. En este sentido las organizaciones de apoyo juegan un papel fundamental para romper esa barrera y para motivarlas.

Un segundo obstáculo que deben superar es completar la ficha, condición para la presentación al concurso. Ésta les exige una exhaustiva recolección

de información que muchas veces no tienen y menos aún organizada.

El Concurso como un instrumento polivalente

A partir del segundo y tercer Concurso nos dimos cuenta de que era un instrumento realmente polivalente, en la medida en que permite la visibilización de las emprendedoras y de sus emprendimientos, constituye una oportunidad de formación para ellas y también porque resulta útil para la generación de vínculos y relaciones entre instituciones.

Fuimos descubriendo, como afirma A. Villanueva, que esta estrategia “facilita a las mujeres emprendedoras la adquisición de nuevos conocimientos, mejora su niveles de autoestima [y sus posibilidades de] acceso a redes de apoyo... las instituciones privadas y públicas tienen la oportunidad de conocer de cerca un sector que está enfrentando la crisis sin mucho apoyo pero con esperanzas y energías... para la sociedad civil porque está mejor informada, y para los gobiernos [aporta ideas para] ...trabajar propuestas de políticas para las mujeres que experimentan una serie de desventajas por su condición de mujeres y de pobreza.”**

Para las integrantes del jurado que a su vez forman parte de organizaciones de la sociedad civil, ésta es una oportunidad para aprender. Como mencionó J. de los Santos, en referencia a su participación como jurado: “era la primera oportunidad de conocer por dentro este tipo de experiencias, sus potencialidades y desafíos... [así como de] conocer las necesidades de apoyo integral y a largo plazo... [que tienen] estas experiencias”. Estos aprendizajes son posibles por el análisis de cada experiencia y el debate que el jurado realiza en el proceso de calificación. “Se me abrió un panorama que no conocía” es lo que han dicho integrantes que vienen de la academia, de la formación para docentes y de funcionarios/as con cargos en ministerios.

Sin embargo, para las y los integrantes del jurado, el procedimiento de calificación y el acuerdo es muy complejo. El logro del puntaje supone largas discusiones, pero finalmente se logra gracias a la aplicación

de criterios combinados que vienen de la economía, de la teoría de género y de la educación. No es fácil para el jurado encontrar todos los elementos comprobables que evidencien la autonomía económica, combinada con los cambios visibles en las relaciones sociales de género, información que se recoge en las fichas de inscripción.

El Concurso integrado a planes de incidencia

El Grupo de Trabajo Latinoamericano se ha centrado en los últimos años en acciones de “incidencia y exigibilidad” como instrumento fundamental para el avance en las políticas públicas. Esta estrategia está incorporada en planes nacionales, que en este período ha adquirido nuevas modalidades, a la vez que se ha aumentado la cobertura a nivel nacional y regional y se han incorporado nuevas educadoras responsables y participantes, especialmente en las acciones de formación.

De los componentes de la estrategia para la incidencia

Hemos transitado del instrumento “Concurso” al “Plan de Acción” regional, con ciertas especificidades según cada realidad nacional. Asimismo, cada plan de incidencia y exigibilidad integra diversas modalidades de acción según las condiciones y potencialidades de cada contexto y grupo local.

Las líneas de acción que hemos identificado como componentes de la incidencia son:

- a) *Relacionamiento interinstitucional*. Este primer componente alude a las relaciones y vínculos interinstitucionales que se construyen a partir del Concurso. En una primera etapa la relación consistía en aportes tales como premios, préstamo de locales, difusión del Concurso, participación de delegadas/os en el jurado, etc. En la actualidad hemos logrado la concreción de alianzas, acuerdos y convenios nacionales para planes y programas. Estos planes se conforman con un promedio de 20 instituciones por país. En el caso

de Uruguay se logró la integración del Instituto Nacional de las Mujeres (Ministerio de Desarrollo Social) al proceso total del Concurso, incluyendo la publicación del libro *Así se hace: Uruguay*. En Cochabamba (Bolivia) se lograron convenios de asistencia técnica a municipios en la temática de los emprendimientos liderados por mujeres. En Venezuela, cuatro ministerios, junto con organizaciones de mujeres, se integraron al funcionamiento de mesas para el cambio de reglamentaciones sanitarias. En Bogotá se logró la edición del libro del Concurso a cargo de la Alcaldía Mayor, entendido por ésta como un ejemplo de buena práctica para políticas del sector.

- b) *Formación de articulaciones en redes de entidades diversas.* Hemos ido logrando pasar de la acción puntual entre instituciones y emprendimientos a formaciones permanentes en sistema de red. Se han logrado redes de emprendedoras en Bolivia y en Jalisco (México); en cinco municipios de Colombia funcionan articulaciones de emprendedoras para la elaboración de agendas de desarrollo local, y en Uruguay podemos mencionar la integración al Espacio de Economía Solidaria, una instancia compuesta por emprendimientos y entidades de apoyo.
- c) *Elaboración de agendas y veedurías.* En cuanto al proceso de elaboración de agendas, se ha pasado de las listas de ideas y propuestas para eventuales políticas, al análisis de las políticas existentes en el nivel municipal o nacional por parte de las lideresas e integrantes de organizaciones de la sociedad civil, llegando a acuerdos sobre plataformas comunes en el área de la microeconomía en el marco de leyes en elaboración, de agendas de desarrollo local y veedurías o "pedidos de cuentas". Esto tuvo lugar en Venezuela, Bolivia, Colombia y México
- d) *Formación de lideresas de los emprendimientos.* Al principio la formación se llevaba a cabo solamente en los talleres que se realizaban durante el Concurso, referidos a temas de gestión. Luego esto se transformó en programas sistemáticos de formación de mujeres líderes emprendedoras, incluyendo en ciertos casos mujeres y hombres de organizaciones del movimiento popular y funcionarios/as del sector público para fortalecer las políticas con equidad de género. Como ejemplo, en Perú la Universidad del Pacífico se hizo cargo de los cursos de formación. En Venezuela, fueron los ministerios los que asumieron esta responsabilidad y en Jalisco (México), las ONG comprometieron esfuerzos para la capacitación del personal de cinco municipios. En el último año se desarrollaron metodologías específicas para la formación de trabajadoras en las maquilas en El Salvador. También como forma de capacitación, en Perú, Colombia, Venezuela y Uruguay se efectuaron distintas pasantías.
- e) *Estudios sobre temas de especial interés.* En un principio fueron sistematizaciones de los casos ganadores en cada Concurso y posteriormente se sistematizaron los procesos ejecución de los planes de incidencia en Colombia y se publicó un análisis sobre los factores de éxito de las experiencias ganadoras en Bolivia.
- f) *Visibilización y difusión.* El último componente estratégico para la incidencia es la difusión masiva. En el caso de Uruguay fuimos pasando de hacer nosotros/as mismos los programas de radio y enviarlos a las emisoras del interior del país, a lograr que ciertos medios de comunicación a los que en principio no interesaba la temática de emprendimientos económicos de mujeres populares nos abrieran sus puertas. Algunos producen series específicas con las emprendedoras más destacadas. Logramos reforzar la estrategia de incidencia en el ámbito nacional con pasantías de ganadoras de otros países y llevamos a cabo una agenda de fuerte presencia pública. También mantenemos comunicación entre las concursantes de cada año y las instituciones a través del boletín electrónico semanal *Es Bueno Saberlo*, el cual contiene información



Fotografía proporcionada por Enrique Pleck.

vinculada a micro-empresarios, eventos, capacitación, comercialización y noticias de prensa. Se difunde a 700 direcciones y se puede consultar, entre otras, en la página web de la REPEM.

Conclusiones y recomendaciones para la acción

Esta estrategia tiene una importante debilidad y es que se basa en la continuidad, en la necesidad de estar en todos los momentos en todos los frentes, lo que exige fuertes niveles de dedicación humana e institucional para sostener el proceso en todas sus dimensiones.

Significa organización y recursos suficientes. Al respecto, recordemos que en general para el trabajo de *lobbying* se cuenta con agentes profesionales totalmente financiados y fondos específicamente asignados a ello.

Como ejemplo de estas limitaciones, en Uruguay no tuvimos permanencia organizativa ni sentido de oportunidad para incidir suficientemente en la Comisión de Presupuesto del Parlamento para

colocar la agenda que elaboramos para ser incorporada en la nueva reforma tributaria. Llegamos con las propuestas, pero debió ser mucho tiempo antes.

Sin embargo, en estos 15 años hemos logrado conocer que las experiencias de generación de ingresos lideradas por mujeres tienen tres dimensiones interdependientes: educación, género y economía. En cada uno de estos aspectos los logros están condicionados por los avances que se hayan alcanzado en los demás.

Las políticas positivas deben ser producto de actores muy distintos: las propias mujeres, las ONG, la sociedad civil, el Estado, las universidades, la cooperación pública y privada, etc.

Los esfuerzos centrados en un único nivel de acción son siempre insuficientes. La experiencia demuestra que las acciones se deben desarrollar a escala local, nacional, regional y global.

Finalmente, no basta con un solo tipo de actividad, o con actividades sin relación entre sí. Es preciso generar sinergia entre actividades diversas. Un ejemplo posible son las que antes señalábamos como componentes de nuestra estrategia, pero ciertamente la lista está abierta.

Lecturas sugeridas

ANGULO, LOURDES (2008). "De secretos de mujeres, derechos y rendición de cuentas. La experiencia de las organizaciones del Sur de Jalisco", ponencia al II Foro "Por los Caminos del Empoderamiento de las Mujeres", Montevideo: REPEM.

ARÉVALO, M. (2008). "Así se hace. Organizando mujeres de las maquilas", ponencia al II Foro "Por los Caminos del Empoderamiento de las Mujeres", Montevideo: REPEM.

CANNABRAVA, B. Y C. CERVEIRA (2008). "La acción del GTL en los planes nacionales", ponencia para el II Foro "Por los Caminos del Empoderamiento de las Mujeres", Montevideo: REPEM.

GARRIDO, LUCY (ed.) (1995). *Género, educación y economía popular. Una agenda pendiente*, Montevideo: REPEM.

IFFI, "Experiencias exitosas de mujeres emprendedoras de Bolivia". Cochabamba, Bolivia, junio de 2008.

PEREYRA SARTI, ILIANA (1998). "La visibilización de los emprendimientos económicos liderados por mujeres de sectores populares", Documento de trabajo, REPEM.

PEREYRA SARTI, ILIANA (2000). "Emprendimientos económicos exitosos liderados por mujeres de sectores populares, un desafío para los gobiernos locales", ponencia para el Seminario "La arena local, un espacio para las políticas públicas de género", Montevideo (abril).

REPEM (s/f). *Para ayudar a las mujeres pobres a generar ingresos se necesita algo más que buena voluntad*, s/l, REPEM-KULU.

Para conseguir estos materiales rogamos a nuestros lectores entrar en contacto con Iliana Pereyra, autora del artículo. CE: educa@adinet.com.uy

Notas

* Esta definición fue expresada por la doctora Ana Cristina González en el Curso de Incidencia llevado a cabo en Uruguay, que a su vez fue tomada del curso "Advocacy feminista" realizado en Brasilia en el marco del Proyecto Latinoamericano de Advocacy en Derechos Reproductivos y Sexuales, con el apoyo de la Fundación Ford. Curso extensión Universidad de Brasilia. Coordinación Agende, Flora Tristán y Equidad de Género, marzo-abril de 2001.

** A. Villanueva. "Los Concursos: una experiencia educativa para mujeres adultas en A. Latina", Cuarto Concurso Latinoamericano "Así se hace", Montevideo, REPEM, 2004.

**Los teólogos son
hombres que consumen
toda una vida
irreprochable en dar
respuestas exactísimas
a preguntas que nadie
se plantea**

William Temple,
teólogo anglicano inglés, 1881-1944.