

PRÁCTICAS DISCURSIVAS Y CAPACIDAD DE AGENCIA PARA EL EMPRENDIMIENTO DE LOS JÓVENES EN CONTEXTOS DE VULNERABILIDAD.

Estudiantes de la Universidad
Uniminuto de Dios — Sede Bello Antioquia—

Margarita María Torres Arroyave¹

Resumen

El presente artículo da cuenta de las comprensiones de las prácticas discursivas y capacidad de agencia para el emprendimiento de los jóvenes en contextos de Vulnerabilidad, con énfasis en el ejercicio de construcción de subjetividad y la capacidad de agencia. El análisis de información se realizó a través de las narrativas, observación participante y análisis documental. El proceso evidencia la existencia de heterogeneidad en posiciones y formas de ver la capacidad agencia para el emprendimiento en jóvenes en contexto de vulnerabilidad en Estudiantes de la universidad Uniminuto de Dios —sede de bello.

La subjetividad, identidad e interacción en el marco de la capacidad de agencia, señala a las estructuras de base familiar y aula educativa institucional y no institucional, los sentidos de fortalecer y potenciar la mirada incluyente de los jóvenes para generar condiciones y potenciar la capacidad de agencia.

Palabras Claves: Emprendimiento | Vulnerabilidad | Política | Capacidad de agencia | Jóvenes |

¹ Margarita María Torres Arroyave. Contadora Publica, Especialista en Gerencia- Actualmente participante de la Maestría en Educación y Desarrollo Humano, alianza Universidad de Manizales—Cinde. Correo electrónico: emprendepaisa@gmail.com

Abstract

This article reports on the insights of discursive practices and agency capacity for entrepreneurship among young people in situations of vulnerability, with an emphasis on building exercise subjectivity and agency capacity. Data analysis was performed using narratives, participant observation and document analysis. The process demonstrates the existence of heterogeneity in positions and ways of seeing the agency capacity for entrepreneurship in youth vulnerability context in the minute God University– headquarters Bello.

The subjectivity, identity and interaction within the framework of the capacity of agency, drew the structures of family-based and classroom educational institutions and non-institutional, the senses to strengthen and empower the gaze inclusive of young people to generate conditions and enhance the capacity of agency.

Key Words: Entrepreneurship | Vulnerability | Politics | Capacity agency | young |

Introducción

La discusiones con el vocablo y el ejercicio del emprendimiento, en Colombia y en la región suramericana, infieren que Estados Unidos, Europa y algunas regiones asiáticas es una apuesta cronológicamente enraizada, tiene su origen en la preocupación de los gobiernos por entrar en esta nueva ola de economía emergente con indicadores de crecimiento económico, la generación de empleo, ingreso per cápita, mayor productividad y mejor competitividad.

Se trata de relevar los indicadores micro o macroeconómicos de la nación, incentivar el emprendimiento como una estrategia adicional para tratar de erradicar o minimizar la pobreza y la desigualdad social, crear las condiciones necesarias para ayudar a generar trabajo y riqueza, prosperidad y mejor calidad de vida para la población.

Políticamente se da una gran variedad de opciones atractivas para el emprendimiento y la nueva incubación de empresas con leyes, programas y financiamiento, el gobierno compensa, disminuye la población vulnerable, y se potencia la capacidad de agencia de la mayoría de los colombianos.

La investigación “Prácticas discursivas y capacidad de agencia para el emprendimiento de los jóvenes en contextos de vulnerabilidad, estudiantes de la universidad Uniminuto de Dios —sede Bello Antioquia—. Con dialécticas, testimonios de vida, visiones y ambiciones legítimas desde los jóvenes, describen y expresan sus comprensiones y condiciones para su desarrollo humano y social.

Observadores de las diferentes latitudes confirman que la juventud está estigmatizada, es negada en el modelo jurídico o negativizada en el modelo opresivo. Se le niega existencia como sujeto total (en transición, incompleto, ni niño ni adulto) o se negativizan sus prácticas (juventud problema, juventud gris, joven desviado, tribu juvenil, ser rebelde, drogadicto, pandillero, delincuente).

Estos señalamientos, son magnéticos para conductas antisociales de la juventud. El profesor Fabián Acosta (2013), filósofo e investigador del Observatorio de la Juventud de la Universidad Nacional en Bogotá, expresa que “estamos en la sociedad del encierro. Lo que importa es mantenerla disciplinada, quieta y controlada. Pero no hay ningún interés por una vida con bienestar, sino con grandes negocios y fortunas”.

¿Cómo hacer para que sus prácticas discursivas sean apropiadas y encajen con la sociedad que todos queremos construir? Con estos pronósticos carentes de toda consideración, también hay jóvenes ejemplares para la sociedad, singulares sin ninguna duda, en su mundo humano.

Para encontrar las prácticas discursivas de los jóvenes objeto de esta investigación, se interpretaron sus pensamientos y los discursos obtenidos de las entrevistas. Los signos o representaciones sociales como los llama la sicóloga social Denise Jodelet (1986), expresan de manera categórica su juicio de la cotidianidad.

La juventud, tiene un conjunto de representaciones que la define a partir del ser mismo. Henri Lefebvre (1962) deja entrever el carácter de la representación de los jóvenes cuando expresa “El mito de la juventud, como el del proletariado (y los de la modernidad en general), consiste en una serie de afirmaciones filosóficas y de redundancias de orden ontológico, esto es, relativas a un ‘ser’ que se pretende definir. La juventud tendría su ‘ser’ propio y se la definiría por ella misma y para ella misma (Lefebvre, 1969:187, citado en Groppo: 2000:282).

A los jóvenes se les tiene incluidos en lo que podría llamarse un escalafón social dependiendo de “lo que es su propia naturaleza, en

razón de su constitución, de sus rasgos de carácter o de sus variedades patológicas” (Foucault, 1993:262). Pueden identificarse las siguientes representaciones sociales de la juventud:

1. Joven como ser inseguro de sí mismo: hipotéticamente están siendo comparados con los adultos, que se presumen seguros de sí mismos.

2. Joven como ser en transición: porque en esta etapa hace tránsito hacia la adultez y luego a la vejez.

3. Joven como ser no productivo: debido a que los jóvenes están llenos de tiempo libre, se les trata como a individuos ociosos. Los jóvenes son mostrados dentro de las sociedades como seres no lucrativos económicamente.

4. Joven como ser incompleto: como está calificado de inseguro, en transición e improductivo, entonces se le suma que por la falta de cosas y porque va camino a la adultez, es un ser incompleto.

5. Joven como ser liberal: ésta representación significa puro desinterés absoluto por todo aquello que a los demás sí les interesa en la sociedad, escuela, familia o la política.

6. Joven como ser desviado: por falta de objetivos claros y en razón a su titubeo sobre sí mismo, se dice que el joven está frente a múltiples oportunidades de disiparse en el camino.

7. Joven como ser peligroso: no se trata de la definición propia. Se trata de la perspectiva de que sea potencialmente peligroso, que tome acción en contra de las normas establecidas.

8. Joven como ser victimizado: porque no tiene capacidad de agencia puede ser víctima de las condiciones sociales imperantes, tiene potencialidad de ser y hacer pero lo doblegan o a sabiendas de que será considerado una víctima quebranta la ley.

9. Joven como ser sublevado: como se es joven posee arrojo para demostrar su rebeldía y sublevación. Asumen como tarea propia ser partícipes de la oposición y la protesta, porque de lo contrario serán señalados por incumplir su rol auténtico en la evolución social.

10. Joven como ser del futuro: quiere decir que el joven es de un tiempo imaginario, pues no estaba en el pasado, no está en el presente porque el presente no es suyo, no está en el futuro porque el futuro es una utopía y no una realidad.

Los jóvenes son estructurados, maduros, ambiciosos, disciplinados, sociables, estudiosos, deportistas, políticos, trabajadores con esfuerzo y con sensatez en los proyectos de vida. Sin embargo pueden ser en número superior los jóvenes que entran en una o varias de las diez caracterizaciones.

El carácter de las prácticas discursivas de los jóvenes está en manos de variables como entorno social, orígenes, idiosincrasia, sexo, antecedentes familiares, condición social, la forma de encarar la vida, experiencias, expectativas, entorno académico, forma de ser y pensar.

Metodología

El estudio “Prácticas discursivas y capacidad de agencia para el emprendimiento de los jóvenes en contextos de vulnerabilidad en la Universidad Uniminuto de Dios, sede de Bello”, es un estudio cualitativo cuyo interés es comprender la vulnerabilidad juvenil y la capacidad de agencia desde la perspectiva del análisis del discurso en narrativas de jóvenes emprendedores universitarios.

La caracterización metodológica de la opción investigativa, resulta de la base epistemológica, de tal modo que se da el sentido a la razón de ser de sus procedimientos para producir conocimiento científico.

El abordaje de la investigación “Prácticas discursivas y capacidad de agencia para el emprendimiento de los jóvenes en contextos de vulnerabilidad en la Universidad Uniminuto de Dios, sede de Bello” se ubica en el campo de las ciencias sociales que busca establecer cuáles son las ópticas que se han desarrollado para concebir y mirar las distintas realidades de la capacidad de agencia para el emprendimiento de los jóvenes en contexto de vulnerabilidad, compone el orden de lo humano, comprende la lógica de los caminos del emprendimiento y emerge un conocimiento metódico sobre prácticas discursivas y capacidad de agencia.

Para Taylor y Bogdan (1992) señalan que la metodología es la manera como enfocamos los problemas y la forma en que buscamos la respuesta a los mismos.

Guba (1990) permite diferenciar los enfoques o paradigmas de investigación social, a partir de la respuesta a tres preguntas básicas.

- ¿Cómo se concibe la naturaleza tanto del conocimiento como de la realidad?
- ¿Cómo se concibe la naturaleza de las relaciones entre investigador y el conocimiento que genera?
- ¿Cuál es el modo en que construye o desarrolla conocimiento el investigador?

Por ello el estudio se sitúa en el enfoque cualitativo y en lectura crítico social, dialógico y se identifica con el enfoque cualitativo. Utiliza como técnica la entrevista informal o semi estructurada y el instrumento primario fue una guía de entrevista, su expresión narrativa y su proceso de interpretación la hermenéutica.

Categorías del estudio

El estudio “prácticas discursivas y capacidad de agencia para el emprendimiento de los jóvenes en contextos de vulnerabilidad, estudiantes de la universidad Uniminuto de Dios”. Analiza cuatro categorías:

- Emprendimiento
- Vulnerabilidad
- Capacidad de agencia
- Política.

Hallazgos

Vivido el trayecto metodológico en el abordaje de la investigación “Prácticas discursivas y capacidad de agencia para el emprendimiento de los jóvenes en contextos de vulnerabilidad en la universidad Uniminuto de Dios, sede de Bello”; la investigación se ubica en el campo de las ciencias sociales, establece ópticas que se han desarrollado para concebir y mirar las distintas realidades de la capacidad de agencia en el contexto de vulnerabilidad y emerge un conocimiento metódico sobre prácticas discursivas y la capacidad de agencia.

A partir de las grabaciones con las entrevistas se realiza una selección de simbologías, experiencias, idiosincrasia, vocablos, imágenes, emociones y sensaciones humanas de los actores implicados en el proceso.

De los textos se relievan las manifestaciones y testimonios de vida, fragmentos de la historia individual que se incluyen metódicamente en cada una de las categorías de emprendimiento, vulnerabilidad, capacidad de agencia y política. Y en esa misma matriz de contenido subjetivo, se cotejaron algunas proposiciones de los más reconocidos autores y autoras en cada una de las variables conceptuales, que conforman el estudio.

Conclusiones

1. El presente estudio “prácticas discursivas y capacidad de agencia para el emprendimiento de los jóvenes en contextos de vulnerabilidad, estudiantes de la universidad Uniminuto de Dios” ha permitido entrever el universo de circunstancias que han moldeado la vida de cada uno de los actores, por lo que se hace indispensable volver la mirada a esas declaraciones subjetivas, a los planteamientos teóricos y metodológicos esbozados.

2. Cada uno de los jóvenes universitarios entrevistados tiene una historia de vida, anécdotas y unas experiencias vitales. Cada uno tiene su marca distintiva en su corta trayectoria en contextos de violencia, drogadicción y trabajo. Sin embargo todos tienen huellas semejantes que los acercan a colectivos determinados: son vulnerables, emprendedores y su capacidad de agencia está menguada por las circunstancias de pobreza y desigualdad social.

3. Es evidente que la palabra emprendimiento no es nueva, pues se habla de ella desde antes de primera mitad del siglo XVIII y hallamos como su precursor al francés Richard Cantillon. Este economista, al definir en su idioma el término “entrepreneur” como «la persona que paga un cierto precio para revender un producto a un precio incierto, por ende tomando decisiones acerca de obtención y uso de recursos admitiendo consecuentemente el riesgo en el emprendimiento», nunca imaginó que tres siglos después los analistas económicos y los líderes mundiales estarían hablando estratégicamente de emprendimiento.

4. El emprendimiento colombiano tiene un factor de impulso como el de la India o el de China, países en los que hay ebullición constante de economías que se abren paso propulsados por su gran demanda interna, que a su vez ocurre por la gran demografía.

5. El emprendimiento colombiano es impulsado por la necesidad más que por la oportunidad o las iniciativas. El factor de la necesidad es fuerte, es un enfoque que asumen aquellas personas que sienten atracción por las iniciativas de crear empresas, innovar y por el crecimiento de los negocios. Aunque así, la mayoría de los autores estudiados se concentraron en otras habilidades como el poder, el logro y la independencia.

6. La ciudad de Medellín-Colombia tiene desarrollos con proyectos y programas que incentivan el emprendimiento, fortalecen la cooperación internacional y presentan una tasa de creación de negocios que le han permitido ser calificada como la ciudad más innovadora del mundo en el año 2013.

7. La vulnerabilidad es la estrecha capacidad de una persona o un grupo de personas para tomar decisiones, enfrentar la crisis y resistir las secuelas de lo natural o de la actividad humana, así como la dificultad para recuperarse de los mismos, la población universitaria objeto del presente estudio se asumen en contextos de vulnerabilidad y en condiciones de pobreza que afectan su potencial de desarrollo humano y social. Dichos jóvenes universitarios tienen capacidad de resiliencia dado que han sabido sobreponerse al cúmulo de adversidades que les ha tocado enfrentar con sus familias y en su experiencia vital.

8. La capacidad de agencia, definida por filósofos y sociólogos como la capacidad que tiene una persona para actuar en el mundo, con autonomía y libertad para escoger el horizonte de vida. Es la situación que tienen en común los jóvenes universitarios de la UNIMINUTO, porque están allí, se forman, se interrelacionan, y estudian una carrera profesional que los potencia a nuevos ideales de vida quieren y que puedan trascender. Adquieren una cultura, capaz de hacerse a una forma de sentir, pensar, experimentar y proyectarla vida, a unos ideales de humanidad y a un estilo de vida que convoque mejor la propia existencia y la de los demás. Amador (2012).

9. La capacidad de emprendimiento se aprende, madura y se hereda para hacer un nuevo proyecto de vida, cubrir los mínimos básicos de supervivencia y la necesidad del reconocimiento social. Una persona emprende, imagina, crea empresa y gana en el colectivo vital. Es así como el presente estudio cuyo interés es comprender la vulnerabilidad juvenil y la capacidad de agencia desde la perspectiva del análisis del discurso en narrativas de jóvenes emprendedores universitarios, los jóvenes tienen la capacidad de sobreponerse a las adversidades sociales, se genera potenciación de subjetividad y los caracteriza como modelos de la juventud que creen en sí mismos y que se aferran con fuerza sus capacidades para avanzar en el desarrollo humano y social.

Recomendaciones

La renovación permanente del conocimiento es un desafío del tiempo presente y tiene implicaciones es fundantes en los desarrollos curriculares en las diferentes profesiones. Desde nuestro estudio se propone generar un proceso de reconfiguración curricular dado que los tiempos cambian así como las definiciones van sufriendo mutaciones y adaptaciones en los nuevos contextos donde se asume el riesgo, se dan condiciones de incertidumbre y emergen nuevas posibilidades.

El espíritu emprendedor en los jóvenes está relacionado con la voluntad de transformar las condiciones existentes, superar los obstáculos y romper las rutinas, ello implica capacidad de agencia; se recomienda entonces, crear una escuela de liderazgo y emprendimiento que implique los diferentes programas de formación en los contextos universitarios.

Esta propuesta renueva los currículos de los diferentes programas de formación, permite la entrada de nuevas tecnologías, amplía el espectro comunal universitario y genera escenarios educativos diferentes al escolar convencional disciplinar.

Bibliografía

Arendt Hannah. Entre el pasado y futuro. Ocho ejercicios sobre la reflexión política. Edit. Península. Barcelona 1996.

Arendt, Hannah. La condición humana. (1993). Buenos Aires. Edit. Paidós.

Baumen Zygmunt. El arte de la vida y la vida como obra de arte. Edit. Contextos. Barcelona 2009

Beltrán Ríos Rafael. Obregón Sáenz Javier. Saberes, sujetos y métodos de enseñanza. Edit. U de A. 2012

Bentley Tom, Seltzer Kimberly. La era de la creatividad. Conocimientos y habilidades para una nueva sociedad. Edit. Aula XXI Santillana. Madrid. 1999

Brege Belletzer Luis. Las necesidades sociales. Conceptos y teorías básicas. Edit. Síntesis. Madrid. 1999

Casas, Miranda Ana. Fernández Serien Luz Laura. Teorías actuales sobre desarrollo. Implicaciones educativas. Edit. Aljibe. Málaga. 1999.

Congreso de Colombia. Fomento a la cultura del emprendimiento. Diario Oficial No. 46.164 de 27 de enero de 2006.

Congreso de Colombia. Ley 1014/2006 Ley de Emprendimiento. Educación, participación y desarrollo comunitario. Memorias 2° Foro Nacional de educación. 1992

Felfeber Myriam. Los sentidos de lo público. Reflexiones desde el campo educativo. Edit. Noveduc. Argentina. 2009

Goffman Erving. La presentación de la persona en la vida cotidiana. Edit. Amorrortu. Argentina. 2009

Harcasitos Pozos Ricardo. Los nudos del tiempo. La modernidad desbordada. Edit. Siglo XXI. México. 2006

Keeley Brian. Capital humano: cómo influye en su vida lo que usted sabe. Edit. Castilla- Paris. 2007

Luna, María. Investigaciones comprensivas: implicaciones metodológicas. Universidad de Manizales - CINDE.

Pinocio Pablo, Dussel Inés, Carusso Marcelo. La escuela como máquina de educar. Tres escritos sobre un proyecto de la modernidad. Edit. Paidós. Buenos Aires. 2001

Posada Enrique R. La enseñanza y el aprendizaje de la creatividad. Edit. Intergraf. Medellín. 2003

Sánchez, Juan. El emprendimiento hoy: innovación y cultura creativa. Ensayo

Serrano Pérez Gloria. Puyo Guzmán Victoria. El animador. Buenas prácticas de acción socio-cultural. Edit. Navcea. Madrid 2007

Sen, Amartya. Desarrollo y libertad. Edit. Planeta. Colombia. 2000