# CONTRA LA CORRIENTE

*Dentro del proceso denominado Beijing+5, un balance sobre los avances y retrocesos de la sección J de la Plataforma de Acción "La mujer y los medios de difusión", plantea múltiples desafíos para enfrentar el complejo panorama de las comunicaciones en el nuevo siglo.*

Iniciamos este balance con un análisis crítico sobre el escenario y las lógicas que dominan a los sistemas comunicacionales y el impacto que producen socialmente. Fue elaborado por un grupo de periodistas y comunicadoras pertenecientes al colectivo **Mujeres Acción 2000** (ver nota aparte). Un segundo momento de este balance, presenta un conjunto de estrategias consideradas exitosas llevadas a cabo por activistas de la comunicación de América Latina y el Caribe en los últimos cinco años. Esta información se basa en la recopilación de una serie de materiales llegados a nuestro Centro de Documentación, y en el seguimiento realizado por el Programa de Comunicaciones y Publicaciones de Isis Internacional comprometido con el proceso de Beijing+5.

## El escenario

Antes de hablar de los logros alcanzados debemos referirnos al contexto. Tal como lo señala en su informe mundial **Mujeres Acción 2000**, la privatización y la fusión de las empresas de comunicación, los efectos de la globalización de los medios y la ausencia de reglamentaciones y códigos de ética, constituyen factores de peso a la hora de diseñar estrategias para lograr cambios, ya que "la fusión de tecnologías de la comunicación y de sus dueños, en especial en el contexto de la globalización, está cambiando la naturaleza y la estructura de la industria de los medios que se han convertido en un negocio transnacional atado a los acuerdos y a entidades internacionales (OMC, GATT)[1], cuyo principal propósito es la generación de ganancias y no la de proveer un servicio público".

La persistencia de democracias débiles en la mayoría de los países de la región y la inflexibilidad de los programas de ajuste estructural, han generado una institucionalidad frágil con sistemas de comunicación vulnerables sujetos a los vaivenes del mercado, a intereses económicos y a presiones políticas. Un aspecto determinante dentro de este panorama es la concentración de la información y la tecnología de la comunicación en manos tanto de corporaciones transnacionales como de élites locales, que ha dado paso a una suerte de uniformización de la información constituyéndose en una amenaza a la libertad de expresión.

"Esta tendencia, advierte el informe de **Mujeres Acción 2000**, ha sido contraproducente para la democratización de las comunicaciones y para el logro de una representación equitativa de los distintos actores sociales, las mujeres en particular. Con la excusa de la desregularización económica y el libre mercado, se han ignorado los principios éticos y de equidad, y la comunicación y la información han dejado de ser un derecho de la población para convertirse en mercancías, mientras que los medios guardan pocos vínculos con el concepto de servicio público que primó en su gestación".

En este punto, el informe destaca que el derecho de las y los ciudadanas/os de acceder a una información pluralista y democrática es vulnerado por el poder que ejercen los monopolios informativos de carácter transnacional. "Más aún, la globalización y los monopolios en los medios están borrando los límites de la confiabilidad en la medida en que los conglomerados subregionales, regionales e internacionales compran y negocian las frecuencias nacionales, la prensa, los programas de televisión, la televisión por cable y las películas con muy poca o nula rendición de cuentas ante los gobiernos y la sociedad civil. La posibilidad de que la ciudadanía influya en las políticas y contenidos de los grandes medios se complica cuando los centros de decisión están cada vez más distantes y se guían

por las ganancias más que por consideraciones sociales.

A esto debe agregarse, la poca o ninguna apertura de los medios a un debate público sobre comunicación y democracia, códigos de ética y la responsabilidad social que les cabe. Mucho menos para introducir la perspectiva de género en los contenidos programáticos y en las fuentes de información. Por regla general, tanto los directivos como los periodistas se niegan a reconocer su responsabilidad en la emisión de imágenes estereotipadas o degradantes de las mujeres. La falta de políticas de comunicación adecuadas se debe, entre otras cosas, según **Mujeres Acción 2000**, a que "los gobiernos en general, no quieren tener mayor responsabilidad en la regulación de la industria de los medios en materia de estereotipos de género. Se deja la acción en manos de medidas voluntarias que toman los directivos de los medios o de mecanismos de protesta insuficientes, sin capacidad de monitoreo y con un marco legal que no tiene en cuenta las políticas de género. En muchos países no existen prácticas de monitoreo ni requisitos por parte de los gobiernos que deban ser cumplidos por los medios. Ocurre que cuando existen normas éstas están lejos de cumplirse. Demasiadas veces se deja esta tarea en el ciudadano individual quien debe hacer las observaciones, desafiar y litigar".

## Estrategias que cuajan

Este escenario no ha sido ni es favorable para dar cumplimiento a los acuerdos establecidos en la sección J de la Plataforma de Acción, a pesar de ello las mujeres comprometidas con este proceso diseñaron diversas estrategias que provienen de dos vertientes. La primera surge de ONG de mujeres especializadas en comunicación e información, o con proyectos de este tipo, y la segunda de colectivos de comunicadoras y periodistas vinculadas a los movimientos feministas de la región.

La consigna de convertir a la información en un instrumento de cambio para contrarrestar las imágenes deformadas o estereotipadas de las mujeres en los *mass media*, ha significado en los últimos años el despliegue de una serie de proyectos visionarios dirigidos a "tomar por asalto" los diferentes estamentos de la prensa industrial, a establecer alianzas con profesionales de la información y con publicistas de las grandes agencias creando en algunos casos, premios y concursos; a monitorear las imágenes y contenidos que sobre las mujeres aparecen diariamente en periódicos, revistas, programas de TV y de radio; a diseñar proyectos de capacitación para sensibilizar a periodistas y comunicadoras; a publicar manuales para evitar el uso del lenguaje sexista y los estereotipos en la información; a fundar suplementos feministas dentro de algunos medios de prensa; a conducir programas radiales y crear emisoras de radio y obtener espacios en la televisión; a ofrecer entrenamiento a grupos de mujeres en la producción de programas de radio y adiestramiento en las nuevas tecnologías de la información, y finalmente a crear redes informativas generando en algunos casos la formación de agencias de noticias a través de internet.

## El reto de las nuevas tecnologías

Uno de los mayores retos que enfrentan las mujeres es el de las nuevas tecnologías de la información. En este sentido, el informe de **Mujeres Acción 2000** pone de manifiesto el aumento en su utilización por parte de las ONG de mujeres y las redes de periodistas y comunicadoras. Se trata de una nueva herramienta estratégica usada para intercambiar y diseminar información en forma cada vez más creciente y efectiva. Algunos ejem-

## INSTRUMENTO DE DOMINACION

Nuestra meta es un orden mundial más justo, sostenible y centrado en las personas. Nos preocupan las tendencias del desarrollo, la globalización de nuestras economías y de los medios de comunicación.

Los grandes medios son un instrumento dominado por los hombres al servicio de quienes ejercen el poder. A nivel global son controlados por el Norte; nacionalmente están en manos de las élites locales. Tal como están estructurados actualmente, estos medios de comunicación fomentan estilos de vida no sustentables, el militarismo, la creciente pauperización y los patrones de consumo que convierten a las personas en consumidoras; no sólo de bienes sino también de ideas e ideologías: las mujeres, los niños y la mayoría de los hombres permanecen invisibles y sus voces no se oyen.

Fragmento de la Declaración de Bangkok: La Comunicación como fuente de poder. Encuentro Mundial "Las Mujeres Transformando las Comunicaciones". Asociación Mundial de Comunicadores Cristianos (WACC por sus siglas en inglés), Isis Internacional, Manila y el Centro de la Tribuna Internacional de la Mujer. Bangkok, febrero 1995.

plos que podemos señalar son los servicios de noticias que elaboran redes de periodistas y comunicadoras desde Bolivia, Costa Rica, Guatemala, México y Perú.

Aquí cabe destacar el rol cumplido a nivel internacional por la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones, APC (por sus siglas en inglés) dentro del Programa de Apoyo a Redes de Mujeres, (Women's Networking Support Programme), en lo que se refiere a facilitar información, a ofrecer entrenamiento en nuevas tecnologías de la información desde la perspectiva de género, y apoyar el trabajo de las redes. Trabajan en este proyecto 26 personas en 20 países del mundo a través de puntos focales regionales. En América Latina la coordinadora es Dafne Sabanes Plou de Argentina, y una de las más activas miembras de APC, el Area Mujeres de la Agencia Latinoamericana de Información, ALAI con sede en Ecuador, ofrece capacitación a organizaciones de mujeres de la región y asesoramiento en el diseño de políticas comunicacionales, facilitando contactos con otros movimientos sociales.

## El esfuerzo de las redes

La creación de redes de información de periodistas y comunicadoras que trabajan en los medios industriales, tuvo un comienzo pionero en México por intervención de Comunicación e Información de la Mujer, CIMAC, un visionario proyecto creado en 1987 por la periodista feminista Sara Lovera, para incidir en los medios de comunicación. Uno de los resultados de este proyecto fue la creación en 1995 de la Red Nacional de Periodistas de México integrada por cerca de 40 profesionales de 20 estados de ese país. CIMAC también cuenta con una agencia de noticias con perspectiva de género que circula por internet y ofrece talleres a periodistas de ambos sexos

Siguiéndole el paso a las mexicanas, en 1996, en Bolivia se constituye la Red de Trabajadoras de la Información y Comunicación *REDA ADA*, y en 1999, en Guatemala, nace la Red de Periodistas de México, Centroamérica y el Caribe, la misma que agrupa a profesionales de la prensa de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Cuba y República Dominicana. Otros esfuerzos por el lado de la información electrónica son los servicios de *Ciber-Adas* de Bolivia, *Tertulia* de Guatemala, *Ciberbrujas* de Ecuador, *Las Capullanas* de Perú y *Modemmujer* de México. Estas redes constituyen una asertiva estrategia de difusión de la condición social de las mujeres porque buscan nuevas formas de relación con los grandes medios de comunicación, además de establecer alianzas entre las profesionales de los medios para el mejor desempeño de su trabajo. En los últimos tres años las redes han organizado encuentros periódicos para evaluar su trabajo y trazar metas futuras de colaboración entre los países.

Otro ámbito donde las redes desempeñan un papel central es la radio con la producción de programas realizados y conducidos por mujeres radialistas, la mayoría de ellos surgidos desde las ONG. Estos proyectos combinan producción con capacitación, como en los casos de la Asociación de Comunicadores Sociales, Calandria, del Perú, del Programa de Mujeres de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, Región América Latina, AMARC, y de CEMINA de Brasil que ha generado la incorporación de 300 comunicadoras en su Red de Mujeres de Radio. También existen redes similares en el Perú, México y Ecuador donde está la sede de la Red de Mujeres para América Latina y el Caribe de AMARC.

Precisamente es en el espacio de la radio donde las organizaciones de mujeres de la región han incidido fuertemente con sus mensajes. La existencia de emisoras gestionadas por mujeres como *Radio Tierra* en Chile y *Milenia Radio* en el Perú, constituyen hitos importantes. Punto aparte es el programa *Radio Internacional Feminista*, RAIF, dirigido por Katerina Anfossi y María Suárez en Costa Rica, que es un buen ejemplo del uso de la tecnología por parte de las mujeres. Luego de haber transmitido en la frecuencia de onda corta entre 1991 y 1998, RAIF dio el gran salto y hoy es el primer programa de radio feminista que no requiere de una estación de radio ni licencia para funcionar porque sale al aire desde una computadora y además puede ser escuchado en cualquier lugar del mundo[3].

## A través del tiempo

Pero nada de lo realizado hasta hoy sería posible sin la existencia y perdurabilidad de instancias regionales especializadas en la información y la comunicación de y para las mujeres como **Fempress** e **Isis Internacional**, proyectos iniciados entre 1981 y 1984 en América Latina y el Caribe. A la mantención de sus servicios de prensa y radiofónico dirigido tanto a las organizaciones de mujeres como a los medios industriales, **Fempress** ha sumado un servicio semanal informativo por internet. Una importante contribución

de esta red informativa al seguimiento de la sección J ha sido la publicación en 1995 del Manual *El ABC de un periodismo no sexista* de las corresponsales Ana María Amado, Bertha Hiriart y Norma Valle. Recientemente **Fempress** firmó un convenio con la Universidad Nacional Mayor de San Marcos de Lima para ofrecer el Curso Taller "Género y Comunicación" para estudiantes de los últimos años de periodismo.

**Isis Internacional** con su vasta experiencia como canal de información y comunicación de las mujeres y en la formación de redes, desarrolla desde 1997 un proyecto destinado a impulsar la creación de redes informativas de periodistas y comunicadoras en el Cono Sur (ver nota aparte). Este proyecto que se inscribe dentro del seguimiento de la sección J tiene como ejes la realización de encuentros y talleres de capacitación a periodistas, actividades realizadas en consorcio con el Grupo Agenda de la Corporación de Salud y Políticas Públicas, CORSAPS de Chile y CIMAC de México, además de facilitar, vía correo electrónico, el intercambio de conocimientos a través del envío periódico de información a las redes de periodistas ya establecidas. Sus publicaciones han abordado la temática de la comunicación de género de manera preferente, por ejemplo en 1996, **Ediciones de las Mujeres** publicó *Por todos los medios. Comunicación y Género*, una antología de textos que combina análisis con experiencias de ONG y grupos que trabajan en el campo de las comunicaciones en América Latina y el Caribe principalmente.

También se debe reconocer el papel cumplido por las publicaciones alternativas de mujeres entre 1975 y 1985. Algunas de estas publicaciones han trascendido en el tiempo desafiando los problemas de financiamiento como *Fem* de México, *Cotidiano Mujer* de Uruguay, *Quehaceres* de República Dominicana, y *Feminaria* de Argentina.

Otras iniciativas exitosas que se anticiparon a la Plataforma de Acción merecen ser consignadas aquí, como la instauración, en la década de los 80 del siglo XX, de la fuente *mujer*, logro de un grupo de mujeres periodistas del diario mexicano *La Jornada* que las llevó en 1988 a crear el suplemento feminista *La Doble Jornada* al interior de ese diario[3]. Más tarde, en 1990, aparece en Uruguay el segundo suplemento feminista de la región, *La República de las Mujeres* vigente hasta hoy y editado por el periódico *La República* bajo la dirección de la periodista Isabel Villar. En la actualidad circulan nuevos suplementos en Guatemala, Bolivia y México. También en la línea de antigüedad de los proyectos comunicacionales de carácter regional se inscribe SEM, Servicio de Noticias de la Mujer producido desde 1980 en Costa Rica por una red de corresponsales de la región.

En los ámbitos del cine y el video, una de las experiencias más valiosas fue la de *Cine Mujer*, un proyecto histórico de las feministas colombianas creado en 1979. Luego de mantenerse heroicamente por más de dos décadas, *Cine Mujer* finalizó sus actividades en 1999 por falta de recursos, significando una gran pérdida para la causa del feminismo. En 1996, *Cine Mujer* logró transmitir por el Canal Tres de la televisión colombiana una selección de videos sobre la situación de las mujeres de 21 países del mundo. También creó una importante videoteca, la más completa en su campo, para el uso de las organizaciones de mujeres, estableció una red de distribución internacional de videos y películas, además de un Banco de Imágenes que constituye un útil instrumento de consulta. Este importante patrimonio es ahora compartido por el Fondo de Documentación Ofelia Uribe del Programa Mujer, Género y Desarrollo y por el Departamento de Cine y Televisión de la Universidad Nacional de Colombia, Promujer, el Grupo de Apoyo Pedagógico y la Asociación de Mujeres de la Calera.

Seguir enumerando las numerosas experiencias relacionadas con la implementación del capítulo J de la Plataforma de Acción rebasa el espacio asignado a este artículo. Pero como no queremos dejar de lado otras iniciativas igualmente valiosas, algunas provenientes de organizaciones internacionales, agencias de publicidad e informativas, las incluimos en la sección HITOS de este *dossier*.

**Notas:**

1. OMC. Organización Mundial de Comercio.
GATT. General Agreement on Tariffs and Trade. Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio.

2. *Voces de Fuego*. N°1, mayo de 2000. Revista semestral de Radio Internacional Feminista. San José, Costa Rica.

3. Desde 1998 este suplemento es editado por un nuevo equipo de periodistas bajo el nombre de *Triple Jornada*.

**Fuentes:**

"Contribución alternativa sobre Mujer y Medios de Comunicación basada en las revisiones de la Sección J de la Plataforma de Acción realizadas por ONG". Mujeres Acción 2000. América Latina-Caribe. *www.mujeresaccion.org*