

MEMORIA

Capacitación en Comunicación y Género para mujeres de organizaciones sociales en América Latina y El Caribe 2008

Coordinación: ALAI



Taller Andino



Taller Mesoamérica-Caribe



Taller Cono Sur

CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1 Del proceso del Programa
- 1.2 Antecedentes
- 1.3 Fase preparatoria

2. LA PROPUESTA DE FORMACIÓN

- 2.1 Objetivo de los talleres
- 2.2 Los cuatro momentos

3. TALLERES PRESENCIALES

- 3.1 Realización de los Talleres
- 3.2 Participantes
- 3.3 Expectativas de las participantes
- 3.4 La metodología

4. DESARROLLO DE CONTENIDOS POR EJES

- 4.1 Aportes y propuestas de las mujeres en los movimientos sociales:
- 4.2 Un recorrido por la práctica comunicacional cotidiana de nuestras organizaciones
 - 4.2.1 flujos de comunicación en las organizaciones
- 4.3 Dimensión y campos comunicativos
 - 4.3.1 Ubicación del contexto
 - 4.3.2 Apostar por medios propios
 - 4.3.3 Mujeres, comunicación, enfoque de género
 - 4.3.4 Cómo aprovechar mejor los espacios que se logran en los medios masivos
 - 4.3.5 El trabajo en Red
 - 4.3.6 Herramientas y trabajo práctico
 - 4.3.7 Políticas y estrategias de comunicación
- 4.4 "¿A qué apostamos?" Una agenda común con propuestas elaboradas por las participantes.
 - 4.4.1 Acuerdos subregionales
 - 4.4.2 La Agenda de Comunicación y Género

5. APRENDIZAJES Y EVALUACIÓN

6. SEGUIMIENTO

Anexos:

- 1 Redes y organizaciones participantes
- 2 Programa modelo
- 3 Agenda de Comunicación y género

1. INTRODUCCIÓN:

Del proceso del Programa

El presente programa de capacitación en comunicación y género se está organizando en el marco del programa de formación en comunicación de la Minga Informativa de Movimientos Sociales. Recordamos que esta iniciativa de convergencia en comunicación entre movimientos sociales de América Latina y el Caribe, surgió a inicios de este siglo, en el marco de las convergencias en resistencia al modelo económico y social excluyente, y de concertación de propuestas y acciones para la participación en los procesos democráticos y la integración regional. En estas dinámicas, las mujeres constituyen actrices importantes, que han avanzado en la consolidación de vocerías e interlocuciones, y en el afianzamiento de redes y plataformas de acción comunes en el plano nacional y continental.

Antecedentes

La iniciativa partió de un acumulado de siete años de la Minga Informativa¹, que ha trabajado como un lineamiento estratégico la necesidad de fortalecer a las organizaciones que la conforman, fundamentalmente en materia de comunicación, mediante la formación de compañeras y compañeros con responsabilidades en esa área. Se ha buscado que éstos/as adquieran conocimientos integrales sobre la comunicación y construyan la capacidad de multiplicar las acciones comunicacionales. A ello contribuyeron los diagnósticos realizados por ALAI, conjuntamente con organizaciones participantes en la Minga Informativa, cuyos resultados se sistematizaron en los libros "Movimientos Sociales en la Red" (2001) y "Comunicación en Movimiento" (2005). El programa general de formación a distancia de la Minga Informativa inició en el 2007, a partir de un intercambio sobre las prioridades del mismo.

Una de las preocupaciones que ha surgido en el curso de diversas reuniones de planificación e intercambio realizadas en la Minga Informativa en los últimos años, ha sido la escasa visibilidad de las problemáticas, propuestas y luchas de las mujeres de las organizaciones, y la necesidad de afianzar estrategias de comunicación para dar salida a este problema. Si bien durante este mismo período, se ha venido impulsando formas de articulación entre las redes, organizaciones e instancias de mujeres que son parte de la Minga Informativa, este proceso poco había logrado plasmarse en la comunicación.

Entre las respuestas identificadas a esta problemática, en 2005-6, se planteó como metas: alentar una mayor producción informativa por parte de las mujeres de las organizaciones (comunicadoras y lideresas); impulsar una mayor difusión de la participación y propuestas de las mujeres en las actividades de la agenda de movimientos; y además fijar un criterio de participación del 50% de mujeres en las actividades de formación en comunicación. Se acordó, además, buscar oportunidades

¹ Las coordinaciones y redes que actualmente integran la Minga Informativa de Movimientos Sociales son: La Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones del Campo (CLOC); la Red de Mujeres Transformando la Economía (REMTE); Jubileo Sur Américas; el Grito de los Excluid@s; la Asamblea de Pueblos del Caribe; el Diálogo Sur-Sur LGBT; el Enlace Indígena; la Red de Mujeres Afrolatinoamericanas, Afrocaribeñas y de la Diáspora; la Red COMPA; la Alianza de los Pueblos del Sur Acreedores de la Deuda Ecológica; la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI); el Centro Memorial Martín Luther King; Brasil de Fato.

para reunir a las dirigentas de las respectivas redes para intercambiar sobre los retos que plantea la comunicación y formular políticas.

Con este mandato, ALAI, en tanto instancia encargada de coordinar el programa de formación de la Minga Informativa, gestionó en 2007 un apoyo del Instituto de la Mujer de España, el cual aprobó un proyecto de capacitación en comunicación y género, para el año 2008.

Fase preparatoria

Para la fase de preparación, entre marzo y junio se realizaron intercambios y consultas con las redes participantes, presenciales y a distancia, incluyendo una reunión con la secretaria CLOC y mujeres de varios países de la CLOC, realizada en R. Dominicana en marzo.

Estos intercambios y diálogos permitieron afinar los objetivos y prioridades para el proceso formativo, definir cuotas de participación de las redes y criterios para la selección de las participantes y fijar el calendario de los talleres presenciales a realizarse. Con estos elementos se fue construyendo la propuesta de programa de los talleres, que fue reenviada en consulta.

Contenidos: Se definió partir de una reflexión sobre las **propuestas y aportes** de las mujeres en los movimientos –respecto a las nuevas visiones políticas en el continente, frente a graves problemas mundiales como la crisis alimentaria o el cambio climático, y sus repercusiones para los pueblos, como también en relación a sus demandas específicas-; para luego examinar **la expresión y visibilidad de estos aportes en la comunicación** -dentro y fuera de las organizaciones- en un contexto comunicacional aún altamente desfavorable para las mujeres.

Asimismo, se planteó encarar la **comunicación en tanto ámbito estratégico de la acción social y política**, a la vez que abordar las **herramientas para mejorar las prácticas comunicativas**. Como parte del programa, se acordó la construcción colectiva de una **agenda común de comunicación en género**. Además, ALAI se encargaría de elaborar una **Cartilla de Capacitación** que pueda servir para los procesos de formación al interior de las organizaciones en lo posterior.

Se convino realizar tres talleres subregionales, entre los meses de julio y agosto, para Región Andina, Mesoamérica-Caribe y Cono Sur, de seis días de duración cada uno, y con 20 a 25 participantes por taller. Las cuotas de participación por red se establecieron teniendo en cuenta factores como el tamaño de las organizaciones, su trabajo en comunicación, su presencia en las distintas subregiones y países, el cupo máximo por taller y los recursos disponibles. Se acordó que por ser un primer taller en este tema las participantes serían únicamente mujeres: lideresas, comunicadoras y/o promotoras.

La selección de las participantes fue responsabilidad de las redes, bajo el criterio acordado que sean personas con algún nivel de responsabilidad en comunicación dentro de la organización, y que asuman el compromiso de devolver lo aprendido hacia la organización, con su trabajo en el área de comunicación y/o mediante procesos de formación interna. Se acordó asimismo el criterio de co-responsabilidad en los costos de participación, particularmente para los pasajes.

Paralelamente, mediante la recopilación de fuentes bibliográficas, insumos y herramientas metodológicas, además del ordenamiento y adaptación de contenidos desarrollados en el curso de los últimos años, ALAI compiló una caja de herramientas, síntesis y lecturas complementarias, que permitió construir los contenidos de los talleres y los materiales complementarios para las participantes.

2. LA PROPUESTA DE FORMACIÓN

El programa de formación en comunicación y género se propuso abordar los principales temas y problemáticas de las mujeres de las redes y coordinaciones sociales participantes en la Minga Informativa de Movimientos Sociales; así como las herramientas que nos pueden ayudar a mejorar nuestras prácticas comunicativas, visualizando la comunicación en tanto ámbito estratégico de la acción social y política. También apunta a visibilizar mediante las herramientas comunicacionales las propuestas y la participación de las mujeres dentro de la agenda de los movimientos.

Como objetivo de los talleres se definió:

Capacitar en comunicación y género a comunicadoras, lideresas y promotoras de organizaciones sociales para fortalecer sus capacidades y destrezas, construyendo de manera conjunta criterios, mecanismos y herramientas comunicacionales para su trabajo cotidiano y la articulación de redes.

La capacitación se desarrolló en *cuatro momentos*:

1. Las mujeres en los movimientos sociales: propuestas y aportes: Análisis y reflexión sobre los avances propositivos, visiones de cambio y aportes de las mujeres en los movimientos. Cómo se expresan estos aportes en la comunicación, tanto al interior de las organizaciones como hacia fuera y en relación con la sociedad.

2. Dimensiones y campos comunicativos: Pensar la comunicación estratégicamente; entender los medios y los códigos de la comunicación; viejas y nuevas herramientas; la dimensión cultural; el discurso desde la perspectiva de género.

3. Recursos y productos comunicacionales con sentido: Trabajo práctico y construcción colectiva de productos mediáticos a partir de las discusiones anteriores; análisis de nuestros productos mediáticos; optimizar el uso de nuestros recursos y producir nuevos elementos que nos permitan reforzar el trabajo.

4. ¿A qué apostamos? Una agenda común con propuestas elaboradas por las participantes. Enlaza las fases anteriores para proponer acuerdos mínimos para el trabajo en red de las mujeres en nuestras organizaciones, con proyección a consolidar las capacidades y destrezas adquiridas para ser replicadas en cada lugar.

El programa tipo de los talleres se encuentra en el anexo 2.

3. TALLERES PRESENCIALES

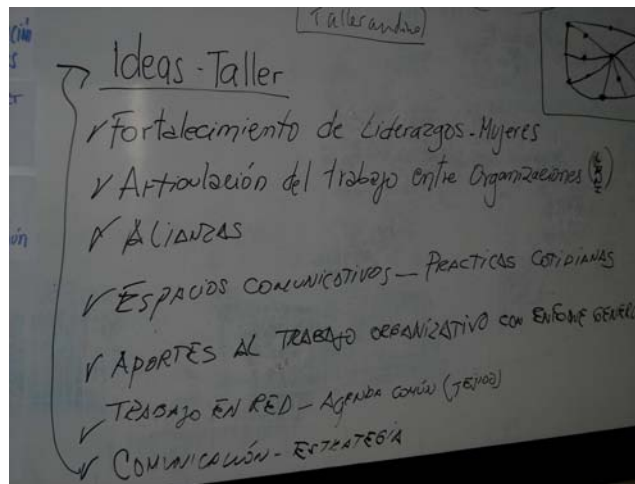
a) Realización de los Talleres: Los tres talleres se realizaron: para Región Andina del 7 al 12 de julio en Quito, Ecuador; para Mesoamérica y Caribe, del 4 al 9 de agosto en la Escuela Francisco Morazán de la ATC, en Managua, Nicaragua; y para Cono Sur, del 18 al 23 de agosto en la Escuela Nacional Florestán Fernández, del MST, en Sao Paulo, Brasil.

b) Participantes: La participación total fue de 61 mujeres, en su gran mayoría lideresas, comunicadoras o promotoras, de organizaciones. (Ver la lista de organizaciones participantes en el Anexo 1).

En cada taller, los contenidos y énfasis se adaptaron a la composición y niveles de experiencia y conocimiento de las participantes, como también a las necesidades y características particulares del grupo. En los tres talleres, la mayoría era de organizaciones del campo. En Mesoamérica las participantes eran mayoritariamente jóvenes, y pocas tenían mayor experiencia práctica en comunicación. En cambio en Cono Sur participaron varias periodistas profesionales, además de dirigentas con un alto nivel de formación política. En los Andes, hubo una participación mayoritariamente indígena, desde jóvenes estudiantes hasta dirigentas con una larga experiencia organizativa –algunos con niveles educativos básicos–, como también algunas promotoras con nivel profesional. Las participantes enfatizaron en que estas diversidades enriquecieron los intercambios. Además, aportó un componente fundamental para la construcción colectiva desde las distintas visiones de las mujeres: jóvenes, lideresas, comunicadoras, indígenas, afrodescendientes, campesinas, profesionales urbanas, periodistas, que se encuentran y proponen un trabajo común sobre objetivos y temas clave para sus comunidades y organizaciones.

c) Expectativas de las participantes: Los talleres iniciaron con un diálogo para conocer las expectativas que las participantes tenían sobre la capacitación. En una compilación de las visiones de las participantes se encontraron los siguientes elementos:

- Fortalecer una red informativa de mujeres para la fase de seguimiento, en la que participemos desde nuestras organizaciones, en el marco de la Minga Informativa.
- Tomar como punto de partida y referencia las experiencias de las diferentes organizaciones participantes para articular propuestas comunes.
- Fortalecer la comunicación desde un enfoque de género apoyado por la consolidación de las propias organizaciones y redes como apuesta política.
- Conocer nuevas herramientas de comunicación para ser utilizadas en el trabajo cotidiano organizativo.
- Aprender estrategias de comunicación con enfoque de género.
- Aprender cómo hacer uso de los diferentes espacios y productos informativos para hacer pública la lucha de las mujeres.
- Trabajar en función de la eliminación de las barreras que impiden el desarrollo de las mujeres en general y en específico de las mujeres indígenas y afrodescendientes.
- Contribuir a la creación de campañas de comunicación que sean efectivas y de impacto masivo que visibilicen las diferentes temáticas de mujeres.
- Construir estrategias de comunicación que contribuyan a fortalecer los procesos locales y de impacto regional.



d) La metodología partió de una concepción participativa y de construcción colectiva. Combinó aportes teóricos del equipo de facilitación, intercambios entre las participantes a partir de la experiencia de sus organizaciones, trabajo de construcción en grupos y ejercicios prácticos. La clave de esta metodología es la apuesta por una construcción colectiva de saberes y conocimientos desde las propias prácticas organizativas para profundizar sobre los avances, retos y desafíos que a veces no se visualizan en el hacer cotidiano.

Dentro de la plataforma virtual de formación de la Minga Informativa, se creó un módulo para cada taller, y otro en común, donde las participantes podrán seguir intercambiando en este proceso de formación posterior a los talleres.

4. DESARROLLO DE CONTENIDOS POR EJES

La dinámica de los talleres se desarrolló en constante intercambio y cruce de los 4 ejes que permitieron profundizar el debate y la discusión desde una mirada de reflexión, participación y acción.

Primer eje: Aportes y propuestas de las mujeres en los movimientos sociales:

Se hizo un recorrido de algunos avances propositivos y visiones de cambio que las mujeres han aportado a los movimientos sociales.

En las exposiciones y posteriormente en los intercambios, se resaltaron algunos aspectos de los *avances* y *logros* de las mujeres en estos años desde un panorama regional. Por ejemplo:

- *Aportes sobre Soberanía Alimentaria.* Las mujeres desde los inicios del desarrollo de la agricultura, han experimentado, han hibridado semillas, seleccionado lo comestible y lo no comestible. A través de esto, han generado uno de los más importantes referentes de cada una de las culturas y sociedades; y no es poco decir: las mujeres han alimentado y alimentan al mundo. Hoy se expresa, entre otros, en las propuestas de rescate de las semillas y de oposición a su privatización y manipulación transgénica.

- *En Bolivia:* Por primera vez en la historia las mujeres indígenas hoy forman parte de posiciones de alto rango y decisión en el Estado. Lo que pasó en Bolivia ha roto las formas tradicionales de jerarquías.
- *La Constitución* venezolana fue la primera en reconocer el derecho de las amas de casa a la seguridad social y el valor del trabajo doméstico. El Banco de Desarrollo de la Mujer, único banco concebido y dirigido por mujeres, no tiene entre sus objetivos las ganancias, sino la posibilidad de contribuir a que las mujeres resuelvan los problemas desde su necesidad.
- *La CLOC y la Vía Campesina* han adoptado políticas de igualdad de género en todos los niveles de representación y decisión, como resultado de la demanda de las mujeres.
- *Desde la economía feminista* se ha desarrollado el concepto de economía del cuidado, que se ha incorporado en la Constitución ecuatoriana.
- *Existe una propuesta sobre feminismo campesino* que hoy esta en debate.

Durante el intercambio las participantes señalaron algunos *campos de acción* que han servido para fortalecer estos avances como aporte y discusión al interior de sus organizaciones:

- Se ha logrado posicionar y fortalecer a nivel regional las luchas contra el feminicidio y la criminalización de la protesta femenina y generar espacios para denunciar la represión y violencia contra las mujeres en las movilizaciones.
- En Centroamérica, se han creado espacios de participación propios de las mujeres campesinas y en el Caribe existen propuestas para formular un anteproyecto de ley, para la creación de un banco de tierras para las mujeres.
- Las propuestas y empoderamiento de las mujeres afrodescendientes desde su aporte social en las comunidades y la lucha contra todo tipo de dominación y discriminación y seguimiento a las discusiones generadas en la conferencia mundial de la ONU en Durban.
- Auto-organización de las mujeres en los movimientos a partir de la comunicación como espacio para fortalecer la visibilidad de las mujeres.

También se plantearon algunos *ejes comunes sobre las propuestas de las mujeres*, que formarían la base de la agenda informativa, que se ven desglosados en la Agenda de Comunicación y Género (ver anexo 3)

- Lucha contra la violencia y el feminicidio y todo tipo de dominaciones (raza, edad, sexo)
- Lucha por la tierra, territorio, el agua como fuente de vida, soberanía alimentaria (defensa de las semillas)
- Incidencia política (participación)
- Defensa de los derechos sexuales y reproductivos
- Medio ambiente-naturaleza
- Economía- autonomía

- Construcción de una nueva imagen femenina desde nuestros propios medios alternativos y, a la vez, contar con herramientas de análisis crítico sobre la representación de la imagen femenina en los medios masivos.

En suma:

Una característica de las sociedades patriarcales -donde las mujeres tienden a carecer de poder-, es que los aportes, propuestas y visiones de las mujeres históricamente han sido relegados o invisibilizados, y poco reconocidos; lo cual significa un perjuicio no solo para ellas, sino para el conjunto de la sociedad. La comunicación es un elemento clave para contribuir a superar esta situación.

Esta reflexión del día se culminó con la dinámica “el nudo humano”. La dinámica ayuda a "reconocernos": desde qué punto parte cada quién y cómo las dificultades, los enredos, desánimos y muchas veces falta de comunicación, no permiten derribar barreras, desafiar a los problemas. Cada vínculo del nudo humano tenía que intentar desenredarse para llegar a formar un solo círculo. En este ejercicio, las participantes fueron mirando de qué maneras y formas se pueden solucionar problemas, apostar a cambios, a mirar el trabajo colectivo y construcción conjunta para encontrar pistas sobre el trabajo, avances y propuestas de las mujeres para seguir fortaleciendo y seguir consolidando el camino iniciado.

Segundo eje: Un recorrido por la práctica comunicacional cotidiana de nuestras organizaciones

Se partió de una mirada a los flujos de comunicación, con la pregunta: ¿cómo operan esos circuitos de comunicación al interior de nuestras organizaciones y hacia la sociedad? A partir de un dibujo, las participantes comenzaron a examinar cómo se construye esa práctica comunicativa en la acción cotidiana.



Presentación flujos comunicativos Red de Mujeres Afrolatinas y caribeñas

Este ejercicio permitió constatar algunos *avances y planteamientos* para fortalecer la comunicación:

- Se reconoce que la comunicación es un espacio importante para mantener diálogos entre las bases y las dirigencias: La comunicación primera en la organización es cara a cara y de viva voz, pero ésta tiene límites por los tiempos y distancias, lo cual obliga a pensar en otras estrategias.
- Algunas organizaciones han desarrollado y están repensando su forma de comunicación interna entre bases y dirigencias.
- Se intenta enfatizar el protagonismo de las bases.
- En Brasil han encontrado nuevas formas de comunicar hacia fuera a través de manifestaciones culturales como: las batucadas, teatro, etc.
- Existe una reflexión sobre la práctica comunicativa mirada como una estrategia, y que intenta vincular propuestas comunes de trabajo. En el caso de Centroamérica, el movimiento campesino ha logrado incorporar en cada país una comunicadora o comunicador.

También se constata varias *dificultades a ser superadas*, que son comunes a muchas organizaciones:

- Que los flujos internos de información y/o comunicación en las organizaciones no siempre son circuitos abiertos y democráticos.
- Que no siempre se toma en consideración la comunicación, como prioridad
- Falta planificación. No hay sistematización del trabajo, lo que dificulta las relaciones entre los diferentes actores y actoras del movimiento.
- Las informaciones a veces se quedan atrapadas en los liderazgos o dirigencias de los movimientos.
- Se reconocen las prácticas comunicativas cotidianas como parte de la comunicación (asambleas, audiencias, manifestaciones culturales, etc.); sin embargo, rara vez son tomadas en cuenta a la hora de pensar en las políticas de comunicación de la organización.
- La mayoría de vocerías son asumidas por dirigentes o líderes hombres.
- No siempre está presente el enfoque de género en las discusiones o propuestas sobre los temas a trabajar al interior de las organizaciones.
- Muy pocas organizaciones han considerado un enfoque de género en sus planes de comunicación; ni tampoco se han planteado el eje de comunicación como parte de sus planes de igualdad de género.

En estas reflexiones, una participante manifestó que: *“era necesario comprender junto con las dirigencias que la circulación de información deber ser un ida y vuelta y de permanente intercambio sobre temas prioritarios y acciones de las cuales es necesario que todos los miembros de la organización y movimientos sepan”*²

² Grabaciones taller Mesoamérica y Caribe. 4 AL 9 de agosto, 2008. Managua, Nicaragua.

Se colocó asimismo la propuestas de cambiar el concepto clásico de emisor/ mensaje / receptor y fortalecer la comunicación alternativa, de intercambio, con el otro/a para promover y profundizar procesos comunicacionales que signifiquen construcción colectiva en constantes diálogos para retroalimentar y generar procesos educativos liberadores, que contrarresten la hegemonía.

Si bien en cada taller este segundo eje se trabajó principalmente el primer día, durante toda la semana, se volvió constantemente a él. En cada tema de intercambio, se abordó la práctica en las organizaciones, así como la utilidad de lo aprendido para la comunicación en la organización, y cómo mejorar esta práctica.

Tercer eje: Dimensión y campos comunicativos

Este eje permitió ubicar el contexto comunicacional, además de aspectos como el discurso mediático, la representación de las mujeres en este discurso y la apuesta por repensar en nuestros propios medios. Combinó teoría y práctica.

Al ubicar *el contexto* se visualizó que:

- Los medios de comunicación, estrechamente vinculados al poder económico y político, se han convertido en el **principal espacio de mediación social y política**. Con su **agenda informativa marcan la agenda pública** al dar relevancia y jerarquizar las cuestiones, problemas e ideas presentes en la sociedad.
- En esta agenda, el espacio otorgado a lo "social" es mínimo, (aunque puede estar presente en otros espacios: económico, político, internacional, etc.) Las fuentes quedan circunscritas al marco institucional hegemónico, dejando por fuera a amplios sectores de la sociedad. Por lo mismo, el pluralismo y diversidad quedan anulados. No obstante, a veces las acciones de grupos sociales que irrumpen en el escenario público logran modificar la agenda.
- El mundo mediático no logra sintonizar con las nuevas realidades sociales que se tejen desde abajo. La norma ha sido ignorar a los movimientos sociales; y cuando en momentos críticos no se los puede obviar, prima la satanización, estigmatización, deslegitimación, etc. Cuando los medios dan tribuna a tal o cual dirigente -o a quienes ellos consideran son líderes-, es sobre todo para indagar los conflictos internos.
- Con la mediatización de la política, se configura un escenario en el cual destacan: el lugar determinante de la TV, el mayor peso de las encuestas, del marketing, de los asesores de imagen, etc.; la reformulación del discurso político bajo los códigos que priman en los medios, el predominio del "empaquetado" sobre el contenido, etc.-. Prevalecen los hechos de impacto por sobre los procesos: la sociedad del espectáculo.
- En este patrón de difusión, priman las **3 S** (Sensación, Sangre y Sexo), donde las mujeres, en particular, salen estereotipadas, proyectadas como símbolos sexuales, víctimas o promotoras de la frivolidad. La mercantilización de los cuerpos de las mujeres se encuentra con mayor énfasis en publicidad, cine, videojuegos.
- Este carácter comercializado de los medios es uno de los principales obstáculos que enfrentan las organizaciones sociales, cuando buscan introducir mensajes desde una perspectiva de género, o contenidos con un criterio de interés público:

tienen que competir por espacios en condiciones de desventaja con los contenidos priorizados por ser más "rentables".

Apostar por medios propios

Se constató también otra tendencia creciente, de una comunicación distinta: ciudadana, alternativa, cuestionadora, con otros valores y contenidos. Esta "otra comunicación" se ha potenciado enormemente con la apropiación de las nuevas tecnologías de información y comunicación, que le han permitido salir de la marginalidad. Se lo puede considerar como expresión de un **movimiento emergente de resistencia** al sistema de comunicación dominante.

Sin embargo, el desafío hoy es ir más allá de la resistencia, para pensar en **estrategias comunicacionales contra-hegemónicas** como condición para **desbloquear la capacidad de expresión** de las fuerzas sociales históricamente sometidas que hoy pugnan por su liberación. Ello implica, entre otros.:

- Articular un **nuevo tejido comunicacional**, imbricado con el tejido social que se está desarrollando como fuerza contrahegemónica.
- **Recuperar el sentido de la "comunicación en movimiento"** y, por tanto, rescatar su interrelación con los procesos de organización social.

Siendo la comunicación un componente básico del convivir social, ella está íntimamente vinculada a la organización; pero las intermediaciones han conducido a que se disloque esa relación. De ahí que la "otra comunicación" solo será tal si va de la mano de la **nueva construcción cultural y social** con sentido de humanidad.

Algunas organizaciones sociales recurren a especialistas en relaciones públicas, comunicación corporativa, etc., búsqueda de contactos en el mundo mediático, para **disputar alguna presencia** en ese espacio, bajo la premisa de que lo que cuenta es estar en los *media*, a cualquier costo. Sin embargo, esta opción tiene un límite: los nexos de los medios con los sectores de poder. Apostar al "posibilismo mediático", al mero diseño de estrategias para lograr que otros medios se hagan eco de sus actividades, implica reducir su terreno de acción.

A partir de esta constatación, en el seno de las organizaciones se comienza a plantear la necesidad de **definir políticas de comunicación propias**.

También es en los espacios de la "otra comunicación" que se registran los más importantes **avances en el desarrollo de una comunicación con enfoque de género**. Toda vez, estos avances también son desiguales, de modo que sin duda el sexismo y la desigualdad de poder mantienen expresiones en los espacios alternativos. Un reto es buscar que los medios propios sean espacios de autoorganización de las mujeres.

Mujeres, comunicación, enfoque de género:

Se tomó como punto de partida el entendimiento de que una comunicación con enfoque de género es aquella que contribuye a **superar los desequilibrios de poder entre los géneros** en la sociedad (o cuanto menos no se presta a reforzarlos).

Se hizo una revisión de la situación de las mujeres en los medios masivos, con referencia a estudios y monitoreos que demuestran que las mujeres siguen estando en franca situación de desventaja para dar a conocer sus puntos de vista:

- En los contenidos noticiosos, de cada cinco noticias, solo una tiene a una mujer como protagonista, frente a cuatro referidas a hombres.
- Aún así, las mujeres aparecen principalmente en calidad de víctimas y muy poco como líderes de opinión, y aún menos en temas políticos y económicos.

Esto permitió abrir el debate vinculándolo a cómo los grandes medios, desde lógicas, prácticas y discursos hegemónicos, representan a las mujeres en determinados campos y posiciones, o las invisibilizan. Se reflexionó sobre las implicaciones en términos de exclusión del debate público, para luego ver cómo se refleja en las propias prácticas organizativas.

De este saber, las participantes formularon varias *propuestas*:

- Construir alternativas comunicativas que permitan cambiar los estereotipos.
- Tener mayor participación en la toma de decisiones en nuestras organizaciones.
- Asumir la formación como eje transversal del trabajo.
- Generar comunicación que fomente la hermandad y solidaridad entre pueblos, como parte de los procesos de integración; que rompa con los modelos mediáticos que fomentan el odio y la desconfianza entre pueblos vecinos.
- Tratar de disminuir las brechas todavía existentes entre lo que significa la participación y empoderamiento de las mujeres y la asunción de roles tradicionales desde lo privado y lo público.
- Visibilizar y difundir los aportes, saberes y luchas de las mujeres en sus organizaciones.
- Insertar la cuestión de género en la estrategia de los movimientos y reflexionar sobre la forma y contenidos que se producen en los medios propios.
- Alentar a las mujeres a escribir y producir más; que hagan producciones comunicacionales con enfoque de género.

Según una participante, es *“necesario despertar en las organizaciones el consenso del debate de género, analizando los materiales que producimos. Producir desde nuestros propios medios con enfoque de género pero también pensando en lo mixto de los movimientos. Esto ayudaría a que todos y todas podamos debatir sobre el tema y las cuestiones que afectan la vida de las mujeres. Una comunicación que refleje los valores y que permita reeducarnos para apropiarnos de nuevos elementos de discusión desde la perspectiva de las mujeres”*.³

Una lectura y análisis de los productos mediáticos que cada organización trabaja fue el ejercicio que realizaron las participantes bajo la premisa de considerar también:

³ Grabaciones taller cono sur comunicación y género. 18 al 23 de agosto 2008. Sao Paulo, Brasil.

- *¿Cómo podemos avanzar en nuestras organizaciones y redes en la reflexión sobre la comunicación con enfoque de género?*
- *¿Qué preguntas y criterios podemos elaborar para evaluar nuestros medios propios a partir de un enfoque de género?*

Se constató que en los medios propios, hay una mayor sensibilidad a la problemática de las mujeres, aunque no siempre está presente un enfoque de género.



Trabajo en grupo (Cono Sur)

Del intercambio entre las participantes surgieron otras *propuestas*:

- Insertar en la estrategia de nuestros movimientos la cuestión de género
- Reflexionar sobre la forma y contenido de los medios, reflexionar sobre la realidad y las luchas de las mujeres.
- Utilizar los medios como instrumentos de organización de las mujeres
- Pensar en cómo insertar a las mujeres en la producción de los medios de comunicación.
- Crear nuevas metodologías para construir el debate sobre género como un proceso de dialogo al interior de las organizaciones y movimientos.
- Crear espacios de formación para las mujeres, y también grupos mixtos en comunicación y género.
- Mantener vigilancia constante de nuestros medios y tomar partido si es necesario.
- Muchas mujeres han emprendido iniciativas desde una comunicación que incide en fortalecer acciones contra hegemónicas que se comienza a fortalecer.
- Existe un conjunto de redes entrelazadas que fortaleciéndolas pueden crear una fuerza de resistencia.

- Como organizaciones sociales, no podemos abandonar la lucha por la democratización de los medios masivos, pero también tenemos que fortalecer estos circuitos alternativos de comunicación. Eso es estratégico para las mujeres.

Un punto importante fue seguir repensando sobre algunos criterios para trabajar el enfoque de género, a fin de evaluar cotidianamente los productos propios y mirar si las formas de comunicación de la organización están contribuyendo -o no- a superar las relaciones desiguales de poder.

Se colocó, asimismo, *algunas pistas y sugerencias* para trabajar productos con enfoque de género:

- Procurar un mayor equilibrio entre las opiniones de mujeres y hombres conocedoras/es de los temas abordados; equiparando la distribución de información sobre unas y otros.
- Dar mayor difusión a las propuestas y acciones de las mujeres de nuestras organizaciones.
- Sobre el lenguaje; considerar una prioridad y una necesidad hacer un uso no sexista del lenguaje en todas las formas de comunicación
- Evitar usar solo el masculino para referirse a los dos géneros a la vez. Muchas veces utilizamos el género masculino para representar tanto a hombres y mujeres; por ejemplo decir: *“Los derechos del hombre.”* cuando se puede decir *“Los derechos humanos”*
- Evitar el sexismo explícito al usar palabras que refuerzan estereotipos. Considerar el orden de preferencia de lo femenino y masculino en nuestros textos o imágenes.
- En el uso de imágenes: visibilizar equilibradamente a mujeres y hombres: evitar el uso de la figura masculina como genérico que pretende representar a todos los seres humanos; evitar también caer en estereotipos de roles familiares y sociales, uso de espacios públicos y privados, tipo de actividades o acciones, etc.

Cómo aprovechar mejor los espacios que se logran en los medios masivos

Si bien es importante apostar a los medios propios, se vio que también lo es continuar la lucha por ganar mayores espacios en los medios masivos, ya que constituyen el principal escenario del debate público y es un derecho ciudadano poder participar en él. Como se trata de espacios escasos, y que generalmente otorgan poco tiempo, y bajo enfoques no siempre coincidentes con aquellos de las organizaciones, resulta clave tener un manejo óptimo de criterios y tácticas para poder sacar el máximo provecho cuando estas oportunidades se presentan.

En su mencionada “objetividad” que tanto pregonan los medios, por lo general se desdibuja en **el tratamiento, la puesta en escena (recortes, montajes, etc.), los comentarios, los “ángulos” específicos, etc.**, que cada uno de ellos adopta en consonancia con los lineamientos que tienen. **Prevalecen los hechos de impacto por**

sobre los procesos. Muchos de los grandes consorcios mediáticos pertenecen a políticos, empresarios, entre otros donde los intereses se cruzan y cada quien se cuida de cómo establecer y manejar la información, la cual es distorsionada para bien de unos y para mal informar a la sociedad. Se construye una sociedad del espectáculo.

Se exploraron las particularidades de los distintos tipos de medios (televisión, radio, impresos, Internet), para tener criterios más claros de cómo intervenir ante cada uno de ellos. Y se repasaron algunos trucos y criterios para optimizar la intervención ante los medios, como la importancia de manejar datos exactos y actualizados, para que la información tenga carácter noticioso; o el manejo de colores y uso cuidadoso de adornos para no generar distracciones ante las cámaras.

Simulacro de rueda de Prensa

Este ejercicio se dirigía a adquirir destrezas para aprovechar mejor los espacios que se consiguen en los medios masivos: en ruedas de prensa o entrevistas. Permitió identificar aciertos, errores y desafíos que tienen los portavoces al enfrentarse a los grandes medios, y estar mejor preparadas para responder las preguntas. También se vieron criterios para la preparación y conducción de la rueda de prensa.



"Rueda de prensa" Taller Mesoamérica y Caribe

El ejercicio:

1. Se elige un tema común para los portavoces.
2. Tres o cuatro participantes son voceras de sus movimientos y/o organizaciones.
3. Hay una presentadora de la rueda de prensa, quien asigna los tiempos para las intervenciones de las voceras y da paso a las preguntas de las periodistas.
4. Las demás participantes son periodistas de distintos medios, o camarógrafas, fotógrafas... Algunas periodistas asumen el rol de ser cuestionadoras, provocadoras, representantes de la prensa masiva.
5. Se trata de disponer la sala como para una rueda de prensa real.

Después del ejercicio, se abre un intercambio sobre la experiencia.

1. ¿Cómo vivieron la experiencia: las portavoces, presentadora y periodistas?
2. ¿Qué se observó del comportamiento e intervención de las portavoces: en lo verbal y lo no verbal?
3. ¿Qué se aprendió de la experiencia? Para ser portavoz y dar entrevistas; como comunicadora...

En los tres talleres este ejercicio fue muy apreciado. Se vio, por ejemplo, la importancia de estar bien preparadas: con discurso y con datos para responder las preguntas, y con práctica previa para responder -o sortear- preguntas incómodas; evitar caer en celadas; cómo superar -o disimular- el nerviosismo; la importancia de la expresión corporal y la forma de vestir; entre otros aspectos.



"Rueda de prensa" Taller Cono Sur

El trabajo en Red: desafíos comunicacionales; potencial y herramientas de las nuevas tecnologías, *revisión de experiencias continentales*

Se partió de un análisis del crecimiento de las redes en tanto nueva forma de articulación social, y del carácter comunicacional de éstas, a la par de la importancia que han adquirido las redes sociales internacionales para enfrentar los retos de la globalización. Al coincidir con la era Internet, esta tendencia se ha potenciado mucho más. Las redes y movimientos sociales latinoamericanos y caribeños han visto la necesidad de incursionar en el ciberespacio en tanto mecanismo de interrelación y expresión pública o comunicativa.

Bajo esta óptica, se pasó a revisar, desde las prácticas propias, cómo se utiliza Internet como herramienta para articular propuestas y acciones locales, nacionales o regionales. Se tomó como ejemplo emblemático el caso de la **Campaña Continental contra el ALCA**. El intercambio entre las participantes permitió identificar algunos de los mecanismos comunicacionales que se usaron en las Campañas nacionales, y visualizar

cómo la articulación comunicacional internacional alimentó este esfuerzo –y a su vez se retroalimentó-, con insumos informativos y analíticos, y con un fuerte efecto motivacional. Se pudo apreciar cómo una combinación de mecanismos y canales comunicacionales, entre los cuales el Internet fue un factor clave de interconexión, contribuyó a afianzar la articulación social en torno a la oposición al ALCA (Área de Libre Comercio de las Américas), conformando la mayor campaña popular que se ha conocido en América Latina. El tejido interconectó tanto las campañas nacionales, como las articulaciones sectoriales continentales (campesina, indígena, de mujeres, etc.)

La mirada a una práctica de campaña exitosa permite sacar lecciones para reforzar el trabajo en red. Por ejemplo: se vio que si en el plano local, se implementaron una multiplicidad de acciones y materiales comunicativos, desde talleres hasta botones, para sensibilizar a sectores organizados y a la opinión pública, muchos de los insumos para estos materiales provinieron de los intercambios regionales. En particular, resultó muy importante conocer la experiencia de México (a raíz de su participación en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte - TLCAN) como referencia de lo que podía pasar si se firmaba el ALCA.

Otra experiencia que se consideró es la de la propia Minga Informativa de Movimientos Sociales.

La **Minga Informativa de Movimientos Sociales** surge a inicios de este siglo como una iniciativa de articular esfuerzos para encarar el desafío de avanzar en la definición de políticas y estrategias de comunicación, a partir de la construcción práctica de un tejido comunicacional propio.

Operando bajo la lógica de una "Minga"*, no sólo ha logrado afirmarse como un espacio de expresión de la pluralidad de los movimientos sociales congregados, sino que ha repercutido también en un fortalecimiento de la propia capacidad comunicacional de las instancias participantes. Su accionar incluye la producción y difusión informativa, el intercambio de experiencias y la formación en comunicación. Mantiene un portal en la Web -www.movimientos.org- que congrega los sitios Web respectivos de las redes integrantes y comparte espacios comunes como carteleras noticiosas y campañas. Y se complementa con la lista electrónica *PasalaVoz* y, más recientemente, el programa radial *Voz de los Movimientos*.

Su lógica de comunicación en colectivo significa multiplicar la visibilidad de sus componentes, a la vez que traducir en el plano de la comunicación las convergencias que se dan en las luchas, esfuerzo cuya principal expresión ha sido las coberturas colectivas de eventos y luchas sociales. Como resultado, la Minga ha ganado amplio reconocimiento como expresión en comunicación de los movimientos sociales de la región.

* "Minga": palabra kichwa que significa trabajo colectivo comunitario (*mutirão* en portugués).

Se conoció que en el marco de esta iniciativa, las mujeres han venido formulando *algunas políticas* para promover el enfoque de género en el trabajo:

- Estimular la producción informativa desde las mujeres de nuestras organizaciones.

- Participación de 50% de mujeres en las actividades de formación de la Minga;
- Que los temas de la agenda de los movimientos sociales incorporen las articulaciones y luchas de las mujeres.
- Visibilizar la participación y propuestas de las mujeres en las actividades de la agenda de movimientos.
- Colocar un enlace en el portal *www.movimientos.org*: para visibilizar los sitios de las organizaciones de mujeres y para destacar los temas y contenidos relacionados con sus luchas.
- Reunir a las dirigentas de las redes para intercambiar sobre los retos que plantea la comunicación para las mujeres.
- Incorporar la capacitación en género y comunicación en el programa de formación.

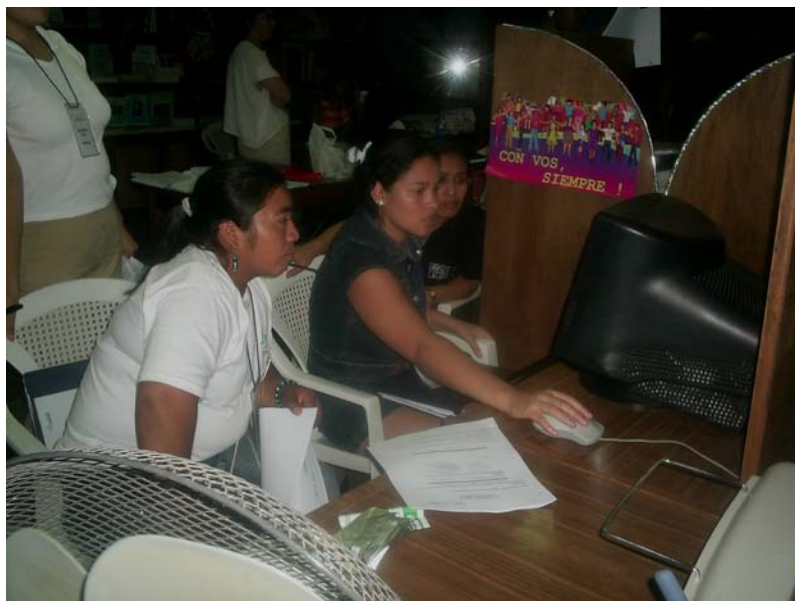
Luego del intercambio sobre estas experiencias en Red, se revisaron *algunas herramientas* que pueden ayudar a fortalecer el trabajo en Red, sus características particulares y criterios a tener en cuenta para su manejo. En particular:

- Blogs y Páginas Web
- Correo electrónico
- Listas de difusión y listas de intercambio
- Radio por Internet
- Chat: Messenger, Skype, etc.

Asimismo, se repasaron criterios de seguridad para el uso de estas herramientas.

Trabajos prácticos en equipos:

Durante el taller, se intercaló el debate teórico y el aprendizaje, con el intercambio de experiencias y la realización de trabajos prácticos. Estos últimos incluyeron el aprendizaje de herramientas técnicas (sobre todo en el área de la computación), y la realización de diferentes tipos de productos informativos, con la idea de contar con productos terminados y difundibles.



Grupos de trabajo en Páginas Web, Blogs

Para los productos, se conformaron grupos de trabajo. En el caso de Blogs o páginas web, algunas participantes crearon espacios para sus organizaciones y adquirieron pistas y criterios para mejorar sus páginas o blogs ya existentes.

Un grupo trabajó técnicas de la redacción escrita o de la entrevista, y produjeron materiales que se difundieron por la red de la Minga Informativa, tomando en consideración algunos criterios sugeridos para la elaboración de notas informativas para la difusión internacional.

Otros grupos trabajaron en producción radiofónica: de cada taller salió un reportaje en audio que fue difundido en el programa *Voz de los Movimientos* <http://movimientos.org/programaradial.phtml>



Grabando entrevista

Se realizó también un trabajo de entrevistas en video; si bien faltó tiempo y condiciones para completar la edición, permitió un mejor conocimiento de técnicas de realización y edición.



Edición en Video

Políticas y estrategias de comunicación

El eje de dimensión y campos comunicativos no quedaría completo sin abordar los elementos para construir estrategias y políticas de comunicación, desde la organización o movimiento. Siendo un tema muy amplio, solo fue posible hacer un acercamiento inicial, para poder visualizar algunas de las implicaciones.

Se partió de dinámicas para un acercamiento al tema: por ejemplo, un grupo realizó un ejercicio de elaboración de una estrategia de campaña, y otro preparaba la agenda de discusión de una supuesta reunión, para discutir sobre políticas de comunicación de una organización. El ejercicio permitió identificar algunos de problemas y plantear preguntas a considerar en el marco de las políticas y estrategias de comunicación. Luego, se abrió un intercambio sobre las implicaciones y algunos criterios generales a tener en cuenta.

Así, por ejemplo, se vio que:

Estrategias	Políticas
<p>Hay tres elementos imprescindibles:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Saber quiénes somos, (nuestras fuerzas, debilidades, aliados) - Saber quién (o qué) es el adversario (sus fuerzas y debilidades) - Conocer el terreno en el cual nos movemos, <p>Para desarrollar una estrategia se debe constantemente re-evaluar los tres elementos porque están en constante cambio.</p>	<p>Implica, entre otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Partir de objetivos, de corto y mediano plazo (qué queremos comunicar, a/con quienes...) - Hacer un diagnóstico de lo que tenemos: iniciativas, recursos, experiencia, etc. - Actualizar regularmente un diagnóstico del contexto. - Definir alianzas <p>Los medios de comunicación que creamos se definirán en función de los objetivos y condiciones; no son un fin en sí, sino, justamente, <i>medios</i> para llegar a los fines.</p>

Cuarto eje: "¿A qué apostamos?" Una agenda común con propuestas elaboradas por las participantes.

Para concluir los talleres, se hizo una compilación de los puntos de consenso y las inquietudes comunes que habían surgido durante los intercambios de la semana para construir acuerdos comunes en dos líneas: informativa y formativo y la Agenda de Comunicación y Género.

Acuerdos subregionales:

De este proceso, cada Taller subregional produjo un texto de conclusiones y/o acuerdos para el seguimiento, los cuales las participantes se comprometieron a poner en consideración de sus respectivas organizaciones y redes. Entre otros puntos, se incluye:

Taller Andino	Taller Mesoamérica y Caribe	Taller Cono Sur
<p>Agenda Informativa:</p> <p>Asumir el compromiso de contribuir a una mayor producción y circulación de información:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ que destaque los avances propositivos, las visiones de cambio y los logros de las mujeres de nuestros movimientos; ➤ que apunte a poner fin a las prácticas discriminatorias y violatorias de nuestros derechos - comenzando con aquellas en el seno de nuestras propias organizaciones- como la violencia y la mercantilización del cuerpo de las mujeres. ➤ Reconocemos a la Minga Informativa de 	<p>Agenda Informativa:</p> <p>Detectamos las prioridades de la agenda informativa de las organizaciones, con sus respectivas acciones para hacer frente a los distintos problemas sociales.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Propuesta frente a la crisis alimentaria mundial y el cambio climático. ➤ La integración de los pueblos en condiciones de igualdad ➤ Empoderamiento económico de las mujeres ➤ Por la integridad y bienestar física de las mujeres. ➤ Comunicación y cultura, igualdad. 	<p>Agenda Informativa:</p> <p>Colocar los temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Contra la militarización de América Latina y el apoyo a Haití ➤ Luchar contra el capital y las transnacionales ➤ Luchar por la Soberanía alimentaria, defensa de las semillas y de nuestros bienes naturales ➤ Luchar por el acceso a la tierra, al agua, al trabajo y la educación. ➤ Construir el ALBA. ➤ Luchar contra la criminalización de la pobreza y de los movimientos <p>Formación</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Crear un proceso de formación política articulada a los

<p>Movimientos Sociales como el espacio específico de difusión común de nuestras organizaciones y redes.</p> <p>Formación</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Definimos como prioridad profundizar la formación iniciada, como construcción de un proceso. ➤ Proponemos una formación dirigida tanto a lideresas y líderes, como a comunicadoras/es. Hacia delante, consideramos importante formar a los hombres de nuestras organizaciones -y no solo a las mujeres- en comunicación y género. 	<p>Formación</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Profundizar en nuestros países, nuestra formación en temas básicos como la computación. ➤ Buscar oportunidades para compartir y replicar en nuestras organizaciones lo aprendido en el taller. ➤ Presentar estas conclusiones y la agenda de comunicación y género en las organizaciones para conseguir compromisos específicos con el proceso. 	<p>movimientos que pueda contribuir a un enfoque de género y de comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Construir el feminismo con un enfoque en la lucha de clases y también con las mujeres campesinas. ➤ Una prioridad sería la formación de formadoras en comunicación y género.
---	---	---

Agenda de Comunicación y Género, elaborada colectivamente (anexo 3), cuyo recorrido se inició en el taller Andino, pasando por Mesoamérica, hasta el Cono Sur, para luego ser finalizada a través de la plataforma virtual. Esta fue presentada en el III Foro Social Américas, el pasado mes de Octubre en Guatemala, y puesta a consideración de las respectivas organizaciones y redes para su adopción e implementación. Los contenidos de esta Agenda están enmarcados en las propuestas políticas colocadas por las subregiones, incluyendo una agenda temática (que no pretende ser exhaustiva) de prioridades comunes para el trabajo informativo, y criterios para el seguimiento de la formación.

5. APRENDIZAJES Y EVALUACIÓN

Los talleres han constituido un rico proceso de aprendizaje mutuo y de construcción colectiva, que abre perspectivas para un trabajo de seguimiento. Para la *evaluación* se buscó recoger las percepciones y opiniones que las participantes tuvieron sobre el desarrollo de los talleres. Se utilizaron cuestionarios, dinámicas y también evaluación

oral en intercambios durante la semana, que permitieron ir encajando las expectativas de las participantes para fortalecer los ejes de trabajo. De estas evaluaciones, se destacan:

a) Logros y aciertos:

- Los talleres permitieron que las participantes tengan una visualización más completa y mejor entendimiento del alcance de la comunicación y de su carácter estratégico para las mujeres y para sus organizaciones sociales como también de de su dimensión de género.
- Asimismo, permitieron profundizar en el conocimiento y los debates sobre género, feminismo, problemáticas y propuestas de las mujeres, y abrieron perspectivas para profundizar más en estos temas en el seno de sus organizaciones (particularmente en el caso de las organizaciones y redes mixtas). En un 93%, las participantes consideran que los elementos, aportes, materiales y discusión les permiten reforzar su capacidad de defensa de sus derechos.
- Dada la composición heterogénea de las participantes (dirigentas, comunicadoras, promotoras...; con distintos niveles educativos y de formación política), se vio como acertado haber definido un contenido que cubría una gama extensa de temas (aunque sin poder profundizar mucho en cada uno). Este enfoque permitió abordar la comunicación en sus diversas facetas, además de complementar los aprendizajes y responder a expectativas de distinto tipo. Asimismo, permitió aprovechar las distintas áreas de conocimiento y experiencia de las participantes para enriquecer el debate y el aprendizaje mutuo.
- Se reconoció como acertado el énfasis de la metodología en los aportes, propuestas, luchas y visiones de las mujeres en los movimientos sociales y de cara a los cambios que se buscan lograr en sociedad, como punto de partida para abordar la comunicación desde un enfoque de género. Fue valorada positivamente, asimismo, la combinación teoría-práctica en la metodología, ya que la práctica permitió consolidar los aprendizajes teóricos, a la vez que asimilar nuevas destrezas para un mejor desempeño como comunicadoras, portavoces o dirigentas.
- Con estas apreciaciones, queda validada la propuesta metodológica y de contenidos, complementada con algunas sugerencias de las participantes para experiencias futuras. En ese sentido, se camina hacia la construcción de una propuesta metodológica alternativa para el debate y la formación sobre comunicación y género en las organizaciones sociales.

b) Desafíos:

- Todavía no está consolidado el aspecto inclusivo y de visibilidad de las mujeres en sus organizaciones y redes, sobre todo las redes mixtas; para lo cual hace falta profundizar el debate sobre género dentro de las organizaciones. Asumir un enfoque de género en el trabajo comunicacional es visto como un reto pendiente.
- Varias organizaciones, en particular las de mujeres, reconocieron debilidades en el plano de la comunicación y la necesidad de dar pasos concretos para su superación. Se apreció la importancia de abordar la comunicación a partir de

políticas y estrategias; lo cual es aún poco asumido en la mayoría de organizaciones.

c) Tareas y oportunidades:

- Con la Minga Informativa de Movimientos Sociales, las organizaciones cuentan con un trabajo ya consolidado de comunicación en red. Se reconoce que es importante continuar consolidando esta iniciativa, a la vez que construir un enfoque de género en todos los niveles de participación, y reforzar el trabajo informativo en red específicamente entre las mujeres.
- Las participantes se comprometieron a asumir la Agenda de Comunicación y Género como un compromiso común y encaminar su adopción en las respectivas organizaciones y redes. Implica, entre otros, fortalecer mecanismos de trabajo compartido para potenciar el esfuerzo y trabajo de las mujeres, visibilizando su aporte al colectivo.
- Se ratificó la necesidad de multiplicar la formación en comunicación en general, y en específico el enfoque de género, en los distintos niveles: dirigencias, comunicadores/as, bases, tanto con mujeres como con hombres. Para ello, una prioridad sería formar a formadoras y formadores en las distintas organizaciones y redes, con capacidad de multiplicar los conocimientos. La Cartilla de capacitación en comunicación y género que ALAI está elaborando podrá servir para replicar los talleres en las organizaciones.



6. SEGUIMIENTO

Los acuerdos y conclusiones de los talleres, y la Agenda de Comunicación y Género señalan algunas pistas para el seguimiento.

Se tiene previsto realizar una reunión de evaluación y planificación, con representantes de las redes participantes, en febrero de 2009, con miras a sentar las bases para la continuación del programa.

Equipo de Facilitación

Sally Burch. (Inglaterra/ Ecuador), Periodista, ALAI.

Oswaldo León. (Ecuador), Comunicólogo, ALAI

Idania Trujillo. (Cuba), Periodista y Educadora. Centro Memorial Martín Luther King

Eduardo Tamayo. (Ecuador), Periodista, ALAI

Mary Ann Lynch. (Perú), Educadora y Comunicadora, ALAI

Christian Simbaña y Marcelo Yandún (Ecuador). Área de Informática de ALAI.

Irene León (Ecuador), Socióloga, ALAI.

Anexos:

1 Redes y organizaciones participantes

2 Programa modelo

3 Agenda de Comunicación y género

ANEXO 1

REDES PARTICIPANTES
Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones Campesinas – CLOC / Vía Campesina
Coordinadora Andina de Organizaciones Indígenas, CAOI
Marcha Mundial de Mujeres – MMM
Red de Mujeres Transformando la Economía – REMTE
Red de Mujeres Afrolatinoamericanas, Afrocaribeñas y de la Diáspora
Convergencia de Movimientos de los Pueblos de las Américas – COMPA
Asamblea de los Pueblos del Caribe – APC
Jubileo Sur Américas

ORGANIZACIONES PARTICIPANTES
REGIÓN ANDINA
Bolivia Red boliviana de Mujeres Transformando la Economía (REMTE) Federación Nacional de Mujeres Campesinas Indígenas Originarias de Bolivia “Bartolina Sisa”, Bolivia
Ecuador CONAIE CONFUNASSC-CNC Confederación Nacional del Seguro Social Campesino, Confederación Nacional Eloy Alfaro, Ecuador Escuela de Formación política de mujeres Dolores Cacuango, ECUARUNARI Unión de Organizaciones Negras Campesinas - UONCRE
Colombia Organización Nacional de Colombia – ONIC Tejido de comunicación de la Asociación de Cabildos indígenas Norte de Cauca. Corporación Mujeres y Economía – Jubileo Sur, Colombia
Chile Identidad Territorial Mapuche Lafkenche, Chile
Perú Secretaría Coordinadora Andina de Organizaciones Indígenas – CAOI Marcha Mundial de Mujeres
REGION MESOAMERICA Y CARIBE
Costa Rica Unión Nacional de Productores Agropecuarios – UPA Nacional
Cuba Color Cubano, Cuba
El Salvador Asociación Nacional de Trabajadores Agropecuarios - ANTA

Asociación de Mujeres por la Dignidad y la Vida- Las Dignas, El Salvador

Guatemala

Vía Campesina Centroamérica, Guatemala

Comité de Unidad Campesina – CUC

Coordinadora Nacional Indígena y Campesina –CONIC

Haití

Movimiento de Campesinos de Papye - MPP

Honduras

Ofraneh - COMPA

ASOCIADRO –Asociación de Ciales Investigando para el Desarrollo de la Región de Otoro

Asociación Campesina de Honduras (ACAN)

Consejo para el Desarrollo Integral de la Mujer Campesina – CODIMCA

Nicaragua

Secretaría regional Red de Mujeres afro latinoamericana, afrocaribeñas y de la diáspora, Nicaragua

Voces Caribeñas

Asociación de Trabajadores del Campo (ATC),

Vía Campesina Centroamérica, Nicaragua

República Dominicana

Confederación Nacional de Mujeres del Campo – CONAMUCA

Asamblea de los Pueblos del Caribe, República Dominicana

REGION CONO SUR

Argentina

Movimiento de Campesinos de Santiago del Estero - MOCASE

Movimiento Nacional Campesino Indígena - MNCI

Brasil

Secretaría Vía Campesina /Brasil

Secretaría Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones Campesinas, República Dominicana

Movimento de Pequenos Agricultores – MPA, Brasil

Movimento de Mulheres Camponesas – MMC, Brasil

Comissão Pastoral da Terra – CPT, Brasil

Brasil de Fato, Brasil

Movimento dos Atingidos por Barragens – MAB, Brasil

Jubileu Sur, Brasil

Rede de Mulheres frente a Economia, Brasil

Movimento dos Trabalhadores Rurales Sin Tierra – MST, Brasil

Secretaría Marcha Mundial Mujeres, Brasil

Escola Nacional Florestán Fernandes, MST, Brasil.

Chile

Asociación Nacional de Mujeres Rurales e Indígenas- ANAMURI

ANEXO 2

Minga Informativa de Movimientos Sociales
Programa de Capacitación: Comunicación y Género
TALLER SUBREGIONALES: ANDINA, MESOAMERICA Y CARIBE, CONO SUR

PROGRAMA MODELO

<p>Día 1:</p> <p>Las mujeres en los movimientos sociales: propuestas y aportes</p> <p>Mañana:</p> <p>Entrega de materiales y Bienvenida</p> <p>Objetivos y agenda del Taller</p> <p>Presentación de participantes y Expectativas</p> <p>Propuesta para la dinámica del taller</p> <p>Presentación Minga Informativa</p> <p>Propuestas, avances propositivos, visiones de cambio y aportes de las mujeres en los movimientos sociales.</p> <p>Un mapa de ubicación: aportes de las mujeres de nuestras organizaciones y redes.</p> <p>Intercambio</p> <p>Tarde</p> <p>Un recorrido por la práctica comunicacional cotidiana de nuestras organizaciones.</p> <p>Intercambio</p> <p>Organización de los grupos por cada medio.</p> <p>Planificación de productos mediáticos a elaborar durante la semana</p>	<p>Día 2:</p> <p>Dimensión y campos comunicativos</p> <p>Mañana:</p> <p>Mujeres, Comunicación y poder</p> <p>Caracterización de los medios</p> <p>Discurso mediático</p> <p>Las mujeres en la comunicación mediática</p> <p>Tarde</p> <p>Trabajo en grupo: lectura de materiales informativos desde un enfoque de género</p> <p>Plenaria:</p> <p>Informe de las reflexiones de grupos</p> <p>Criterios y sugerencias para el trabajo informativo con enfoque de género</p> <p>Intercambio: Propuestas, sugerencias desde la perspectiva organizacional</p> <p>Internet: Sesión sobre la Plataforma de formación de la Minga Informativa</p>
<p>Día 3:</p> <p>Mañana: Contexto comunicacional</p> <p>Dinámica interna de los medios</p> <p>(Rueda de Prensa – dinámica)</p> <p>Respuestas frente a los medios de comunicación:-</p> <p>El desafío de democratizar la comunicación</p> <p>¿Por qué apostar a medios propios?</p> <p>¿Cómo sacar mejor provecho de espacios en los medios masivos?</p> <p>Tarde</p> <p>Herramientas de Internet</p> <p>Trabajo en Internet</p> <p>Elaboración de productos informativos</p>	<p>Día 4:</p> <p>El trabajo en red</p> <p>Mañana: El mundo en red</p> <p>Redes y campañas sociales</p> <p>La Minga Informativa: una respuesta colectiva</p> <p>Internet: para enredarnos mejor</p> <p>Trabajo en Internet</p> <p>Tarde</p> <p>TARDE PASEO</p>

<p>Día 5:</p> <p>Síntesis de la semana: desafíos</p> <p>Mañana Repasar el trabajo de la semana (dinámica) Retos: - Políticas y estrategias de comunicación - Síntesis de los grupos - Formación</p> <p>Tarde - Criterios para la información para difusión internacional, etc. - Edición de los productos mediáticos</p>	<p>Día 6:</p> <p>Agenda Común</p> <p>Mañana Presentación de los productos mediáticos: Comentarios Síntesis de las propuestas de la semana Trabajo Revisión y propuestas desde lo político Concretar acuerdos</p> <p>Agenda común (aportes al texto iniciado en taller andino)</p> <p>Tarde Plan de seguimiento Evaluación del taller</p>
--	---

ANEXO 3:

Minga Informativa de Movimientos Sociales

Agenda de comunicación y género*

Preámbulo

Nosotras, mujeres integrantes de movimientos sociales de América Latina y el Caribe, hemos iniciado un proceso de articulación en torno a género y comunicación. Somos parte de las organizaciones, redes y coordinaciones sociales que vienen articulando sus luchas por construir sociedades más justas, incluyentes e igualitarias, en oposición al modelo imperante que coloca al mercado y a las ganancias particulares por delante de las necesidades humanas, y que en conjunto han venido construyendo la Minga Informativa de Movimientos Sociales, como iniciativa colectiva de comunicación.

Nuestra participación como mujeres en los movimientos sociales y las comunidades humanas es fundamental. Durante milenios, hemos desarrollado conocimientos que la historia y la ciencia oficial no reconocen y que hoy estamos empeñadas en rescatar. Seguimos realizando aportes sustantivos, en conocimientos, ideas y acciones, para mejorar nuestras condiciones de vida y las de nuestras comunidades y de la humanidad.

En los últimos años, las mujeres hemos afirmado un liderazgo y elaborado propuestas innovadoras en temas como: la construcción de un nuevo modelo de desarrollo o de vida, la soberanía alimentaria, la defensa de las fuentes de vida, la economía solidaria, la paz y la no violencia, los derechos humanos y derechos de las mujeres y de los pueblos, el reconocimiento de la economía del cuidado o la defensa de lo público en la educación y la comunicación, entre muchas otras áreas. Hemos estado en primera fila en las luchas de resistencia al "libre comercio", a la privatización o desmantelamiento de los servicios públicos, en defensa de nuestras tierras y territorios, y otras más.

Por lo mismo, es fundamental que podamos compartir con la sociedad –en igualdad de condiciones- nuestra opinión, nuestras acciones e ideas. No obstante, el sistema actual de comunicación nos excluye y nos discrimina.

Estudios internacionales (1) demuestran que el mundo que vemos en las noticias es un mundo donde las mujeres son virtualmente invisibles. Sólo el 21% de los temas de noticias – las personas que son entrevistadas o sobre quienes las noticias hablan– son mujeres. Por cada mujer que aparece en las noticias, hay cuatro hombres. La opinión especializada en las noticias es abrumadoramente masculina. El 83% de los expertos y el 86% de los voceros son hombres. Como autoridades y expertas, las mujeres rara vez conforman las noticias.

Los estereotipos continúan reproduciéndose en la propagación de noticias en el mundo, los informes sexistas se extienden a una amplia gama de temas, como deportes, crímenes, violencia e incluso política. Finalmente, si bien es cierto que ha aumentado la presencia de las mujeres periodistas, poca es la visibilidad de sus aportes, no hay un solo titular importante en que las mujeres corresponsales superen en número a los hombres.

Para las mujeres de sectores sociales marginados y grupos étnicos discriminados, la exclusión es mucho mayor; incluso en muchos casos estos medios buscan desacreditar nuestras organizaciones y criminalizar nuestras luchas.

Pero también en los medios propios de nuestros movimientos, nos consta que el espacio y la vocería de las mujeres a menudo quedan por debajo de nuestro aporte real a nuestros movimientos.

La superación de esta situación apela a acciones concretas. Sin duda debemos luchar por mayores espacios en los medios masivos, porque siendo hoy la principal esfera del debate público, es nuestro derecho participar en ella. Pero también sabemos que estos medios son instrumentos de reproducción de un sistema de dominación y alienación, y por tanto no podemos confiar solo en ellos para hacer oír nuestras voces.

Ello nos plantea un reto: asumirnos como actoras de la comunicación. Como hacedoras de información y opinión. Como fuentes de conocimiento y como comunicadoras. De hecho, en nuestras comunidades, siempre hemos hecho comunicación. Pero ahora, en el mundo globalizado implica aprender también a dominar los nuevos instrumentos y destrezas de la comunicación intermediada por tecnologías y medios.

Por ello, hacemos los siguientes **planteamientos**:

1) Nos comprometemos a fortalecer – desde las diversas perspectivas y visiones de las mujeres – la lucha contra el capital y las transnacionales, por la soberanía alimentaria y la reforma agraria, y la defensa de los bienes comunes; contra la violencia hacia las mujeres y la mercantilización de sus cuerpos; contra la criminalización de los movimientos sociales, por la desmilitarización de las Américas y la construcción del ALBA; y por el derecho a la comunicación. En este contexto, la comunicación en sus diversas expresiones debe ser parte de las estrategias de nuestras organizaciones.

2) Nos proponemos impulsar una **comunicación con enfoque de género**, tanto en los medios propios de nuestras organizaciones, como también en la sociedad. Ello llama a la necesidad de sensibilizar a quienes hacen la comunicación sobre su tratamiento informativo de mujeres y hombres. Procurar un mayor equilibrio entre las opiniones de mujeres y hombres conocedoras/es de los temas abordados; reflejar los aportes y problemáticas específicas de las mujeres; hacer un trato que no discrimine, evitando estereotipos y paternalismos; usar un lenguaje incluyente y no sexista. Además, para asegurar una mayor visibilidad de nuestros aportes informativos, proponemos que, a la vez que se incorpore de manera transversal este enfoque en los diversos espacios comunicacionales, también se incluyan secciones o espacios específicos sobre las mujeres en nuestros medios.

Proponemos impulsar el debate en nuestros movimientos sobre la agenda feminista, relacionándola con las demás agendas sociales, que permita generar y fortalecer espacios (presenciales o virtuales) de intercambio y construcción teórica sobre el enfoque de género, toda vez que éste es desarrollado en diversos campos de trabajo de las organizaciones y redes desde las miradas culturales que evocan representaciones, conceptos normativos e interpretaciones simbólicas desde las identidades subjetivas. Llamamos a nuestras organizaciones y movimientos a comprometerse con estas propuestas.

3) Nos esforzaremos por **crear y fortalecer nuestros propios medios** y por interconectarlos en redes. Es la manera que tenemos de hacer contrapeso a la comunicación dominante. En ese sentido, nos proponemos fortalecer a la Minga Informativa de Movimientos Sociales y afirmar una articulación de mujeres en su seno.

4) En este marco, nos comprometemos a **desarrollar una agenda informativa** a partir de nuestras propias prioridades y las de nuestras organizaciones. En tal sentido, hemos definido los siguientes ejes temáticos como prioridades comunes continentales, que proponemos desarrollar desde la perspectiva de las mujeres, destacando tanto nuestros aportes teóricos y propositivos para la construcción de un nuevo modelo de sociedad, como nuestras prácticas y avances concretos:

a) Frente a la crisis alimentaria mundial y el cambio climático, destacar las propuestas de las mujeres, como:

- soberanía alimentaria, preservación de las semillas criollas y productos ancestrales;
- lucha por tierras, territorio y agua (fuente de vida); reforma agraria.
- defensa de la canasta básica.
- preservación del medio ambiente; defensa de los bienes (“no recursos”) naturales y construcción de nuevas relaciones con el medio.

b) La integración de los pueblos en condiciones de igualdad, que contempla entre otros:

- el balance desde la perspectiva de las mujeres sobre los procesos de integración regional.
- luchas frente a las transnacionales y el capital extranjero; a los Tratados de Libre Comercio; a los Acuerdos de Asociación con la Unión Europea.
- incidencia en proyectos como Petrocaribe, ALBA (Alternativa Bolivariana para las Américas), Banco del Sur, con propuestas desde las mujeres.
- impulso de una comunicación solidaria que promueva la hermandad entre los pueblos.

c) Autonomía económica de las mujeres:

- El derecho de las mujeres a la tierra y al crédito
- Reconocimiento del trabajo doméstico y de la economía del cuidado.
- Salarios iguales para trabajo igual.
- Iniciativas de economía social y solidaria.
- Luchas contra la explotación laboral de las niñas.
- Acceso al conocimiento y a la formación

d) Luchas por la igualdad y contra las discriminaciones de todo tipo:

- contra el racismo,
- contra la mercantilización de los cuerpos de las mujeres
- contra la pérdida de identidad.
- igualdad de oportunidades para mujeres afrodescendientes e indígenas; combatir prejuicios.
- por la participación igualitaria de las mujeres en espacios de toma de decisiones e incidencia política de las mujeres.

- promover oportunidades para la juventud; educación igualitaria.

e) Luchas contra todo tipo de violencia:

- doméstica, sexual, feminicidio.
- La violencia estructural; la criminalización de los movimientos sociales;
- la violencia contra migrantes y poblaciones desplazadas.

f) Defensa de los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres.

g) Comunicación y cultura:

- la apropiación de la comunicación por parte de las mujeres; derechos de la comunicación; construir alternativas comunicativas;
- deconstruir estereotipos y construir una nueva imagen de las mujeres desde sus aportes. Sensibilizar a las mujeres jóvenes sobre la imagen mediática de las mujeres y la violencia.
- Rescate de la cosmovisión indígena.

5) A fin de poder llevar adelante estas propuestas, una exigencia fundamental es **profundizar en comunicación y en género como temas transversales a todos los programas de formación**. Hemos identificado, entre otras necesidades:

- Potencializar la formación política y la capacitación de las mujeres de nuestras organizaciones.
- profundizar colectivamente -entre mujeres y hombres- la reflexión sobre enfoques de género y sus implicaciones para la comunicación en los movimientos sociales.
- desarrollar una formación dirigida a las dirigencias, para que tengan un mejor manejo de los códigos de la comunicación y de su rol de portavoces ante los medios, y mayores elementos para adoptar políticas y estrategias de comunicación.
- desarrollar una formación dirigida a comunicadoras y comunicadores y otros/as responsables de comunicación de nuestras organizaciones, en técnicas y destrezas para una comunicación más efectiva, y para incorporar un enfoque de género combinando los conocimientos teóricos y prácticos.
- para que la formación pueda tener un efecto multiplicador en nuestras organizaciones, una prioridad será formar formadoras y formadores en comunicación, y con sensibilidad y conocimientos de género.

6) Planteamos a la Minga Informativa de Movimientos Sociales, y a nuestras respectivas redes y coordinaciones, que **adopten estas propuestas como política propia**, particularmente en sus espacios y actividades de difusión y en sus programas de formación. Además, nos proponemos impulsar en el seno de la Minga Informativa una política de comunicación desde las mujeres.

** Documento elaborado por consenso en los tres Talleres de Comunicación y Género de la Minga Informativa de Movimientos Sociales, realizados en Quito (región andina), Managua (región Mesoamérica-Caribe) y Sao Paulo (región Cono Sur) en julio y agosto de 2008.*

(1) Proyecto Global de Monitoreo de Medios 2005. Reporte Monitoreo 2005. WACC WORLD