

ARMADAS CON BOLÍGRAFO Y MICRÓFONO

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA PARA EL CAMBIO SOCIAL

Un estudio




solidaridad
entre mujeres*

Con apoyo financiero de



Publicado con apoyo de la Unión Europea. Frauensolidarität es la única responsable del contenido de la presente publicación. El contenido no refleja de ningún modo la posición de la Unión Europea.

 Cooperación Austríaca
para el Desarrollo



Copyright

Publicado por: Frauensolidarität / Solidaridad entre mujeres 2014, Sensengasse 3, A-1090 Wien,
ZVR-Zahl (Número de inscripción en el Registro de Asociaciones): 624081934,

Tel: +43 1 3174020, www.frauensolidaritaet.org, office@frauensolidaritaet.org

Copyright: Frauensolidarität / Solidaridad entre mujeres 2014

Autora: Caroline Haidacher

Editoras: Claudia Dal-Bianco und Helga Neumayer

Traducción: Andrea Tabery

Layout: www.weiderand.net

Imprenta: Rema-Print-Littera Druck, Neulerchenfelderstraße 35, A-1160 Wien



Las mujeres pueden contar una historia que refleja el punto de vista de las mujeres y no de la cultura principal (mainstream). ... Contar historias también nos puede hacer aprender. De las maneras más diferentes.

Lindsey Collen, Mauricio, escritora (2012)

Si queremos darle valor a nuestra palabra, si queremos un mundo viable para hombres y mujeres, o una sociedad paritaria, las mujeres debemos ser dueñas o administradoras de medios de comunicación alternativos, medios que vean a toda las formas de violencia contra las mujeres como una epidemia y le den un trato como tal.

*Jamileth Chavarria Mendieta, Nicaragua/España,
activista radiofónica (2013)*

Para mí, la radio es el medio más poderoso. Tiene el poder de superar los límites generados por el acceso desigual a la formación. Apenas hace falta dinero ni aparatos tecnológicamente sofisticados para escuchar o hacer la radio. Sobre todo para las mujeres que trabajan en casa, la radio supone un contacto insustituible con el mundo exterior. Es el único medio que pueden consumir sin interrumpir su trabajo. La televisión no permite eso.

Seidy Salas Viquez, Costa Rica, activista radiofónica (2013)

El hecho de que los movimientos de mujeres tengan los medios de comunicación en sus propias manos puede considerarse desde varios ángulos. La ventaja es que todo lo que Usted produce a través de una emisora de radio o de televisión y un periódico o una revista propia es su propiedad, Usted fija la agenda. Pero ¿cuántos de esos contenidos funcionan? ¿A cuántos/as de sus oyentes/lectores/lectoras es Usted capaz de llegar? Incluso teniendo sus propios medios de comunicación, los movimientos de mujeres tendrán que colaborar con los medios principales. Es un hecho que los medios fijen la agenda. Por eso, a los movimientos de mujeres les conviene mantener una buena colaboración con los medios de comunicación. Hay que involucrar a los medios para que comprendan el o los tema(s) en cuestión y los apoyen con los conocimientos que se les haya proporcionado.

Valerie Msoka, Tanzania, periodista (2013)

Índice

5	Prefacio
7	Introducción
9	I. Las mujeres, el género y los medios de comunicación
10	La Conferencia Mundial de Naciones Unidas sobre la Mujer celebrada en Pekín
11	El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP)
17	II. Una nueva era de la comunicación
18	El Informe MacBride
22	La Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI)
23	El Foro Social Mundial (FSM) y el Foro Mundial de Medios Libres (FMML)
24	La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC)
29	El Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC)
30	La Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC)
32	III. Los medios comunitarios: "Todos somos testigos, todos somos periodistas."
34	¿Quién está detrás de los medios? – La cuestión de la propiedad
35	Una breve historia de los medios comunitarios
36	Los nuevos medios
37	Los medios comunitarios en Latinoamérica
38	Los medios comunitarios en África
40	IV. Ejemplos de la (auto-)organización de los medios
41	Emplear la fantasía y la creatividad (Costa Rica)
43	La radionovela
43	"Tener el coraje de imaginar un mundo diferente"
46	Trabajo pionero a nivel regional (Namibia)
47	Sister Namibia
48	"Queremos ser una voz crítica"
49	Redes transnacionales de ciencia y trabajo de base (Sudáfrica)
50	Gender Links
52	"Tenemos que inmiscuirnos"
53	Concienciación de los/las periodistas (Tanzania)
54	Media Gender Code of Ethics
56	TAMWA
58	"Armadas con bolígrafo y micrófono"
61	Un carácter imaginario contra la violencia (Nicaragua)
62	Radio Palabra de Mujer
63	"El feminismo me ha salvado la vida"
67	Resistencia mediante el crossmedia (Colombia)
69	OFP – Organización Femenina Popular
71	"Globalizar la solidaridad"
74	Resumen
75	Conclusión
78	Bibliografía
82	Lista de acrónimos

Prefacio

al estudio "Los medios de comunicación como herramienta para el cambio social"

Nosotras mismas aprendimos mucho trabajando de activistas radiofónicas: cómo mantener la calma presentando un programa en vivo desde un estudio lleno de personas, dominar una mesa de mezclas, y no perder la orientación al tratar un tema feminista y coordinar una docena de piezas musicales.

Siendo las "Women on Air", las Mujeres en el Aire desde 2005, también hemos tenido la oportunidad de conocer a colegas del mundo entero. Encontramos a nuestras valientes amigas colombianas de la *Organización Femenina Popular (OFP)* que con su propia revista, programas de radio y anuncios de televisión intentaban sacar a la luz las prácticas de los consorcios transnacionales, los grupos paramilitares y el Estado que desprecian la dignidad humana. Las presentadoras fueron amenazadas de muerte y torturadas, y aun así tenían una cosa clara: la mejor protección para las activistas por los derechos humanos es hablar con voz alta en público.

Los esfuerzos de las expertas en medios de la *Asociación de Mujeres Periodistas de Tanzania (TAMWA)*, por sus siglas en inglés) nos enseñaron a influir con éxito en los medios convencionales a través de concordadas campañas de periodistas por los derechos de las mujeres y los derechos humanos.

Nos dimos cuenta de cuánto tiempo nuestras colegas en Centroamérica llevaban aprovechando la radio y los medios alternativos de la forma más creativa, desde seriales radiofónicos feministas y caracteres radiofónicos mágicos hasta programas de apoyo para las migrantes en ruta norte. De nuevo descubrimos muchas cosas que nos quedaban por aprender.

Finalmente, consultamos los códigos internacionales: las mujeres ¿tienen un derecho garantizado a la comunicación de masas? ¿En qué medida pueden determinar ellas mismas la imagen de la mujer que se transmite por los medios? ¿Por qué es precisamente la radio la que es un medio de comunicación tan importante para las mujeres a nivel mundial?

Estas preguntas nos llevaron a profundizar en este tema, y ahora tenemos en manos los resultados de nuestras investigaciones. Es un estudio que nos da esperanza. Es cierto que el mundo en el que vivimos denigra a mujeres y niñas a gran escala como mano de obra barata. Les priva en gran medida de sus derechos fundamentales a nivel económico, cultural y social, y del derecho a decidir sobre su propio cuerpo. Pero al mismo tiempo, en todos los rincones de ese mismo mundo hay mujeres que luchan, con valor y poco a poco, por su participación en la sociedad y por ganar la soberanía sobre su propio cuerpo. Lo hacen especialmente en el ámbito de los medios, donde mejor se puede escuchar, ver y leer su mensaje: un mundo diferente no solamente es posible, sino absolutamente necesario. ¡Ya!

Claudia Dal-Bianco & Helga Neumayer
Editoras

¿Por qué es importante que los movimientos y las organizaciones de mujeres lleven las riendas de los medios de comunicación?

“La excepción no siempre confirma la vieja regla. También puede presagiar una regla nueva.” Creo que estas palabras sabias de Marie von Ebner-Eschenbach describen muy bien el lugar que las mujeres ocupan en el mundo de los medios – tanto a nivel periódico como a nivel económico. Los medios en manos de editoras, jefas editoriales, redactoras jefe y jefas de sección todavía siguen siendo la excepción, pero ya entreveo los cambios que allanan el camino a la tan anhelada regla nueva.

Considero que los movimientos y organizaciones de mujeres y las mujeres en general que actúen como editoras y productoras de medios son clave para cambiar el existente reparto de poderes en la política y la sociedad. Las mujeres tienen otras prioridades, adoptan distintas, nuevas, mejores perspectivas para abordar el mundo de los medios que hasta ahora ha sido demasiado dominado por los hombres. Las mujeres dan distintas, mejores, nuevas respuestas a las preguntas actuales y encuentran distintas, mejores, nuevas salidas de las crisis que nos acosan.

Apoyándome en Marx, quien propuso la colectivización de los medios de producción, refiriéndose a que estos medios sean la propiedad colectiva de los/las trabajadores/as mismos/as, quisiera hablar de la feminización de los medios de comunicación. Precisamente para los movimientos y organizaciones de mujeres que se consideran comprometidos/as con los fines emancipatorios, esto implica, a mi parecer, una misión. Contrariamente a los medios sensacionalistas con su imagen unilateral de la mujer, les incumbe a estos movimientos (feministas) de mujeres publicar sus propios medios alternativos que describan, expliquen y promocionen nuestro concepto de la mujer y del mundo.

Marie von Ebner-Eschenbach también dijo una vez que sólo existe una manera de demostrar el saber: la acción. Estoy profundamente convencida de que los movimientos de mujeres y las mujeres hacen una gran diferencia en el mundo de los medios - ¡pase-mos a la acción!

Ulrike Lunacek, MEP

*Vicepresidenta y Portavoz para los asuntos exteriores
del Grupo de los Verdes/ALE en el Parlamento Europeo y Presidenta de
Frauensolidarität / Solidaridad entre mujeres*



Introducción

La impotencia y la invisibilidad son dos factores claves de la pobreza. Se trata de un fenómeno que afecta más a las mujeres que a los hombres – con tendencia al alza, sobre todo en los países del Sur Global, como han mostrado varios estudios de los últimos años. No obstante, esos estudios también revelan en qué medida el concienciar e informar a las mujeres fomenta su participación política, y cómo eso puede mejorar su situación. Conociendo los procesos políticos en sus comunidades las mujeres pueden intervenir mucho más en los procesos democratizadores.

En este contexto, los medios de comunicación desempeñan un papel crucial. A diferencia de los medios estatales, que trabajan de manera exclusiva, y de los medios privados, que aspiran a maximizar su tasa de audiencia, los medios alternativos pretenden integrar todas las capas sociales. Los medios convencionales no se interesan especialmente por la igualdad de género o la inclusión social.

Los medios comunitarios por otro lado facilitan el acceso de las mujeres a los medios y a la divulgación de la información, convirtiéndolas en actrices políticas e independientes. Además de contribuir al empoderamiento de las mujeres, esta participación también ayuda a reducir la pobreza relacionada con el género, sobre todo en los llamados países en vías de desarrollo. Sin embargo, si las mujeres desconocen las dinámicas políticas, carecen de la herramienta necesaria para participar activamente en los procesos democratizadores. Por lo tanto, el derecho a la comunicación supone un paso importante hacia la igualdad de género.

Los grandes grupos mediáticos comercializados han contribuido a reducir la diversidad mediática, multiplicando las barreras para las mujeres. Los grupos sociales dominantes han ganado aún más margen de maniobra en su control evidente sobre los sectores marginados e indígenas de las sociedades.

Los medios comunitarios, sobre todo la radio, ejercen un efecto compensatorio sobre este desequilibrio global. Son instrumentos eficaces para la inclusión de las mujeres en las estructuras políticas y en la toma de decisiones. Al no ser controlada por intereses empresariales o gubernamentales, la radio comunitaria tiene la posibilidad de tratar los temas de manera independiente. Se adapta al carácter del lenguaje regional, haciendo las informaciones y debates accesibles a las comunidades locales. Para las personas analfabetas – muchas de ellas son mujeres – la radio es a menudo la principal fuente de información.

En todos los continentes, las mujeres son redactoras y periodistas en la prensa, la radio, la televisión y la Red. Las activistas por los derechos humanos y de las mujeres aprovechan las múltiples facetas de los medios para difundir sus temas, reivindicaciones y contenidos.

El presente estudio describe cómo las mujeres y las organizaciones de mujeres en Centroamérica y en África Austral usan los medios de comunicación como herramienta para el desarrollo social.

La Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada en Pekín en 1995 fue un hito del movimiento de mujeres. La Sección J de la Plataforma de Acción resultante de la Conferencia define objetivos concretos referentes a las mujeres y los medios de comunicación. El informe del *Proyecto de Monitoreo Global de Medios*, establecido cada cinco años, muestra que hasta la fecha no han sido logrados. De este tema trata la primera parte del presente estudio.

La segunda parte del estudio examina el debate sobre el derecho a la comunicación en los siglos XX y XXI que culminó en la publicación del *Informe MacBride* en 1980, y proporciona al mismo tiempo una visión general de las importantes organizaciones del sector mediático.

La tercera parte se dedica a las distintas maneras de definir los medios comunitarios y alternativos, resaltando en qué difieren de los medios estatales, públicos y comerciales. Realiza un análisis específico de los medios de comunicación en Centroamérica y en África Austral, siendo éstas las regiones relevantes para el presente estudio.

La cuarta y última parte revela las estrategias a las que recurren las mujeres y organizaciones de mujeres para divulgar sus temas a través de los medios con el propósito de inducir el cambio social. El abanico de las estrategias empleadas es amplísimo: desde las emisoras de radio feministas en pequeñas aldeas hasta las redes transnacionales, las protagonistas de este estudio aprovechan todas las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías de comunicación para difundir sus mensajes.





I. LAS MUJERES, EL GÉNERO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

"La existencia de la mujer moderna se realiza a tres niveles: a nivel profesional, a nivel familiar y a nivel público. Pero el título 'Mujer y Sociedad', que enblobaría todos los aspectos de nuestro programa y sería mucho más moderno y preciso, no fue recibido con agrado. En este sentido, la denominación 'Radio de la Familia' es restrictiva." (Lore Walb, periodista radiofónica, con motivo del renombramiento de la "Radio de la Mujer" de la radiodifusora de Baviera BR a "Radio de la Familia" en 1968.)

El género todavía no forma parte integrante de las noticias en los principales medios de comunicación. En el mundo del periodismo profesional, el género es considerado como un tema de minorías. En los grandes medios no se da por hecho que cada noticia importante, como son conflictos, catástrofes, política, economía, violencia y derecho, tenga una perspectiva de género. Sin embargo, ésta puede ser enriquecedora para un artículo dado, ya que puede dar origen a una nueva historia.

Por lo tanto, la existencia de los medios comunitarios como alternativas a los medios convencionales cobra una importancia especial a la hora de potenciar los derechos de las mujeres. Los medios que no dependen de sus tasas de audiencia, donantes de fondos o ingresos publicitarios pueden permitirse abordar temas "impopulares" y cuestionar explícitamente los roles tradicionales de los sexos.

Desde hace décadas, se invierten esfuerzos en liberar las noticias de su sesgo heterosexual y dotarlas de una perspectiva equilibrada. La Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada en Pekín en 1995 fue un hito en el debate sobre las mujeres y los medios de comunicación. Las reivindicaciones de antaño, formuladas por primera vez a nivel de Naciones Unidas, no han perdido de su actualidad. Se siguen mencionando en informes y publicaciones – aunque desgraciadamente sea, en la mayoría de los casos, para destacar que están lejos de verse cumplidas.

La Conferencia Mundial de Naciones Unidas sobre la Mujer celebrada en Pekín

La Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada en Pekín en 1995 es considerada como un hito en la consolidación los derechos de las mujeres a nivel internacional. Se estableció una Plataforma de Acción que formuló medidas concretas para eliminar la discriminación contra las mujeres y establecer la igualdad de género. La "Plataforma de Acción de Pekín" identificó 12 ámbitos "críticos", entre ellos el ámbito de las mujeres y los medios de comunicación.

La Sección J de la Plataforma de Acción subraya el papel crucial que los medios desempeñan en la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres. Apunta que las mujeres participan activamente en los medios de comunicación, siendo no obstante excluidas de los niveles directivos de los medios masivos. La Sección J reivindica reformas y obliga a los Estados a dar pasos en esa dirección, como pueden ser la formación, la investigación y la promoción de las mujeres. Los objetivos estratégicos propuestos por la Sección J de la Plataforma de Acción de Pekín son los siguientes:

- la participación de las mujeres en los medios de comunicación en general y a nivel directivo en particular
- el acceso de las mujeres a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC)
- una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión

La Declaración de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer resume el estado de desarrollo de los medios de difusión y de la tecnología de la información en 1995:

Los avances en la tecnología de la información han facilitado el desarrollo de una red mundial de comunicaciones que influye en las políticas estatales, las actitudes privadas y el comportamiento, en especial de los niños y adultos jóvenes. Existe en todas partes la posibilidad de que los medios de comunicación contribuyan en mucha mayor medida al adelanto de la mujer. Aunque ha aumentado el número de mujeres que hacen carrera en el sector de las comunicaciones, pocas son las que han llegado a ocupar puestos directivos. Los productos violentos y degradantes o pornográficos de los medios de difusión también perjudican a la mujer y su participación en la sociedad. Hay que suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación.

Hay que instaurar mecanismos de autorregulación en los medios de difusión. Es necesario que las mujeres intervengan en la adopción de las decisiones que afectan al desarrollo de las nuevas tecnologías, a fin de participar plenamente en su expansión y en el control de su influencia. La mayoría de las mujeres, sobre todo en los países en desarrollo, carecen de acceso efectivo a las infopistas electrónicas, que están en vías de expansión y, por lo tanto, no pueden crear redes que les ofrezcan nuevas fuentes de información. Al abordar el problema de la movilización de los medios de difusión, los gobiernos y otros sectores deberían fomentar una política activa y visible de incorporación de una perspectiva de género en sus políticas y programas.

Los objetivos estratégicos de la Plataforma de Acción

Las medidas propuestas se dirigen a los gobiernos, a los medios de difusión al igual que a las Organizaciones No Gubernamentales y a la sociedad civil.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 1

Aumentar el acceso de la mujer y su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de difusión y por conducto de ellos, así como en las nuevas tecnologías de comunicación.

La Plataforma de Acción reivindica medidas en la medida en que no atenten contra la libertad de expresión y de prensa. Las reivindicaciones tratan de los siguientes ámbitos:

- fomentar la organización de programas de educación y capacitación
- estimular las redes de comunicación de mujeres
- procurar que se distribuyan equitativamente los nombramientos de mujeres y hombres a la hora de ocupar los puestos de gestión, de reglamentación o de supervisión
- elaborar mecanismos de autorregulación y directrices profesionales
- promocionar la diversidad cultural y étnica
- garantizar la libertad de opinión y de prensa

OBJETIVO ESTRATÉGICO 2

Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión

De nuevo, la Plataforma de Acción reivindica medidas en la medida en que no atenten contra la libertad de expresión y de prensa:

- aumentar la participación de las mujeres en la adopción de decisiones
- instaurar mecanismos de autorregulación para los medios públicos y privados y para el sector publicitario
- fomentar la organización de programas de educación, capacitación e investigación
- desafiar la presentación de la mujer como ser inferior y su explotación como objeto sexual
- introducir una perspectiva de género en todos los temas y ámbitos
- fomentar la creación, el desarrollo y la financiación de los medios alternativos

El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP)

El 76 % de las personas que figuran en las noticias escritas o habladas a nivel mundial son hombres. Si las cosas continúan a este ritmo, todavía tendrán que pasar 43 años antes de que la presencia de las mujeres en las noticias equivalga a su parte en la población mundial.

[Asociación de mujeres periodistas de Alemania, GMMP 2010]

El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) de 2010 ha vuelto a mostrar que los objetivos formulados en Pekín siguen incumplidos.

El GMMP es el sondeo más exhaustivo sobre las mujeres y el género en los medios de comunicación. Su objetivo consiste en cambiar la imagen de la mujer en los medios – es decir, el Objetivo 2 de la Sección J de la Plataforma de Acción de Pekín. Desde 1995, este monitoreo mediático se lleva a cabo cada cinco años por activistas en todo el mundo, la última observación habiéndose realizado en el 2010 en 108 países. El proyecto es coordinado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés) registrada en Canadá. El proyecto reúne organizaciones de base (*grassroots*), estudiantes, investigadores/as, profesionales del sector mediático, así como numerosas personas voluntarias de diferentes sectores. Después del sondeo de 2010, la WACC y la Federación Internacional de Periodistas (FIP) redactaron un manual conjunto para un periodismo con conciencia de género.

El informe resultante del estudio, titulado “¿Quién figura en las noticias?”, apunta la invisibilidad de las mujeres en la información y las noticias. En su resumen, ilustra la distribución del poder: entre 1995 y 2005, aproximadamente 21 % de las personas figurando en las noticias habían sido mujeres.

El informe de 2010 no revela más que cambios mínimos. Esta vez, el 24 % de las personas protagonizando las noticias habladas o escritas son mujeres.

"Quién figura en las noticias" 2010 – Cifras globales

El sondeo se fijó en un día “normal” que no coincidiera con grandes eventos internacionales – el 10 de noviembre de 2009. Sin embargo, justo ese día tuvieron lugar dos acontecimientos en Alemania que influyeron en los resultados del sondeo: el discurso de investidura de Angela Merkel después de su reelección y el XX aniversario de la caída del Muro de Berlín.

En total, 108 países en todos los continentes representando el 82 % de la población mundial participaron en el monitoreo en el que se evaluaron los contenidos noticiosos de más de 1.000 diarios, estaciones de radio, canales de televisión y páginas electrónicas. Se analizaron unas 20.000 notas periodísticas, contando más de 35.000 personas como sujetos de estas mismas.

Ámbitos noticiosos relacionados con las mujeres (porcentaje de la totalidad de los sujetos noticiosos):

Salud: 32 %

Economía: 20 %

Política y Gobierno: 19 %

Educación: 2 %

Derechos humanos: 1 %

Ámbitos en los que la mayoría de los **expertos** citados son hombres:

Educación: 69 %

Derecho: 83 %

Ciencia: 90 %

El único ámbito donde las mujeres son citadas como expertas, con una tasa del 31 %, es el de la “Salud” – el ámbito donde aparecen con mayor frecuencia como protagonistas de la noticia.

En general, los hombres aparecen entonces más frecuentemente como expertos, mientras que las mujeres son consideradas como “personas normales”, asociándolas con los temas del hogar o de la infancia, donde el 72 % de las personas citadas son mujeres. Salvo en los ámbitos domésticos e infantiles, las mujeres son entonces casi invisibles en las noticias a nivel mundial.

- La **edad** de las mujeres se cita dos veces más que la de los hombres. También su **estado civil** se menciona más frecuentemente que el de los hombres.
- En el 18 % de las noticias protagonizadas por mujeres, éstas son presentadas como víctimas. En el caso de los hombres, sólo es el 8 %.
- Las mujeres como **profesionales de los medios** también están mucho menos presentes que los hombres.

En el último sondeo, se escucharon menos reporteras radiofónicas que en 2005. Sin embargo, el número de presentadoras principales (*anchor-women*, por su denominación en inglés) y de presentadoras en edad avanzada ha aumentado.

Los reporteros masculinos predominan en los temas de política, gobierno, economía y delincuencia (un 70 %). Incluso en los temas de salud, el número de mujeres ha bajado desde 2000, del 46 % al 44 %. Por otro lado, se ha incrementado el número de mujeres que reportan noticias del extranjero.

El monitoreo mundial también ha mostrado que las noticias hechas por mujeres tienen más tendencia a tratar de las mujeres.

Noticias en Internet

Los resultados del monitoreo de las páginas web muestran que la representación minoritaria de las mujeres en los medios tradicionales se ha transferido al mundo noticioso virtual. Internet es un formato que, aparentemente, no solamente hace más visible el desequilibrio en cuanto a la representación de los sexos, sino también lo intensifica.

Solamente el 4 % de las noticias en Internet cuestionan los estereotipos de género, comparado con el 6 % en los medios tradicionales. Internet puede considerarse entonces como una lupa que muestra con aún más claridad el sesgo de género propagado en los medios tradicionales.

"¿Quién figura en las noticias?" - África

En el continente africano, 26 países participaron en la observación de los medios. 1.681 noticias de radio, prensa y televisión fueron analizadas de cara a sus aspectos de género.

Datos sobre la representación de las mujeres en los medios africanos:

- El 19 % de las personas que protagonizaron las noticias en África son mujeres
- Los temas políticos predominan las noticias en la radio, prensa y televisión
- El 30 % de las directoras de programa fueron mujeres

La presencia de las mujeres en las noticias africanas es mínima. Las **áreas temáticas** en las que se habla con mayor frecuencia de las mujeres son las siguientes:

Ciencia y Salud: 46 %

Violencia y Crímenes: 40 %

Economía: 34 %

- Las mujeres aparecen con mayor frecuencia como **amas de casa** (68 %) y **desempleadas** (58 %).
- El día del sondeo, cuatro personas fueron mencionadas en las noticias como **trabajadoras del sexo** – todas ellas mujeres.
- Las mujeres se citan con más frecuencia cuando se trata de hablar de **experiencias personales** (38 %).
- Como **expertas y portavoces**, la presencia de las mujeres es absolutamente minoritaria, con un 20 % y un 15 % respectivamente.
- El 34 % de las noticias en África fueron representadas por **reporteras y presentadoras** – una cifra por debajo de la media internacional del 42 % que coloca a África detrás de las demás regiones.

Reivindicaciones y recomendaciones

El Informe Regional del GMMP 2010 sobre África formuló un catálogo de reivindicaciones que se deberían cumplir hasta el año 2015 para contrarrestar la presencia minoritaria de las mujeres en las noticias y la presentación estereotipada de los géneros en los medios.

Las reivindicaciones se dirigen sobre todo a los grupos mediáticos, exigiendo que ocupen más puestos directivos con mujeres e introduzcan directrices con perspectiva de género.

Se han formulado cuatro recomendaciones dirigidas a la política y a los grupos mediáticos:

- Instaurar directrices con perspectiva de género para las salas de prensa
- Definir exactamente las entidades a las que se deben aplicar nuevas reglas y prácticas, como p.ej. agencias de noticias estatales o públicas y grupos mediáticos





- Reforzar la cooperación con las autoridades que regulan los medios de difusión
- Fomentar una cobertura justa y equilibrada de los temas referentes a los derechos de la niña y de la mujer

"¿Quién figura en las noticias?" – Latinoamérica

Los temas que predominaron las noticias latinoamericanas el día del monitoreo fueron la política y el trabajo gubernamental, la violencia y los crímenes y los temas sociales y jurídicos.

Las periodistas se dedican sobre todo a los temas siguientes:

Ámbito social y jurídico: 50 %

Ciencia y Salud: 46 %

Política: 40 %

Queda evidente que los temas tratados por las mujeres no suelen ser los temas prioritarios de los programas noticiosos.

- Los medios latinoamericanos no pretenden poner en duda imágenes estereotipadas de los géneros. Lucir los aspectos de género de los temas principales, a saber, la política, la economía y la violencia, no es una prioridad.
- La representación de los sexos en las noticias es desequilibrada. Lo mismo se puede decir de los puestos de directores/as de programa, reporteros/as y presentadores/as. No reflejan la realidad social.
- Las mujeres aparecen sobre todo cumpliendo **papeles tradicionales**: son amas de casa, trabajadoras sociales, enfermeras, madres, participantes en concursos de belleza, celebridades o consumidoras.
- Cuando las mujeres aparecen como "protagonistas", interesa sobre todo su estado civil – lo cual implica que no son tomadas en serio como individuos independientes. Sobre todo los reporteros masculinos tienden a comentar el estado civil de las mujeres.
- En los medios latinoamericanos, se le atribuye más autoridad a la voz masculina que a la femenina: el 22 % de los expertos consultados en las noticias analizadas fueron mujeres. Esto refleja la tendencia social de dar más crédito a la palabra de un hombre que a la de una mujer.
- La mayoría de las noticias que sitúan a las mujeres en el foco de atención son hechas por mujeres. Lo mismo vale para las noticias que ponen en duda los papeles tradicionales de los sexos.

El informe concluye que la manera de hacer noticias en Latinoamérica no contribuye a la transformación social. Además de que sus trabajos y logros siguen siendo ignorados, las mujeres son presentadas de manera estereotipada. Así, es inevitable que se mantengan ideas fijas sobre las mujeres, que las condenan a ocupar una posición desigual y discriminada.

Herramientas de aprendizaje

En 2012, se publicaron las *Herramientas de aprendizaje* para asegurar el seguimiento del GMMP. Publicadas en dos partes, están destinadas a proporcionar soluciones a la brecha de género y a los inexistentes mecanismos de autorregulación. Son el resultado de la cooperación entre la WACC y la FIP.

El Libro 1 de las *"Herramientas de aprendizaje para un periodismo de género-ético y políticas en las empresas editoriales"* analiza los fondos científicos y teóricos del tema. Las autoras resaltan la importancia de adoptar una perspectiva de género a la hora de hacer periodismo. Además, presentan el concepto del periodismo de género-ético. Siguen con un análisis de la situación actual del género en los medios noticiosos, basándose en los resultados del GMMP de 2010. Estudios de caso de Canadá, Tanzania y de *Inter Press Service* ilustran cómo se pueden establecer directrices y códigos en la práctica y cómo se puede crear un nexo más fuerte entre los medios y la sociedad civil. El Libro 2 proporciona directrices prácticas a periodistas, redactores/as y reporteros/as, al igual que a personas de la sociedad civil que se dedican al monitoreo de medios con perspectiva de género. Éstas fueron formuladas por expertas en cuestiones de género y profesionales de los medios provenientes de África, Asia, el Caribe, Europa, Latinoamérica, Norteamérica y el Pacífico. Las directrices pretenden ayudar a presentar temas actuales con un enfoque de género sin decaer en los estereotipos.

El periodismo de género-ético ("Gender ethical journalism")

El periodismo de género-ético significa hacer justicia a la diversidad de la sociedad y reflejar el mundo social siendo fiel a la realidad de los géneros. Sigue siendo verdad que los hombres, tomados como un todo, están situados en una posición más elevada en la escala de la jerarquía de género. Sin embargo, dado que el poder y privilegios están determinados por una gama compleja de factores como la clase, pertenencia a un grupo étnico, edad, escolaridad y otros marcadores sociales y culturales, varias categorías de hombres están en desventaja en el marco de otras jerarquías, y tampoco están adecuadamente representadas en los medios. Y, por supuesto, las minorías sexuales recientemente adquirieron cierta visibilidad y aceptación en ciertas partes del mundo, mientras que siguen siendo marginadas en otros.

Los/as profesionistas que trabajan en los medios tienen que reflexionar sobre el hecho de que la mayor parte de los eventos, acontecimientos y políticas tienen diferentes implicaciones para diferentes sectores de la sociedad. Estar conscientes del hecho que el género puede influir sobre la manera en que las personas viven el evento, puede ayudar a que los periodistas encuentren notas que distingan las variables de género, las hagan memorables, valiosas y loables.

Por el contrario, al no escuchar verdaderamente lo que tienen que decir las mujeres afectadas, los/as profesionales de los medios podrían dejar pasar notas que también son atractivas. A menos que se reconozca al género como uno de los diversos factores que afectan la experiencia que las personas tienen de casi cualquier cosa, y sea aceptado como una de las aristas a ser exploradas al cubrir lo que sea, los medios sólo seguirán narrando una parte de la historia; cualquiera que sea esa historia.



II. UNA NUEVA ERA DE LA COMUNICACIÓN

Los superiores pueden gritar órdenes a sus subordinados, pero no pueden realmente comunicarse con ellos. La comunicación sólo puede tener lugar si todas las partes involucradas reconocen el principio de igualdad entre hombres y mujeres. (MacBride Update, 1999)

La libertad de expresión e información fue entre los primeros temas a los que se enfrentó la recién fundada ONU después de la Segunda Guerra Mundial. La guerra había hecho ver al mundo occidental de manera dolorosa lo receptivas que pueden ser las sociedades ante el adoctrinamiento masivo y la propaganda bélica. Había grandes esperanzas de que los Estados miembros de la ONU redactaran una "Carta Magna" de la libertad de expresión y de información. Sin embargo, los conceptos de cómo plasmar esa libertad eran muy divergentes.

Unos veinte años más tarde, a finales de los años 60, época marcada por los comienzos de la astronáutica y la tecnología de los satélites, se planteó por primera vez el concepto del "derecho a la comunicación".

Muchas personas pensaban que las innovadoras tecnologías de la comunicación abrían nuevas perspectivas de cooperación internacional, seguridad y bienestar. Otras – sobre todo los/las habitantes del Sur Global - las miraban de reojo. Temían que los países occidentales utilizaran estas nuevas técnicas de comunicación para imponer sus ideologías y valores a las demás sociedades, amenazando las formas de vida tradicionales y la soberanía de los estados recién independizados. Regía el temor ante una nueva forma del predominio de unos sobre otros: el imperialismo cultural.

El debate que se desarrolló sobre esta base teórica puso en duda el monopolio de poder de los países occidentales con respecto a las tecnologías de los satélites y de la información. El artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 estipuló el derecho a la libertad de opinión y de expresión, convirtiendo la libertad de expresión y de información en un dominio del derecho internacional. No obstante, el artículo 19 pronto se vió sometido a críticas calificándolo de insuficiente y reclamando una definición más amplia que no tratara solamente del libre flujo de informaciones, sino también de la comunicación como proceso recíproco y del rol que juega el poder en los procesos de comunicación.

Esta reivindicación partía de una base que definía la comunicación como diálogo entre dos individuos al mismo nivel. El reconocimiento oficial del derecho a la comunicación

potenciaría las partes vulnerables y oprimidas de la sociedad, dando una voz a todos/as aquellos/as que tienen algo que decir, pero que hasta ahora no han sido escuchadas. En los años 1970, la UNESCO empezó a abordar el tema de los derechos a la información y comunicación. Se formó un debate impregnado por un contexto de procesos descolonizadores: Muchos de los nuevos Estados miembros de la ONU consideraron el concepto occidental de la libertad de opinión como una perpetuación del colonialismo y del predominio de los países occidentales en la información global. En ese sentido, el derecho a la comunicación era para ellos un instrumento para el desarrollo y la independencia, un principio básico de sus identidades nacionales.

En 1976, los países no-alineados – los que no querían ponerse de ninguno de los dos lados enfrentados en la Guerra Fría - se reunieron en Túnez. Por primera vez, se formuló la reivindicación de un *Nuevo Orden de la Información*, con la intención de desmontar el prevaleciente reparto de poderes, tanto con respecto a los contenidos como a las infraestructuras.

El gran debate mediático en torno a una comunicación justa a nivel global y al desequilibrio en las noticias de los países occidentales estaba en plena marcha.

El Informe MacBride

La libertad es característica intrínseca de cualquier comunicación auténtica y la base de toda democracia. Sin embargo, esta libertad sólo puede ser alcanzada mediante una comunicación verdaderamente democratizada. (MacBride Update, 1999)

El *Informe MacBride*, oficialmente titulado “Un Solo Mundo, Voces Múltiples”, es un documento publicado en 1980 por la *Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación* por encargo de la UNESCO. La UNESCO había convocado dicha comisión con el fin de elaborar un *Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación* (NOMIC, o NWICO, por sus siglas en inglés) para contrarrestar el desequilibrio global en cuanto al acceso a la información. Se abordó todo un abanico de temas – entre otros, el flujo de información desequilibrado en los llamados países en vías de desarrollo, el acceso a la información injustamente repartido y la importancia de promocionar los medios nacionales y regionales para reducir la dependencia financiera de recursos externos.

En 1980, la UNESCO introdujo el *Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación* (PIDC), un programa interestatal que sigue existiendo en la actualidad y cuyo objetivo consiste en reducir el desequilibrio mundial Norte-Sur en los sectores de la comunicación y la infraestructura. Su creación había sido propuesta por los Estados Unidos, que esperaban disuadir así a los llamados países en vías de desarrollo de su empeño en conseguir un nuevo orden mundial de la información y la comunicación.

El presidente de la *Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación* era el irlandés Seán MacBride, premio Nobel de la paz, que criticaba sobre todo la dependencia de los llamados países en vías de desarrollo de los países industriales en el ámbito de los medios de difusión.

Entre otras cosas, el informe exigía:

- una comunicación abierta, libre y equilibrada
- el establecimiento de un sistema de información equitativo y justo a nivel global
- normas y mecanismos eficaces a nivel nacional y transnacional y una política orientada hacia el libre flujo de información
- el reconocimiento del derecho a la comunicación como derecho humano fundamental, a fin de impulsar la democratización de la comunicación

Con más de 300 páginas, el informe es el resultado de un poderoso movimiento contra la comercialización global de la información. Es considerado como un hito en el camino hacia una sociedad de información libre y justa, proceso que todavía perdura en la actualidad.

Recomendaciones por parte de la Comisión

Asegurar la amplia participación del público en las políticas de comunicación

Se recomienda la instauración de leyes y directrices para lograr una sociedad de información justa y libre con una amplia participación del público.

Garantizar un sector de la comunicación basado en los recursos propios

Los gobiernos de los países en vías de desarrollo deberían asegurar el acceso a la tecnología e infraestructura adecuadas. La Comisión recomienda en concreto ampliar aquellas redes de radiodifusión nacionales que alcanzan también las zonas periféricas. Sobre todo en zonas con elevadas tasas de analfabetismo, el desarrollo de la radio debería ser prioritario al de la televisión.

Educar y capacitar

... los/las profesionales mediáticos/as locales para sentar las bases de un sector mediático independiente.

Promocionar las lenguas

A fin de hacer justicia a la comunicación moderna, todas las lenguas tienen que ser promocionadas, cubiertas y desarrolladas. Las sociedades multilingües deberían establecer directrices para poder fomentar todas las lenguas adecuadamente, adaptar los sistemas de gestión y facilitar traducciones.

Reconocer la comunicación como necesidad básica del ser humano

La comunicación no es solamente un sistema de información pública, sino también una parte integrante de la educación y del desarrollo. Por eso, es un aspecto que debería tenerse en cuenta a la hora de financiar cualquier proyecto de desarrollo.





Promocionar los medios comunitarios

... porque esto contribuye a la educación y al empoderamiento, sobre todo en las regiones rurales y remotas.

Fomentar la participación política

La comunicación debería reconocerse como instrumento para la participación en los procesos de toma de decisiones políticas. Es una parte integrante e imprescindible de la democratización.

Fortalecer las identidades culturales

Esto incluye fortalecer los valores espirituales y religiosos, lo cual fomenta el diálogo con otras culturas. El predominio cultural tiene que ser desmontado, tanto dentro de los llamados países en vías de desarrollo como entre éstos y los países industriales.

Promocionar los medios no comerciales

Se debe reducir la comercialización de los medios de masas, ya que influye considerablemente en las decisiones de las instituciones privadas y públicas. Por eso, hay que promocionar los medios comunitarios, entrelazándolos con las tradiciones, la cultura y el sistema sociopolítico del país en cuestión.

Garantizar el acceso a la información técnica

Esta recomendación se dirige a los países industriales. En vista de los avances vertiginosos del sector tecnológico, los conocimientos técnicos cobran un valor especial y tienden a ser ocultados a los demás. Todos los países tienen el mismo derecho de acceder a la información técnica y científica.

Proteger a los/las periodistas

La independencia y la integridad profesionales de los/las periodistas deberían salvaguardarse. Los/las periodistas necesitan ser formados/as para poder cumplir sus papeles de reporteros/as objetivos/as. Los/las corresponsales en el extranjero deben tener libre acceso a las fuentes de información y a los hechos. Los/las periodistas deben poder ejercer su profesión en seguridad. Su derecho a la libre expresión debe ser respetado.

Consagrar el derecho a la comunicación en la Declaración de los Derechos Humanos

La libertad de expresión, de información, de prensa y de reunión es vital para la realización de los derechos humanos. La extensión de estas libertades de la comunicación a un derecho a la comunicación individual y colectiva más amplio es un principio que evoluciona en el proceso de democratización. La defensa de todos los derechos humanos es una de las tareas más vitales de los medios.

Reducir la dominancia, la dependencia y los desequilibrios

Se exhorta a la comunidad internacional a emprender los pasos necesarios para acabar con los desequilibrios y sustituirlos por estrategias complementarias de beneficio mutuo.

¿Qué pasó después del Informe MacBride?

El *Informe MacBride* refleja el espíritu de una época marcada por la esperanza de poder construir un mundo mejor. Hasta el día de hoy, nos hace ver la significación de las instituciones públicas, y de su misión de garantizar la justicia global en los estratos locales, nacionales y transnacionales. Nos recuerda la importancia de la comunicación global como instrumento que nos ayuda a conocer, a comprender y a respetarnos mutuamente.

Aunque las recomendaciones formuladas por el *Informe MacBride* siguen siendo de gran actualidad, el marco global ha cambiado. En los años 1980, la Guerra Fría tenía una influencia enorme sobre las alianzas geopolíticas. La decisión de numerosos países de declararse como “no alineados” originó en la situación bipolar creada por la oposición de los dos grandes poderes, Este y Oeste. El *Informe MacBride* y su reivindicación de un nuevo orden mundial de la información y comunicación provocarían incluso el abandono de la UNESCO por parte de Estados Unidos, Reino Unido y Singapur.

No es un secreto que esta decisión fue tomada en aras de los medios de masa y de la industria de la telecomunicación. Restó mucha legitimidad a la elaboración de unos principios multilaterales para un sistema de medios global que no fuera guiado únicamente por las fuerzas del mercado. Según la lógica americana, el desarrollo cultural no debía ser controlado por los gobiernos, sino únicamente por el mercado.

La UNESCO a su vez se encontraba en el centro de las oposiciones multilaterales al gran mercado mediático y sus pretensiones de predominar la producción y difusión de bienes culturales. Los EE UU no tenían ningún control sobre las recomendaciones que la UNESCO expresaba en el *Informe MacBride* y que contradecían fuertemente sus propias ideologías e intereses económicos. La salida de EE UU de la UNESCO el 31 de diciembre de 1984 fue la respuesta lógica a esa situación. Singapur y Reino Unido siguieron su ejemplo en 1985. El gobierno británico bajo Margaret Thatcher argumentó que el nuevo orden mundial de la información y de la comunicación representaría una restricción de la libertad de prensa.

Ya en 1983, la UNESCO había incluido el derecho a la comunicación en su Resolución 3.2, constatando que no sustituía ningún derecho ya existente, sino que pretendía más bien ampliar su campo de aplicación para entablar una comunicación activa y un diálogo interculturales gracias a las posibilidades creadas por los nuevos medios de comunicación. Aún así, el debate político en torno a un nuevo orden mundial de la información y de la comunicación se fue apagando tras el abandono de los tres países de la UNESCO y el comienzo de la Guerra Fría. Se había convertido en un tema políticamente incorrecto, en un tabú.

Inmediatamente después del escándalo, la UNESCO intentó convencer a EE UU de revocar su decisión. Pero éstos mantuvieron decididamente su postura “anti NOMIC” y su concepto de una sociedad de información global y neoliberal. Al final, la UNESCO cedió, abandonando su claro rechazo de la idea de un sistema determinado por el mercado, y dejando así de constituir una amenaza para las normas neoliberales. En 1997, Reino Unido se adhirió de nuevo a la UNESCO. Los EE UU volvieron en 2003, Singapur en 2007. Los movimientos que aspiran a un sistema de medios global guiado por principios democráticos han descubierto otras plataformas y foros para defender sus temas, como por ejemplo la *Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI, o WSIS, por sus siglas en inglés)*, el *Foro Social Mundial* o las asociaciones de medios libres.

La Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI)

En su primera celebración en 2003, la *Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información* pudo contar con alta participación de la sociedad civil y los medios alternativos. Fue patrocinada por Naciones Unidas y organizada por la *Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT)*. Se realizó en dos fases, desarrollándose la primera en 2003 en Ginebra y la segunda en 2005 en Túnez.

Al principio, muchas personas consideraban a la CMSI como una portadora de la esperanza de progresar en la creación de normas globales sobre los derechos a la comunicación. Las cumbres de Ginebra en 2003 y Túnez en 2005 fueron sinónimos de una sociedad civil capaz de organizarse de forma autónoma. Los temas tratados en ambas reuniones incluían los derechos a la comunicación de los grupos indígenas, los/las trabajadores/as, las mujeres, los/las niños/as y las personas discapacitadas, al igual que la propiedad intelectual, los medios comunitarios, el software de fuente abierta y el acceso a la información y la importancia de la comunicación en general. Había una fuerte voluntad política de construir y representar una sociedad civil eficaz. El gran desafío avicinándose a los movimientos sociales era el de la sostenibilidad.

Los/las participantes provenientes de la sociedad civil no se vieron representadas por los documentos oficiales publicados por la cumbre de Ginebra en 2003, o sea, por la Declaración de Principios de Ginebra y el Plan de Acción de Ginebra. Por lo tanto, publicaron una declaración alternativa, la *Declaración de la sociedad civil en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información*. En ella se tradujo la visión de una sociedad civil participativa que mantiene un diálogo continuo con las instituciones públicas y económicas. Esta declaración recoge una definición más amplia del derecho a la comunicación, estipulando que no se limite a la mera libertad de opinión, y que la participación, los procesos democráticos, los derechos al consumo de la creatividad, a la educación, a la privacidad, a la reunión pacífica y a la calidad formen todos parte de la dignidad humana. La declaración contiene reclamaciones referentes a la igualdad de género y también a los derechos de la mujer y hace referencia a la Plataforma de Acción de la Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada en Pekín en 1995 y a la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés). Exhorta a que la política lance iniciativas destinadas a la mujer en tanto que agente activo y primario de cambio en lo que atañe a la posesión, formulación, utilización y adaptación de las TIC. Además, exige que se reconozcan las desventajas y el trato diferente que sufren las mujeres en este sector y que se tomen medidas para facilitar su acceso a y su participación en las TIC.

Los grupos de la sociedad civil situaron los derechos a la comunicación dentro de un amplio marco ya delimitado por la Declaración de los Derechos Humanos en 1948. Pero el hecho de reconocer el derecho a la comunicación como necesidad básica del ser humano no significa que todas las personas puedan disfrutar plenamente de él. Los tratados consensuados durante las últimas décadas no ofrecen mucho más que pautas éticas y políticas que demasiadas veces se ignoran.

La CMSI no se originó directamente de la sociedad civil sino fue una iniciativa lanzada y transmitida a la UNESCO por la UIT. Esta Unión Internacional de Telecomunicaciones no representa los temas de la sociedad civil, sino que defiende intereses económicos. Pre-

tende conseguir una sociedad de la comunicación homogénea: a fin de evitar una brecha digital Norte-Sur, los mismos estándares tecnológicos deberían aplicarse a todos/as. El hecho de que la cumbre de Túnez en 2005 fue patrocinada por varias grandes multinacionales de las tecnologías de la información, entre otras, habla por sí mismo – a lo largo de los años, el deseo de desarrollar una “economía de la información” y conquistar mercados se hizo más grande que el debate idealista alrededor del derecho a la comunicación. No obstante, la CMSI sigue poniendo mucho énfasis en integrar la sociedad civil en los procesos de planificación y de toma de decisiones. Los temas principales siguen siendo los derechos humanos, la participación y la libertad de prensa y de opinión. Para el año 2015, se planifica la organización de la CMSI +10 como seguimiento de la Fase de Túnez. Se examinarán los efectos y la implementación de los puntos formulados en la CMSI de 2005.

El Foro Social Mundial (FSM) el Foro Mundial de Medios Libres (FMML)

El Foro Social Mundial es una de las plataformas más grandes para la sociedad civil crítica de la globalización y para los movimientos sociales. Se trata de un acto paralelo a las cumbres de la OMC, al Foro Económico Mundial de Davos y a las cumbres del G8. Desde sus comienzos, el *Foro Social Mundial* ha dedicado un gran espacio a los/las activistas del ámbito mediático. Las cuestiones en torno al derecho a la comunicación están estrechamente relacionadas con los enfoques críticos sobre la globalización. Ya en el primer FSM, celebrado en 2001 en Porto Alegre (Brasil), se fundó *Ciranda*, una plataforma en línea para noticias alternativas. Durante el primer FSM, 300 artículos fueron subidos a dicha plataforma. Al principio, los contenidos se intercambiaron en forma de textos, a partir de 2005, se integraron foros para los videos y contenidos radiofónicos de los medios comunitarios.

También se fundó OpenFSM, una herramienta en línea para crear redes entre los/las activistas. La plataforma en línea WSF-TV emite videos para informar sobre el proceso en torno al FSM y sus temas.

En 2009, el *Foro Mundial de Medios Libres* (FMML) se desarrolló en las mismas fechas que el FSM. Hasta la fecha, ha habido tres encuentros de este tipo:

- Belém, 2009: se debaten las diferentes formas de comunicación de la sociedad civil
- Dakar, 2011: los grandes temas son la información alternativa, los medios alternativos y la Primavera Árabe
- Túnez, 2013: se enfocan sobre todo los medios sin ánimo de lucro y la radio comunitaria

En el tercer FMML en 2013, se debatió también la necesidad de fortalecer el derecho a la comunicación y se desarrollaron estrategias para campañas en esa dirección. Además, se elaboró la idea de una Carta Mundial de Medios Libres que será presentada durante el cuarto FMML y que comprenderá una lista de derechos reivindicados. El objetivo de la Carta consiste en crear redes entre las distintas iniciativas y resaltar los diferentes tipos de medios. La redacción de la Carta y la formulación de sus reivindicaciones deben ser lo

más participativas posibles. La reivindicación principal de la Carta será la promoción de la educación en el ámbito mediático. Un mayor número de personas ha de tener acceso a los medios y las nuevas tecnologías y beneficiarse de la educación y formación necesarias para usarlas. Hay que garantizar la independencia de Internet y su libre acceso.

La Asociación Mundial de Radios Broadcasters (AMARC)

AMARC es una ONG que desde su fundación en 1983 acompaña y apoya la creación de una red mundial de radios comunitarias con la intención de contribuir a la democratización del mundo mediático. AMARC aboga por el derecho a la comunicación a nivel internacional, nacional, local y del vecindario. Pretende defender los intereses del movimiento por las radios comunitarias mediante la solidaridad, la creación de redes y la cooperación. AMARC surgió del movimiento global por las radios comunitarias. Fundada en 1983 en Canadá, cuenta actualmente casi 4.000 miembros y socios/as en 110 países y se ha convertido en la asociación más grande de radios comunitarias. Su objetivo declarado consiste en brindar apoyo a todas las emisoras de radio alternativas y/o comunitarias que basan su trabajo en la solidaridad y la cooperación internacional.

Su meta consiste en combatir pobreza, la exclusión y falta de voz, promover la justicia social y hacer realidad la idea visionaria de una sociedad sostenible, democrática y participativa. Una manera de hacerlo es fortalecer las voces marginadas. Los medios comunitarios y las TIC han de ser portavoces de las minorías y la comunicación tiene que ser accesible para todos/as. El trabajo de AMARC se concentra en primer lugar en potenciar el desarrollo de las radios comunitarias a nivel mundial, priorizando diferentes grupos minoritarios según la región.

Principios básicos

Los miembros de AMARC

- contribuyen a la expresión de diferentes movimientos sociales, políticos y culturales así como a la
- promoción de todas las iniciativas favorables a la paz.
- Reconocen el rol fundamental y específico de las mujeres en el establecimiento de nuevas prácticas de comunicación.

Los principios básicos de todos los programas son:

- el reconocimiento de la soberanía y la independencia de los pueblos;
- la solidaridad y la no-intervención en los asuntos internos de otros países;
- la cooperación internacional sobre bases de igualdad, de reciprocidad y de respeto mutuo;
- la no-discriminación por motivos de raza, de género, de orientación sexual o de religión;
- el respeto de la identidad cultural de todos los pueblos.

Estos principios se han formulado y reiterado en diferentes declaraciones y Cartas. La mayoría de los documentos han sido publicados después de las respectivas conferencias mundiales de las radios comunitarias, que tienen lugar cada dos o tres años. En 1992, se fundó la *Red Internacional de Mujeres (RIM)*, un conglomerado de Mujeres Comunicadoras que trabajan para asegurar el derecho de la Mujer a participar y comunicarse a través y dentro del movimiento de la Radio Comunitaria.

En su Plan Estratégico, que cubre los años 2011 a 2014, AMARC formula tres objetivos:

OBJETIVO 1

Promover y defender las condiciones a nivel de políticas, legislación y reglamentos que permiten que funcionen los medios comunitarios.

Un componente explícito del Plan Estratégico es la **abogacía sobre igualdad de género** en los medios de comunicación y en encuentros internacionales. Sobre todo la organización AMARC-RIM reforzará su presencia en los foros internacionales.

OBJETIVO 2

Promover intercambio de saberes y desarrollo de capacidades para asegurar la sustentabilidad de los medios comunitarios.

De nuevo, la organización apuesta por el **fortalecimiento de las redes regionales e internacionales de la Red Internacional de las Mujeres de AMARC** como estrategia clave para lograr este objetivo. Para tal fin, al menos un 50 % de los colaboradores de sus actividades y programas deberían ser mujeres, cuyas contribuciones han de ser más visibles y audibles.

OBJETIVO 3

Reforzar la incidencia social, de desarrollo y humano de los medios comunitarios.

Este objetivo se refiere sobre todo a las prácticas periodísticas y a los contenidos, como por ejemplo los servicios de información en América Latina, África, Asia y Europa, incluyendo informes especiales de eventos internacionales.

Está previsto emprender campañas que aborden temas socialmente sensibles, como el VIH/SIDA, el medioambiente, el cambio climático, las migraciones, el racismo, la seguridad alimentaria y el agua, para consolidar el papel de las radios comunitarias en esas áreas temáticas.

También el Objetivo 3 propone la **promoción de los derechos de las mujeres y equidad de género** como estrategia concreta, incluyendo formación, manuales de políticas de género y campañas de radiodifusión.

AMARC y el género / las mujeres

Ya que darles una voz a los grupos socialmente marginados es una prioridad del trabajo de AMARC, el tema de las mujeres y el género siempre ha formado parte de su agenda. No obstante, las mujeres profesionales de la radio han tenido que ejercer presión en repetidas ocasiones para hacer valer sus intereses y evitar que se reproduzcan las estructuras patriarcales de la sociedad en el seno de la organización.

La radio es una herramienta crucial para el empoderamiento de las mujeres, ya que es barata y fácil de usar. Además, es un medio que permite la participación de personas analfabetas, un hecho resaltado por la presentadora de la sesión extraordinaria dedicada a las mujeres en la primera conferencia de AMARC en 1983. Según ella, la radio dota a las mujeres de una voz, permitiéndoles vocalizar sus propios valores y brindándoles la rara ocasión de desarrollar sus propias capacidades y su potencial.

En la fiesta del 30 aniversario de AMARC, Laura Yaros, una activista radiofónica lesbiana, feminista y *queer* de la emisora comunitaria canadiense *Radio Centre-Ville* calificó los talleres para mujeres de la primera conferencia como una oportunidad sin precedentes de intercambiar experiencias con periodistas radiofónicas del mundo entero.

En la segunda conferencia de AMARC, celebrada en Vancouver en 1986, también se organizaron talleres destinadas especialmente a las mujeres, como por ejemplo seminarios sobre la música hecha por mujeres, mujeres productoras y colectivos radiofónicos de mujeres. Los debates resultantes revelaron la importancia que tenía para las periodistas radiofónicas el hecho de ser entrenadas por mujeres. Según ellas, las formaciones dirigidas por hombres solían ser muy teóricas y menos prácticas que las capacitaciones impartidas por mujeres. Además, muchas mujeres hablaron de su malestar en las reuniones dentro de sus emisoras donde a menudo se sentían ignoradas. En aquella época, las mujeres seguían siendo representadas en minoría en todos los aspectos de las radios comunitarias a nivel mundial. Las participantes del taller “Women’s Involvement in Decision-Making” sobre la inclusión de las mujeres en la toma de decisiones sugirieron a los/las organizadores/as utilizar la lista de participantes de la tercera conferencia de AMARC para establecer estadísticas sobre la participación de mujeres. La segunda conferencia originó la reivindicación de integrar a mujeres de diferentes culturas en todos los aspectos de la radio comunitaria en vez de dejar la programación general en manos de hombres y la programación para mujeres en manos de mujeres blancas. Éste fue también un punto crítico con respecto a los talleres, donde habían predominado las mujeres norteamericanas.

En vista de la tercera conferencia en Nicaragua en 1989 se elaboraron dos resoluciones:

- al menos el 50 % del comité encargado de la organización de la tercera conferencia de AMARC deberían ser mujeres
- un cuidado de niños/as eficiente y gratuito a disposición de todos/as los/las participantes

Durante los numerosos seminarios para periodistas radiofónicas organizados entre 2006 y 2008 en Jordania, Kenia, Marruecos, Malasia y Colombia se efectuó un sondeo que resultó, en 2008, en la publicación de un manual de herramientas para el empoderamiento de las mujeres y la buena gestión mediante la radio comunitaria (“*Women’s Empowerment and Good Governance through Community Radio*”, por su título en inglés). Este proceso ha posibilitado campañas radiofónicas a través de la red global de radios comunitarias siendo las dos campañas más grandes los “16 días de activismo contra la violencia de género” y las campañas con motivo del Día Internacional de la Mujer celebrado el 8 de marzo.

Entre otras cosas, los seminarios mostraron en qué medida las radios comunitarias acercan las mujeres a los procesos democratizadores y son capaces de contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Confirman que la participación y la inclusión de las mujeres son factores claves para desarrollar sociedades de la información verdaderamente democráticas.

WINGS

WINGS hizo su primera aparición en el mundo de las radios comunitarias entre la primera y la segunda conferencia de AMARC. Este Servicio de Noticias Internacional de Mujeres (WINGS, por sus siglas en inglés) es un programa radiofónico semanal de 30 minutos de duración, hecho por y dedicado a mujeres del mundo entero. WINGS prioriza las noticias y las contribuciones en torno a los acontecimientos actuales. Además, organiza formaciones para mujeres productoras de radios comunitarias. Aunque la red se da una imagen muy internacional, cabe mencionar que la mayoría de los/las reporteros/as y emisoras radiofónicas que emiten el programa son norteamericanos/as. Son las noticias que tienen un carácter internacional, no las personas que las producen. En su versión de 2013, la página web de WINGS indica que hay una emisora colaboradora en Latinoamérica, pero por el momento ninguna en el continente africano.

AMARC-WIN

AMARC-RIM, la Red Internacional de Mujeres de AMARC, fue fundada en 1992 como resultado de la quinta conferencia de AMARC en México. Está formada por Mujeres Comunicadoras que trabajan para asegurar el derecho de la Mujer a participar y comunicarse a través y dentro del movimiento de la Radio Comunitaria. La radio comunitaria es el instrumento clave para obtener una mayor participación de las mujeres en la toma de decisiones políticas.

También es un medio que debe ayudar a incluir a los hombres en el debate sobre los temas que afectan a las mujeres. Dado que las estructuras patriarcales se consideran como el problema principal, la necesidad de involucrar a los hombres en la búsqueda y puesta en práctica de posibles soluciones goza de un consenso general.

Las políticas de género de AMARC-RIM

Con motivo del Día Internacional de la Mujer de 2008, AMARC-RIM publicó un folleto con recomendaciones para un periodismo no estereotipado y con la intención de conseguir que más puestos directivos del sector mediático sean ocupados por mujeres. Así, se reanudan las reivindicaciones de la Plataforma de Acción de Pekín de 1995, y más concretamente la Sección J que recuerda a los/las periodistas su obligación de contribuir a lograr tres objetivos específicos:

- participación de las mujeres en los medios en general y en los puestos directivos en particular
- acceso de las mujeres a las TIC
- imagen equilibrada y no estereotipada de las mujeres en las noticias

AMARC-RIM exhorta a las radios comunitarias a convertir estos objetivos en prioridades absolutas, ya que forman parte de un movimiento social progresista y como tales deben iniciar y fortalecer lazos con el movimiento progresista de mujeres. Las políticas de género deben servir de herramientas para construir un mundo donde la igualdad de

hombres y mujeres sea realidad. La Asociación incita a todas las radios libres a fijar las siguientes políticas de género en sus estatutos.

Sección I: La representación de las mujeres en el aire

La representación de las mujeres debe reflejar su diversidad y no acentuar los roles estereotipados, sea en contenidos editoriales o en anuncios publicitarios. Ni mujeres ni hombres deben ser vistos como objetos, físicamente o de otra manera.

Sección II: El acceso de las mujeres a las ondas radiales

Las mujeres necesitan tener acceso a las ondas radiales en términos de su capacidad para hacer sus propios programas sobre temas políticos, sociales y de entretenimiento. Esto requiere un ambiente de apoyo y seguridad dentro y alrededor de la estación. Es imprescindible que haya una actitud positiva hacia la capacitación de las mujeres y que se les brinde la formación necesaria para que puedan crear sus propios programas.

Sección III: Las necesidades especiales de las minorías de mujeres

Deben ser creados espacios para mujeres que han enfrentado más de alguna forma de discriminación por parte de algún medio comercial o de estado. Esto incluye algunas medidas especiales para incluir mujeres con capacidades diferentes, las mujeres de minorías étnicas, con antecedentes indígenas o de castas y las mujeres de minorías transgéneros. Todas las personas han de tener acceso a las ondas radiales en su completa diversidad.

Sección IV: Representación de las mujeres en todos los niveles del manejo de la radio

AMARC-RIM propone una cuota de mujeres de un 30 % mínimo en la gerencia, la producción y la gerencia técnica. Las mujeres deben ser involucradas en todos los ámbitos: en la producción, la propiedad y en todas las instancias de toma de decisiones. Aunque la representación de las mujeres en las radios comunitarias suele ser mejor que en las radios comerciales o públicas, siguen siendo subrepresentadas.

Sección V: El uso de tecnología apropiada

Sigue habiendo una “brecha digital de género” por la que mujeres en todo el mundo sigan siendo excluidas de las nuevas TIC e incluso de las tecnologías tradicionales, como puede ser el funcionamiento de un estudio de radio. Por eso, AMARC-RIM propone la capacitación técnica dirigida por y para las mujeres y la inversión en tecnología apropiada.

Sección VI: Financiamiento y construcción de capacidades para las radios de mujeres

La construcción de capacidades es un componente importante para alcanzar paridad de género. Lo mismo vale para los profesionales de los medios. Por eso, debe haber una oferta permanente de cursos de educación y de formación continua tanto para mujeres como para hombres. Todas las participantes en la estación deberían participar en una capacitación sensible al género para que tanto hombres como mujeres sepan reconocer un comportamiento patriarcal e imágenes discriminatorias y desarrollar formas justas de género y no discriminatorias de reportar.

Las políticas de género de AMARC-RIM están disponibles para su descarga en 15 idiomas en su página web: <http://win.amarc.org/>

Crítica feminista sobre AMARC

Lucia Ruiz es colaboradora de la emisora española Radio Vallekas y fue representante de AMARC-RIM en Europa Occidental entre 2004 y 2012. En una entrevista, critica enérgicamente las estructuras y dinámicas de AMARC: según ella, la jerarquía dentro de AMARC es comparable a la de cualquier otra organización, el reparto de poderes entre los géneros no difiere de otros entornos y el trabajo de las mujeres es despreciado. Según Ruiz, el problema principal de AMARC reside en las prioridades económicas. Mientras haya dinero, se fomentan proyectos realizados para y por mujeres y se promueve la igualdad de género, al menos a nivel superficial. Pero en cuanto los recursos financieros se hacen escasos, como fue el caso en Europa a partir de 2008, los temas relacionados al género son despriorizados.

Lucia Ruiz nombra ejemplos concretos para ilustrar cómo la Asociación devalúa el trabajo feminista: en la conferencia de AMARC celebrada en febrero de 2007 en Dublín, una mesa redonda de AMARC-RIM se fijó a la hora de comer. Según Ruiz, los organizadores habrían asumido que los temas de mujeres se podían comentar durante las charlas de la comida.

La crítica de Ruiz se dirige específicamente contra la política de género de AMARC, reprochándole su hipocresía:

El género no sólo debería hablarse, sino también implementarse. Los presidentes creen que basta con mencionar un tema e incluirlo en los documentos. Nos usan a nosotras, las feministas, como decorado. Cuando llega el momento de cumplir nuestras reivindicaciones a veces incómodas, se oponen.

El Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC)

El PIDC es un foro multilateral de la UNESCO con el fin de impulsar el desarrollo de los medios en los países del Sur Global. Se propone incitar a la Comunidad Internacional a debatir sobre las áreas temáticas referentes. Según informa el PIDC, fomenta unos 1.500 proyectos en más de 140 países emergentes y en vías de desarrollo con un total de unos 100 millones de dólares americanos. En 2013, el PIDC apoyó 63 proyectos relacionados con los medios y el desarrollo, de los cuales 33 están situados en África o en el Magreb y 16 en Latinoamérica y en el Caribe.

El PIDC y el género

De un total de 110 proyectos provenientes del mundo entero que habían solicitado un fomento en 2010, 16 pretendían avanzar el desarrollo de género-democrático. 8 de ellos recibieron ayuda mientras que 8 fueron rechazados.

Las prioridades del PIDC

Promoción de la libertad de expresión y del pluralismo de los medios de comunicación

Una mayor participación de la ciudadanía en los procesos de toma de decisiones y su posibilidad de hacer valer sus derechos fundamentales requieren la libre circulación de la información. Para ello, los/las periodistas necesitan un entorno laboral seguro. El pluralismo mediático debe ser el resultado de la creación de medios desde la comunidad para dar una voz a los y las que no la tienen y promover la transparencia en a nivel local.

Formación de recursos humanos

La creación de capacidades profesionales en los medios de comunicación es un proceso continuo que contribuye a mejorar los conocimientos, las aptitudes y la conciencia de los profesionales de esos medios. En primer lugar, se quieren afianzar las capacidades de investigación de dichos/as profesionales y las capacidades de gestión de los/las directores/as. Desarrollar los establecimientos de educación en periodismo y facilitar la formación continua de los/las formadores/as es igualmente importante.

Favorecer nuevos caminos para relacionar los medios noticiosos tradicionales con las nuevas tendencias de la comunicación

Como respuesta al complejo y dinámico panorama mediático del siglo XXI, el PIDC quiere desempeñar un papel clave en la transición de los medios noticiosos analógicos a las nuevas vías de la comunicación más interrelacionadas y pluralistas. Los medios noticiosos no deberían ni podrían funcionar aislados de los avances del sector de la comunicación. Aunque se concentra sobre todo en el ámbito de las noticias, el PIDC también quiere potenciar el proceso de aprendizaje mutuo entre los diferentes campos del sector mediático.

La Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC)

La Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés) es una organización internacional que promueve la comunicación como un derecho humano básico y esencial para la dignidad de las personas y de la comunidad. Enraizada en la fe cristiana, la WACC trabaja con todos aquellos a quienes se les niega el derecho a la comunicación por su status, su identidad o su género. Defiende el pleno acceso a la información y la comunicación y promueve los medios de difusión abiertos y diversos. La WACC refuerza las redes de comunicadores para el avance de la paz, la comprensión y la justicia.

La organización fue fundada en 1950 durante la posguerra. En 1948, se instauró en EE UU un comité de medios eclesiástico. Las redes radiofónicas y televisivas en Europa fueron ampliadas. En los años 1980, se intensificó el trabajo en Corea, Brasil, India y Argentina. En 1984, se fundó un nuevo programa dedicado a las Mujeres y la Comunicación. La WACC jugó un papel clave en el debate sobre el derecho a la comunicación.

En 1988, volvió a publicar el *Informe MacBride* de 1980. Además, es cofundadora del *Proyecto de Monitoreo Global de Medios* (GMMP). Sus sedes principales se encuentran en Toronto (Canadá) y en Londres (Reino Unido). Hoy en día, la WACC fomenta proyectos en el mundo entero.

La Asociación fundamenta su trabajo sobre los siete Principios Cristianos de la Comunicación:

- La comunicación es un ejercicio espiritual
- La comunicación construye y crea comunidad
- La comunicación aumenta la participación
- La comunicación promueve libertad y exige responsabilidad
- La comunicación celebra la diversidad cultural
- La comunicación construye vínculos
- La comunicación afirma la justicia y desafía la injusticia

La WACC atribuye una enorme importancia a potenciar las voces de las mujeres. En su plan estratégico quinquenal que guiará su trabajo hasta 2016 figura el fomento de la participación de las mujeres. "Género y Comunicación" es un mayor campo de actividades de esta organización en cuyo marco se fomentan proyectos que contribuyen a cumplir los dos objetivos formulados en la Sección J de la Plataforma de Acción de Pekín.





III. LOS MEDIOS COMUNITARIOS: "TODOS SOMOS TESTIGOS, TODOS SOMOS PERIODISTAS"

Una radio comunitaria es una radio operada en la comunidad, para la comunidad, cerca de la comunidad y por la comunidad.

(UNESCO, 2002)

El discurso científico todavía no ha establecido una definición unánime de los "medios comunitarios" o del "periodismo comunitario". Esto se debe en parte al hecho de que existen pocos trabajos escritos dedicados a este tema. Además, el concepto de la "comunidad" es un concepto cultural con diferentes significados que varían según el contexto regional y cultural. Durante mucho tiempo, estos términos se usaban en el contexto de movimientos sociales o clandestinos o de análisis de los medios de comunicación, siendo entonces investigado de manera indirecta. Sin embargo, rara vez ha sido un objeto de investigación con valor propio. La historia de los medios ha ignorado mayoritariamente las contribuciones fuera de las tendencias generales.

- Para Bill Reader, el periodismo comunitario es comparable a **la base de un iceberg**: aunque representa la mayor parte de las actividades periodísticas a nivel mundial, no sale de la sombra de los medios de masa y sigue prácticamente ignorado por el gran público.

Reader y Hatcher sostienen que el periodismo comunitario está comprendido en todos los medios de comunicación. Según ellos, el arquetipo del medio comunitario – que, sin embargo, no representa la norma en absoluto – es el periódico de una ciudad pequeña. La mayoría de los grandes medios actúan a nivel comunitario, ya que muchas pequeñas empresas de periodistas situadas en comunidades étnicas, suburbios y nichos subculturales trabajan para un gran número de periódicos de las grandes ciudades.

El periodismo comunitario es sinónimo de lo que pasa en la base, siendo ésta un compuesto de numerosas comunidades. Éstas pueden ser definidas por vínculos geográficos, pertenencias étnicas, intereses profesionales y/o ideológicos u objetivos comunes – la comunidad se resume en un conglomerado de diferentes tipos de identidades que tienen algo en común. El periodismo forma parte de todos los aspectos de la cultura comunitaria: historia, economía, religión, conceptos de valores y opinión pública. La comunidad es un sujeto colectivo que es a la vez productor y consumidor de los me-

dios de comunicación. Los grandes medios tienen su público, pero carecen de una comunidad. Por otro lado, el público de los medios comunitarios es la comunidad misma.

- Kevin Howley proporciona un concepto más concreto de los medios comunitarios: los considera como **los medios de los grupos marginados** ignorados por los medios de masa. Hacen visibles las diferencias culturales, actuando como un importante contrapeso a los medios dominantes.

Los medios comunitarios proporcionan a las personas que viven al margen de la sociedad los instrumentos y posibilidades de contar sus propias historias con sus propias voces y en sus propias lenguas. Así, los medios comunitarios se convierten en una herramienta que protege y fortalece las identidades culturales a la vez que ponen en duda las noticias discriminatorias e impregnadas de prejuicios presentadas por los medios principales. Sin embargo, esto no quiere decir que se abran vías de comunicación a periodistas no profesionales. El objetivo consiste más bien en facilitar la comunicación directa dentro de la comunidad local, permitiendo a los grupos e individuos participar en el discurso público y convertirse en personas con capacidad de decisión.

- Soledad Sabrera Ortiz, experta en Ciencias de la Comunicación del Perú, prefiere hablar de **“medios alternativos”** para establecer un concepto opuesto a los medios dominantes. Según ella, los criterios democráticos, la participación y la formación pública representan las piedras angulares de los medios comunitarios.

Apunta que la diferencia más llamativa entre los medios comerciales o públicos y los medios comunitarios es el hecho de que estos últimos trabajan sin fines de lucro. Sirven a la sociedad con una clara misión: influenciar la opinión pública y crear un consenso a fin de fortalecer los procesos democráticos.

- Para la UNESCO, los medios comunitarios se definen a través de tres rasgos claves: **accesibilidad, participación y autogestión.**

Los medios comunitarios se desarrollan dentro de la comunidad, se manejan por la comunidad e informan sobre la comunidad. La **participación** es su rasgo principal que los distingue de otros tipos de medios. Los siguientes criterios definen un medio comunitario:

- sirve a una comunidad determinada
- estimula la democracia participativa
- a cada miembro de la comunidad le brinda la oportunidad de participar en los procesos comunicativos, la creación de programas, la gestión o la propiedad del medio
- su equipamiento técnico corresponde al presupuesto de la comunidad y no crea dependencia de recursos externos
- no es impulsado por intereses económicos sino por el bien de la comunidad
- trabaja bajo su propia responsabilidad y orientado a resultados

- Un miembro de AMARC ha descrito los medios comunitarios de la manera siguiente: *La radio comunitaria se define a través de tres rasgos: trabaja sin fines de lucro, pertenece a la comunidad y es controlada por ella, y se caracteriza por la participación de la comunidad.*

El uso del término “medios comunitarios” en el presente documento se refiere a la definición citada en el párrafo anterior y a los criterios establecidos por la UNESCO.

En primer lugar, se discutirán los medios desarrollados tanto por como para mujeres, y que abordan temas estereotipados o ignorados por los medios públicos y comerciales. La cuestión de la propiedad es un criterio decisivo para el presente estudio: sólo se denominan medios comunitarios aquellos medios que actúan independiente y libremente y no pertenecen ni al Estado ni a un grupo mediático privado.

¿Quién está detrás de los medios? – La cuestión de la “propiedad”

El término “medios comunitarios” inspira confianza, resulta familiar. Satisface una necesidad humana que los medios comerciales son incapaces de cubrir independientemente de la dimensión de su presupuesto: transmiten una sensación de comunidad e intimidad. Siendo muy conscientes de eso, muchos grupos mediáticos se otorgan esa denominación aunque no cumplen en modo alguno los criterios que se aplican a un medio comunitario. Existe entonces el riesgo de abusar del término “comunidad”, ya sea intencionada o no intencionadamente:

- Sobre todo los periódicos locales forman a menudo parte de grandes cadenas mediáticas. Son publicados por editores/as sin ningún vínculo local y redactados por periodistas autónomos/as que no se conocen entre ellos/as y apenas aparecen en las oficinas regionales. Así, es lógico que las necesidades de la comunidad a menudo pasen desapercibidas.
- En Sudáfrica, la empresa de radiotelevisión estatal *South African Broadcasting Corporation* fundó una emisora de radio “comunitaria” para crear un sentimiento de comunidad entre dos grupos de diferentes etnias. Pero a lo largo del tiempo se descubrió que la emisora no actuaba en beneficio de las comunidades sino como peón del gobierno.

Por esos motivos, no debe infravalorarse hasta qué punto la cuestión de la propiedad influye en el contenido y por lo tanto en la comunidad en cuestión. Es importante saber quién es el/la propietario/a de una emisora o de un periódico determinado, quién facilita los contenidos y en qué medida la cuestión de la propiedad es tratada con transparencia para averiguar qué intereses defiende el medio en cuestión.

Al mismo tiempo, hay que cuestionar la calidad de los programas de los medios comunitarios. Dado que en la mayoría de los casos son desarrollados por personas voluntarias y no profesionales, el cumplimiento de criterios profesionales como la objetividad

periodística, la autenticidad de los hechos o la corrección lingüística muchas veces no se controla. También las radios comunitarias defienden determinados intereses dependiendo de la región, comunidad o situación política en la que se encuentran y no están a salvo de una presentación desequilibrada y subjetiva.

Una breve historia de los medios comunitarios

Desde las alertas por la fiebre amarilla y las epidemias de viruela hasta los testimonios de las reacciones de las comunidades ante los catástrofes naturales, los medios han documentado y archivado las luchas y triunfos de sus pueblos, ciudades y vecindarios.

[Janice Hume, 2012]

Los orígenes del concepto del “periodismo comunitario” pueden documentarse a partir de los mediados del siglo XX. El comienzo lo marcó el periódico local, que formaba un nexo político, económico y cultural entre sus lectores y lectoras del mundo entero, ya fuera en Norteamérica, Sudamérica, África, Europa o Asia. Esto convierte los periódicos en una mina de informaciones sobre la historia de las comunidades y sus respectivos medios. Mientras que muchos programas radiofónicos y televisivos, así como las primeras publicaciones en Internet han ido desapareciendo a lo largo de las décadas, la prensa escrita todavía se conserva en hemerotecas.

Los pequeños periódicos facilitaron el debate público en torno a la libertad de prensa, la salud pública, las relaciones con la población indígena, los derechos de la mujer, la educación y la religión, sobre todo en el marco de los movimientos independistas del continente americano. Sobre esa base nació la reclamación de la independencia y de una nueva definición de la historia.

A partir de los años 1920, un nuevo medio empezó a hacer competencia a los periódicos locales: la radio. Poco después, en los años 1950, la televisión hizo su primera aparición. La radio comenzó como fenómeno local que en primer lugar abastecía a las comunidades de informaciones antes de centrarse también en ámbitos como la educación, la música y el arte y la cultura y el entretenimiento. Menos de una década después de haberse fundado en 1920 la primera emisora comercial que difundía programas con regularidad en Pittsburgh (EE UU), la radio se había convertido en un fenómeno internacional. Hasta hoy en día, la radiodifusión sonora sigue siendo una fuente esencial de informaciones importantes y actuales, que además de ser relativamente económica, alcanza una gran audiencia.

En determinadas regiones del mundo, como por ejemplo Sudamérica y África, la radio comunitaria es una de las vías más importantes de la llamada “comunicación *grassroot*”, es decir, una comunicación y un periodismo saliendo de la base de la sociedad. En Latinoamérica, la radio se utiliza para difundir y transmitir tradiciones, lenguas, música, recuerdos de la localidad y sabidurías. En Sudáfrica, las emisoras comunitarias sirven de herramientas para las protestas y de portavoces de los movimientos de oposición.

Los nuevos medios

Las oportunidades que Internet brinda para la comunicación dentro de y entre las sociedades dependen en primer lugar del reconocimiento de los derechos de aprovecharlas. Son un instrumento para que el pueblo reclame el marco político que les permita hacer valer esos derechos. (Julia Hoffmann, 2009)

Al igual que la radiodifusión por satélite, la aparición de Internet inició una nueva era de interactividad e interconexión. El nuevo paradigma tecnológico es el gran rasgo que caracteriza el siglo XX, habiendo desatado una revolución de la información y de la comunicación.

En los tiempos de Internet, el leer ha cedido el paso al comunicar. El reparto de poderes en la comunicación pública y la posición dominante de los/las periodistas profesionales comenzaron a ponerse en duda, al igual que el concepto tradicional de la libertad de expresión. En este sentido, Internet siempre ha sido una fuerza con un gran potencial revolucionario que ha creado nuevas formas de opinión pública y de flujos de información. Sin embargo, esa fuerza sólo se aprovecha si los usuarios/as disponen de las herramientas necesarias: el saber, la competencia y la tecnología adecuada.

Con la aparición de los nuevos medios, el carácter exclusivo de las infraestructuras de la comunicación se ha vuelto a convertir en el centro del debate. Sin embargo, nunca se han formulado directrices concretas. *La Digital Divide*, la brecha o división digital, que ha llevado a la instauración de la CMSI, es el resultado de las graves diferencias entre personas ricas y pobres en cuanto a su acceso a y su uso de las tecnologías de la información.

Según una estadística establecida en 2004, o sea, en el período entre las dos cumbres CMSI, menos de cada 3 de 100 habitantes del continente africano usaban Internet. A título de comparación: en el mismo año, la mitad de los/las habitantes de los países del G8 utilizaban Internet. Londres por sí sola albergaba más usuarios/as de Internet que todo Pakistán, mientras que un impresionante total de 30 países presentaba una tasa de uso de Internet por debajo del 1 %.

Desde 2009, en las radios y televisiones de los países de habla inglesa se habla mucho de las "cuatro A's": "any content, watched anytime, anywhere, on any device" (cualquier contenido consumido en cualquier momento, cualquier lugar y cualquier aparato).

Internet ha supuesto un salto de una década en cuanto a la fragmentación de la audiencia radiofónica y del público de la prensa escrita.

Las radios comunitarias y la web

Internet ha abierto nuevos caminos a la radio comunitaria. La mayoría de las emisoras la usan para intercambiar informaciones. Existen numerosas plataformas en las que se pueden intercambiar programas y sus materiales bajo una licencia Creative Commons. Además de la difusión por frecuencia, muchas estaciones de radio apuestan por la transmisión en vivo (*live streaming*) por Internet, algunas operando exclusivamente en la web, como por ejemplo la emisora costarricense *Radio Internacional Femenista (RIF)*. En general, el número de emisoras que operan por frecuencias está en retroceso.

La digitalización de la radio ha contribuido en gran medida a hacer el mundo radiofónico más pluralista. La radio digital que, a diferencia de la radio analógica, no se transmite por ondas sonoras sino por una señal digital, no solamente tiene una mejor calidad, sino también un mayor alcance. El espacio radioeléctrico ocupado por una emisora analógica podría recoger de cuatro a seis emisoras digitales, lo que significa más espacio para voces y grupos diferentes. No obstante, el potencial democratizador de esta posibilidad tecnológica depende del uso que se le da y de las regulaciones que los gobiernos imponen sobre ella.

Las posibilidades de hacer informaciones accesibles de varias maneras son enormes. Las nuevas tecnologías abren a las emisoras comunitarias nuevas vías de difusión, como por ejemplo:

- plataformas en línea para intercambiar archivos en formato de audio
- páginas web
- blogs
- podcasts
- software gratuito para la producción
- transmisión en vivo por Internet (live streams)
- redes sociales

Los medios comunitarios en Latinoamérica

¿Puede la radio generar transformaciones? Los más de 60 años de historia de radio comunitaria en el continente y las implicancias sociales de las mismas son una parte de la respuesta. Sí, puede. (AMARC ALC, 2011)

En el siglo XX, las radios se han convertido sin duda en las protagonistas más importantes del mundo de los medios alternativos en Latinoamérica. Durante mucho tiempo, *Radio Sutaneza* de Colombia fue considerada como la primera emisora comunitaria del continente. En 1947, el párroco del pueblo de Sutaneza tuvo una idea para luchar contra el número elevado de analfabetos/as: fundó las *Escuelas radiofónicas* y pasó a los anales de Sutaneza como el “profesor invisible” que había encontrado un uso alternativo para la “caja hablante”.

Sin embargo, estudios más recientes muestran que pocos meses antes, el 1 de mayo de 1947, *La Voz del Minero*, una emisora operada por un sindicato de mineros de Llallagua (Bolivia), había comenzado a estar en el aire, marcando el inicio de la era de las radios comunitarias en Latinoamérica. Por primera vez, una emisora no solamente difundía música, noticias y publicidad, sino también luchaba por los derechos y contra las condiciones laborales inhumanas de una parte marginada de la población.

En El Salvador, Cuba y Nicaragua, varias emisoras operadas por grupos rebeldes contribuyeron a las victorias de las respectivas revoluciones. Así, los programas de la emisora salvadoreña *Radio Venceremos* fueron escuchados por miles de seguidores, convirtiendo la revolución en un asunto de la base, o sea, involucrando al pueblo.

Salvo en Colombia, ya no existen conflictos armados abiertos en Latinoamérica. No obstante, las radios comunitarias siguen contribuyendo a la democratización de los

derechos a la comunicación. Cuando en los años 1970 y 80 las dictaduras se fueron desmontando paulatinamente, las radios jugaron un papel clave a la hora de analizar el pasado, reconquistar la libertad pública y empoderar a las mujeres. Han mantenido vivas lenguas al borde de la extinción y facilitado la comunicación en el caso de catástrofes naturales.

Hoy en día, el desafío para las emisoras comunitarias de Latinoamérica reside en la lucha por las frecuencias y en la falta de recursos financieros. Las frecuencias radiofónicas y televisivas se ven dominadas por el monopolio de los medios comerciales. A menudo, las frecuencias son distribuidas en función de favores políticos, soborno o por comercio ilegítimo. Las regulaciones difieren de un país a otro. En Uruguay y Argentina por ejemplo, la ley prescribe que ciertas frecuencias quedan reservadas a los medios comunitarios. En Ecuador, sólo el 0,2 % de las frecuencias pertenecen a las radios comunitarias. Por otro lado, Bolivia promulgó una ley en 2011 que otorga un 33 % de las frecuencias a las emisoras privadas, otro 33 % a las públicas y el 34 % restante a las emisoras comunitarias. También Colombia dispone de leyes que regulan la otorgación de frecuencias a emisoras libres. Sin embargo, junto con Chile y Brasil, tiene las restricciones más rígidas para las emisoras libres. En la capital colombiana Bogotá se han otorgado siete licencias a emisoras comunitarias, pero con alcances muy reducidos.

Internet ha contribuido en gran medida a la extraordinaria interconexión de las emisoras comunitarias de Latinoamérica. *Radio Internacional Femenista* por ejemplo difunde reportajes en español provenientes de toda Latinoamérica mediante *livestream* (transmisión en vivo) por Internet. En su plataforma en línea, la *Radioteca* ecuatoriana pone a disposición programas sobre temas sociales de lo más variado bajo una licencia Creative Commons. Más de 4.000 miembros intercambian sus contenidos y programas en esta página web.

En Centroamérica, se han juntado unas 20 emisoras comunitarias para formar la *Red de Migración*, que colabora con organizaciones migratorias. Las emisoras acompañan a los migrantes en su peligrosísimo camino hacia Norteamérica, facilitándoles consejos prácticos en cuanto a la ruta, la seguridad y el abastecimiento médico.

Los medios comunitarios en África

¿Cómo puede participar la radio en crear una cultura democrática que capacite a la población a asumir la responsabilidad por la gestión a nivel político, económico y nacional? La radio, el nuevo "Árbol del Habla", es capaz de reavivar una tradición fundamental, a saber, la tradición de la expresión oral según la cual el hablar crea los lazos entre los pueblos.

(Eugénie Aw, ex-presidenta de AMARC, 1995)

También en África, la radio es una protagonista especial en una escena mediática caracterizada por su variedad. Hay medios que pertenecen a empresarios locales, medios estatales, emisoras operadas por organizaciones sin ánimo de lucro, grupos religiosos o grandes empresas. En África Occidental, sobre todo en los países de habla francesa, muchos medios comerciales se definen a sí mismos como "medios comunitarios".

A diferencia de Latinoamérica, la radio comunitaria de África no ha surgido de los mo-

vimientos sociales, sino fue iniciada por la ONU. El primer proyecto radiofónico se lanzó en 1964 en un total de 40 pueblos de Ghana, Zambia, Malaui y Nigeria. Los pueblos recibieron ayudas de la UNESCO y de Canadá para fundar grupos radiofónicos – no para difundir ni producir programas de radio, sino para escuchar la radio juntos y, a continuación, debatir sobre las emisiones. Estos clubs radiofónicos fueron un paso hacia la participación. Al poco tiempo, los grupos empezaron a producir sus primeros programas propios. En 1973, el número de los llamados *Radio Listening Clubs* (por su denominación en inglés) ya había aumentado a 400. Sin embargo, se criticaba que en vez de representar realmente las voces de los/las granjeros/as y de la población, ese tipo de radio rural actuaba bajo control del gobierno.

En 1982 en Kenia, se fundó la estación radiofónica *Homa Bay Community Radio Station*. El objetivo de ese proyecto consistía en descentralizar las estructuras y la planificación de programas, además de acumular experiencias en el uso de tecnologías radiofónicas baratas. *Homa Bay Radio* fue una iniciativa conjunta del gobierno keniano y de la UNESCO. Ya en 1984, el proyecto llegó a su fin.

Desde los años 1980, el movimiento de radios comunitarias ha experimentado un crecimiento extremadamente rápido. Existen redes nacionales en Burkina Faso, Kenia, Malí y Sudáfrica, entre otros. En muchos otros países africanos se fundaron emisoras comunitarias. Incluso se formaron redes transnacionales. En 1990, el CIERRO (*Centro Inter-africano de Estudios de la Radio Rural en Ouagadougou*) y AMARC publicaron un estudio sobre la situación actual de la radio comunitaria, que llevó a la idea de crear AMARC-África. En 1991, se desarrolló una conferencia preparatoria en Benín, donde más tarde se celebraría también la primera conferencia pan-africana bajo el título *Ondas para una África pluralista*. Finalmente, en 1995, tuvo lugar la primera reunión de AMARC-África en Dakar (Senegal). En 1997, hubo otra conferencia en Johannesburgo (Sudáfrica) en la que participaron unas 150 personas de más de 20 países africanos.

Las emisoras comunitarias juegan un papel crucial para el desarrollo democrático. Sin embargo, muchas veces disponen de recursos mínimos para realizar sus programas. La mayoría de las personas que colaboran lo hacen sin sueldo. Para muchas de ellas, este trabajo no pagado es el único que tienen o pueden tener. Se ha convertido en una tendencia que los/las periodistas adquieran práctica y conocimientos trabajando para una emisora comunitaria, pasando a continuación a trabajar para medios comerciales. De esta forma, el sector comunitario educa y forma periodistas profesionales para el sector comercial.

Las iglesias católica y evangélica también son protagonistas importantes de la radio comunitaria en África. Algunas emisoras eclesíásticas trabajan con alta participación de la comunidad. Por un lado, eso potencia el desarrollo de la comunidad. Por otro lado, ciertos temas, como el aborto, la contracepción y las imágenes de los sexos y de sus respectivos papeles pueden ser influenciados por las ideologías religiosas.

A pesar de su desarrollo positivo, África está lejos de la igualdad de género a nivel radiofónico y tecnológico. A pesar de ser un medio relativamente barato y fácilmente accesible, la radio es escuchada y hecha por muchos más hombres que mujeres. Iniciativas como Mama FM, una estación radiofónica ugandesa exclusivamente operada por mujeres, o Manoré FM en Senegal intentan contrarrestar ese desequilibrio.





IV. EJEMPLOS DE LA (AUTO)ORGANIZACIÓN DE LOS MEDIOS

El movimiento feminista es consciente del papel decisivo que los medios de comunicación, sobre todo los medios comunitarios, desempeñan en la organización de una sociedad. Ya a finales de los años 1940, cuando se fabricaron las primeras radios de transistores, los grupos de mujeres empezaron a utilizar este medio activamente para abordar temas como la sexualidad y los derechos de la mujer. A lo largo de los años, numerosas organizaciones de mujeres en diferentes países han descubierto los medios comunitarios, sobre todo la radio e Internet, como herramienta para promocionar sus temas y anhelos.

La participación de la sociedad civil en los procesos políticos depende en gran medida de cómo los medios informan de los acontecimientos políticos y los interpretan. Los medios mismos son capaces de influenciar los procesos políticos y de manipular a la opinión pública. Mientras la población no sea más que una consumidora colectiva de los medios, su participación en los procesos gubernamentales será mínima. Sin embargo, el acceso a y el control sobre los medios aumenta sus posibilidades de participar en los procesos políticos. Al igual que otros grupos marginados, las mujeres tienen menos acceso a los medios y, por consiguiente, a los procesos de toma de decisiones. Por eso, es fundamental que las mujeres conozcan sus posibilidades de participar en los medios de comunicación.

La **radio comunitaria** tiene el poder de dotar a las mujeres de una voz. A través de las ondas, pueden exigir la rendición de cuentas de gobiernos e instituciones, convirtiéndose en protagonistas integradas y transparentes que influyen en el desarrollo político. Internet abre a las mujeres nuevas vías de difundir sus temas, ideas y visiones. Pueden subir **videos** rodados por ellas mismas y cortados con un software gratuito a plataformas donde alcanzan una amplia audiencia. Las organizaciones que combaten la violencia de género utilizan esta herramienta para visualizar, en el más amplio sentido de la palabra, los abusos y las violaciones de derechos humanos.

Las feministas del mundo entero aprovechan la libertad de Internet de no depender de la buena voluntad de un/a editor/a, las cifras de venta o las tasas de audiencia: mediante los **blogs**, critican los sistemas patriarcales, remiten a sus homólogas y tejen amplias redes transcontinentales entre los movimientos feministas.

La siguiente parte del presente estudio presenta seis estrategias que mujeres de Centroamérica y de África Austral aplican para difundir sus temas, mensajes e ideas visionarias. En función de las circunstancias políticas y sociales en los respectivos países, tanto las personas individuales como las organizaciones de mujeres han desarrollado herramientas para potenciar los derechos de la mujer y reclamar su derecho a la comunicación. Las estrategias que serán presentadas en las siguientes páginas han demostrado su eficacia durante muchos años y muestran que la participación en los medios ocupa y debe ocupar un lugar preponderante en la labor de todos/as cuantos/as trabajen para el feminismo, los derechos humanos y la política.

El orden en el que se presentan los ejemplos de buenas prácticas sigue la clasificación de la libertad de prensa 2013 establecida por Reporteros Sin Fronteras (RSF) con el fin de clasificar las distintas regiones sin preferencias. El grado de libertad de prensa es un indicador de la situación política en los respectivos países y define las estrategias que pueden y/o deben ser aplicadas y las condiciones en las mujeres y sus respectivas organizaciones realizan su trabajo. Naturalmente, esto no significa que ciertas estrategias sólo valgan para los países nombrados – es al contrario, son más bien posibilidades que pueden ser adaptadas a cualquier región, contexto cultural y entorno político y mediático.

Para examinar cada estrategia en su contexto, se ofrece primero una visión general del sector mediático y del estado actual de los derechos humanos de las mujeres en el país en cuestión. A continuación, una o dos activistas mediáticas informan de primera mano sobre su estrategia, sus ideas visionarias y su trabajo.

Emplear la fantasía y la creatividad

País:	COSTA RICA
Libertad de Prensa 2013:	Mundial: Puesto 18, Latinoamérica: Puesto 1
Ejemplo de buenas prácticas:	La radionovela
Estrategia:	La fantasía y la creatividad
Persona entrevistada:	Seidy Salas Viquez, capacitadora de radionovelas

Coloquialmente, se refiere a Costa Rica como la „Suiza latinoamericana“. Su red de protección social es la más estable de toda la región, no tiene ejército y figura entre los países con mayor esperanza de vida de su continente.

Los medios de comunicación

Según RSF, Costa Rica ocupa el puesto 18 en la clasificación mundial de la libertad de prensa 2013 y el lugar número 1 entre los países latinoamericanos. Aunque la libertad de prensa y de opinión está fijada en la Constitución, Amnistía Internacional (AI) informa que los ataques contra ella y contra la vida de los/las periodistas se producen con regularidad.

En Costa Rica, hay una empresa mediática de derecho público con un canal de televisión, *Canal 13*, y una emisora radiofónica, *Radio Nacional*. El número de radios comunitarias es más bien escaso. Existe una emisora radiofónica religiosa relativamente importante, *Radio Faro del Caribe*, allegada a la iglesia católica.

El mundo mediático de Costa Rica se compone sobre todo de medios comerciales que pertenecen a unos pocos consorcios, algunos de ellos extranjeros, considerados como de derechas. Los grupos *Repretel* y *Teletica* reúnen un 62 % de la audiencia televisiva en Costa Rica.

La mayoría de las emisoras radiofónicas costarricenses son asociadas a la *Camara Nacional de Radio* ("Canara"). Es la única organización autorizada a regular y controlar anuncios en las emisoras y de realizar análisis de audiencia. En virtud de una ley datando de 1945, cualquier emisora que quiere financiarse mediante los anuncios tiene que hacerse miembro de la Canara. La ley se considera como anticuada, ya que no admite otras formas de radiodifusión privada. Teniendo la fama de ser conservadora y de derechas, la *Canara* tiene que enfrentarse a críticas con regularidad.

Existen muy pocas radios comunitarias o emisoras alternativas costarricenses. A continuación de un encuentro en 2009 organizado con la intención de crear redes, se han formado redes como la *Red de Medios e Iniciativas de Comunicación Alternativa de Costa Rica* (*Red MICA*) que cuenta con unos 30 miembros - medios, personas particulares y organizaciones.

En Costa Rica, no hay emisoras radiofónicas explícitamente feministas, pero existen emisoras alternativas que emiten programas feministas. *Radio Internacional Feminista (RIF)* es una red de radios internacional fundada en Costa Rica cuyos miembros vienen sobre todo de Centroamérica. Sin embargo, sólo emite en línea y no mediante las frecuencias y se ha visto obligada a limitar sus actividades en los últimos años por falta de recursos financieros.

La emisora radiofónica de la *Universidad Nacional* figura entre las emisoras no comerciales, pero no es una emisora comunitaria. Se puede considerar más bien como una radio pública. Como emisora de la universidad estatal, está comprometida con las estructuras científicas y académicas. No se financia con anuncios sino mediante los fondos públicos de la universidad.

Los derechos humanos de las mujeres

La violencia doméstica e intrafamiliar forman parte de los problemas más graves en el marco del machismo tradicional. En 2000, se registraron 25 casos de femicidio. La violencia doméstica está penada desde 1997. Entre 1997 y 2007, el *Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU)* ha contado 194 casos de mujeres asesinadas por su respectiva

pareja en los que los autores de los delitos salieron impunes. En 2007, la ley fue ampliada para cubrir también la violencia psicológica y contra la propiedad. Desde entonces, el feminicidio está penado con 35 años de prisión, la violencia sexual con 18 años. También son penalizadas la violencia emocional y verbal. Esta reforma es un logro sin precedentes del movimiento feminista, que había luchado durante más de 10 años para conseguirla.

La radionovela

Estrategia: Abordar los temas difíciles con creatividad y fantasía para hacerlos accesibles al público

La radionovela emplea los géneros de la *ficción* y de la *fantasía* para abordar temas actuales o socialmente relevantes. Sobre todo para los/las colaboradores/as de ONGs u organizaciones de defensa de los derechos humanos, que se enfrentan diariamente a las violaciones de esos derechos, a la discriminación, la violencia y la muerte, la radionovela es una manera constructiva de abordar áreas temáticas negativas y acercarlas al público.

La radionovela puede ser una historia completamente ficticia en la que la trama y los personajes se basan en circunstancias reales. El final puede ser utópico o realista – dependiendo de las sensaciones que la creadora de la historia quiere provocar en sus oyentes. También puede tratarse de la adaptación de un texto literario. A título de ejemplo, cuentos cortos redactados por mujeres podrían ser puestos en música o modificados. También se podría utilizar el hilo narrativo de una novela conocida, dotándolo de una nueva interpretación y/o elementos feministas.

Otra posibilidad es la de integrar los testimonios de mujeres „reales” en un radioteatro, donde aparecen como personajes ficticios, pero contando sus propias historias con sus propias voces.

"Tener el coraje de imaginar un mundo diferente"

Entrevista con Seidy Salas Viquez, capacitadora de radionovelas

- Colaboradora de Colectiva por el Derecho a Decidir
- Periodista en Radio Universidad, emisora de la Universidad Nacional de Costa Rica
- Desde hace cinco años, capacitadora de radionovelas

¿Como concilia el trabajo feminista con el trabajo radiofónico?

Para mí, la radio es el medio más poderoso. Tiene el poder de superar los límites generados por el acceso desigual a la formación. Apenas hace falta dinero ni aparatos tecnológicamente sofisticados para escuchar o hacer la radio. Sobre todo para las mujeres que trabajan en casa, la radio supone un contacto insustituible con el mundo exterior. Es el único medio que pueden consumir sin interrumpir su trabajo. La televisión no permite eso.

¿Por qué ha optado precisamente por el formato de la "radionovela"?

Muchas veces, las feministas estamos muy rabiosas y hartas – y con razón. Pero no nos viene bien el enfadarnos continuamente con el sistema – a veces nos olvidamos de disfrutar de la vida. Queremos transmitir nuestros mensajes sobre todo a aquellas personas que no comparten nuestra rabia y muchas veces, nuestro enfado hace que precisamente allí nuestros mensajes caigan en saco roto. Así que tenemos que buscar la manera de llegar a aquellas personas que están hartas de las malas noticias, aquellas que no quieren tener la sensación de que les echamos un sermón. Para transmitirles nuestros mensajes, tenemos que apostar por el entretenimiento, porque promete emociones y no amenaza. La radionovela nos permite precisamente eso: contar historias de amor, horror y tensión – pero siempre impregnadas con nuestros mensajes. Así, llegamos a muchas personas que normalmente no nos escucharían.

¿Detecta estereotipos en las radionovelas creadas en sus talleres?

Sí, eso pasa de vez en cuando. Las primeras historias que se elaboran suelen ser llenas de tópicos, sobre todo de los clichés que vemos en la televisión. Al fin y al cabo, somos también un producto de la sociedad patriarcal, está dentro de nosotras. Incluso las feministas no podemos evitar que esto impregne nuestro comportamiento en nuestras relaciones y maneras de contar historias. De repente, nos damos cuenta de que, "Vaya, mi protagonista femenina no para de llorar", "mi mujer protagonista es demasiado dependiente", o "mi historia de amor es tradicional y romántica". Cuando vemos esas cosas, cambiamos la historia. Nosotras tenemos la ventaja de tener un fondo feminista que nos hace detectar esos estereotipos con ojo experto. Reflexionamos sobre la historia y la adaptamos, así que en vez de la mujer será el hombre quien llora. O se termina una relación, pero sin hacer infeliz a nadie - dos personas se separan amistosamente. El público se sorprenderá y así podemos romper los esquemas.

¿Cómo reacciona Usted como capacitadora ante los tópicos reproducidos por los/ las participantes?

Los talleres nos brindan la oportunidad de poner en duda las historias. Es un trabajo colectivo, uno que se realiza en conjunto. Todos/as tienen derecho a criticar. Durante un taller sobre el tema de los medios que impartí en Viena, por ejemplo, un grupo elaboró una historia sobre trabajadoras de maquila en la República Dominicana. La trama se centró en una pulsera mágica. Al final, parecía que esa pulsera encantada era la solución al problema.

Entonces les dije a las participantes: "Imagínense que una trabajadora de maquila con los mismos problemas que su protagonista llega a escuchar esta radionovela. Ella no tiene pulsera mágica. ¿Qué pensará? ¿Qué haría ella para resolver el problema?" Las participantes comprendieron el problema y cambiaron el final de la historia. La solución al problema ya no era la pulsera, sino la autoorganización de las trabajadoras.

Muchas radionovelas tienen carácter de cuentos. Los elementos tradicionales ¿juegan un papel importante?

Sí, un papel importantísimo. Crear una radionovela no sólo es un trabajo creativo, sino también político. Tiene mucho que ver con la identidad. La identidad se compone de los elementos que nos ayudan a comprender quiénes somos. Por supuesto, existen tra-

diciones supresoras que a nosotras las feministas nos resultan problemáticas. Pero también hay muchas que no son así. Somos capaces de seleccionar. Yo puedo escoger las tradiciones de mi pueblo con las que he crecido y de las que guardo un buen recuerdo. Puedo integrar los relatos que contaba mi abuela y darles vida. Puedo elegir lo que más me gusta de mi familia, mi cultura, mi país. Fiestas, canciones, historias... todas ellas son elementos creadores de la identidad. Y siendo creadoras de radionovelas, nosotras podemos inyectarles una parte de nuestra identidad.

En los talleres ¿también se abordan temas tabúes?

Sí, eso pasa mucho. Una vez trabajé con jóvenes indígenas. Crearon una historia sobre cómo elegir un novio o una novia. En esa comunidad, los/las jóvenes no pueden escoger su pareja –los padres se encargan de ello. Y eso que niquiera es cuestión de casarse, sino de flirteos inocentes entre personas jóvenes. Resulta que es un gran problema para todos/as, pero que nadie habla de ello.

A menudo se cuentan historias de violencia, abuso, alcoholismo, aborto tras una violación... suelen ser temas difíciles porque trabajo casi siempre con personas de entornos sociales complicados.

Su trabajo ¿tiene un componente terapéutico?

Me gusta la idea de que lo tenga. El reconocer que podemos estar llenas de fantasía y creatividad y emplear nuestra fuerza imaginativa ya es terapéutico de por sí.

¿Cuál es su mayor deseo, tanto con respecto a su trabajo feminista como a su trabajo mediático?

Lo que más me importa es el cambio cultural. El patriarcado está en nuestras mentes. Está en el sistema, en el entretenimiento... por eso, creo que tenemos que trabajar con más intensidad en el ámbito cultural. Nuestro mensaje tiene que llegar a más personas para que más personas pongan en duda su manera de ser y se den cuenta de que no vivimos en un mundo idóneo. Espero que mi trabajo contribuya al cambio cultural.

¿Qué mensaje quiere transmitir a sus oyentes?

Nunca debemos dejar de poner las cosas en duda o ceder de la búsqueda de la verdad. Cuando escuchamos algo, tenemos que preguntarnos inmediatamente: ¿es realmente así? Debemos tener el valor de imaginarnos qué y cómo las cosas podrían ser diferentes. Debemos tener el coraje de imaginarnos que un mundo diferente es posible.

Trabajo pionero a nivel regional

País:	NAMIBIA
Libertad de prensa 2013:	Mundial: Puesto 19, Afrika: Rang 1
Ejemplo de buenas prácticas:	Sister Namibia
Estrategia:	Concienciación en y desde la base
Persona entrevistada:	Laura Sasman, Directora

Situada en la costa sudoeste de África, Namibia se caracteriza por una muy baja densidad de población. En el siglo XIX, el país se quedó bajo dominio alemán, pasando después a las manos de Sudáfrica. Desde su independencia en 1990, Namibia es considerado como un país pacífico y estable.

Los medios de comunicación

Tanto los medios y como las organizaciones occidentales y africanos elogian a Namibia por ser el país con la mayor libertad mediática del continente africano. En la clasificación de la libertad de prensa, Namibia ocupa la posición 19, representando así el país con la mayor libertad de prensa de toda África desde 2010. Según el informe correspondiente, la libertad de prensa en Namibia es “excelente”, superando a países como Reino Unido y Japón.

Namibia tiene una sola emisora estatal, NBC, que cubre radio y televisión. Además, existen una emisora televisiva privada, unas 20 emisoras radiofónicas privadas y comunitarias y una estación radiofónica privada con vocación religiosa.

En 1991, se formuló la *Declaración de Windhoek*, considerada como punto de inflexión para los medios africanos. Allánó el camino para la introducción del *Día Mundial de la Libertad de Prensa* por la Asamblea General de la ONU, que se celebra cada año el 3 de mayo. El *Instituto de Medios de Comunicación de África Austral* (MISA, por sus siglas en inglés) lleva a cabo análisis periódicos del mundo mediático de Namibia y pone en duda la evaluación de RSF, apuntando que a pesar de la ausencia de una censura estatal es común la autocensura a nivel personal. Sobre todo los/las colaboradores/es de la revista estatal y de la emisora pública NBC trabajan “con las tijeras en la cabeza”. El Instituto critica además una falta de competencia y pasión de los/las periodistas, y que en vez de criticar el poder, muchos/as presentadores/as de la radio y la televisión se ven más bien como animadores/as.

Los medios de comunicación

AI informa que hay discriminación contra mujeres y niños/as en Namibia. Se trata ante todo de casos de violencia sexual, a veces en el marco de rituales tradicionales. El informe anual de AI para el año 2013 habla además de numerosas mujeres asesinadas por sus parejas. A pesar de estar prohibidos por la ley, se practican la prostitución y el matrimonio infantil.

Sister Namibia

Estrategia: Los temas referentes a las mujeres se hacen accesibles a todos los estratos sociales al ser presentados de modo fácilmente comprensible y a nivel local

La organización

Sister Namibia es una organización feminista sin fines de lucro que aboga por los derechos de la mujer. Está situada en Windhoek y fue fundada por el colectivo "Sister" en 1989, un año antes de que el país se hiciera independiente. El colectivo fue compuesto por diez mujeres negras y blancas - periodistas, trabajadoras sociales y profesoras. La organización aprovecha los medios activamente para crear conciencia sobre los temas que afectan a las mujeres africanas, con la intención de animar a éstas a tomar decisiones propias y libres. La organización quiere abrir nuevas perspectivas feministas mediante la formación, información y acción colectiva.

Desde los comienzos de la organización, la homofobia ha sido uno de los temas prioritarios de Sister Namibia, que fue la primera ONG de Namibia a defender públicamente los derechos de las mujeres lesbianas. Debido a las abiertas reivindicaciones y al abordamiento de los temas queer, se incrementaron los ataques contra la organización. A mediados de los años 1990, la tendencia general contra los/las homosexuales en su país fronterizo Zimbabwe se extendió a Namibia. Cuando los gobiernos de aquel entonces lanzaron llamadas para la detención y la eliminación de las lesbianas y los gays, muchas personas afectadas se dirigieron a Sister Namibia. Finalmente, en 1997, nació la iniciativa Rainbow Project (proyecto arcoiris): la primera organización del país que abogaba explícitamente por las personas homosexuales y transgénero.

La concienciación con respecto a los derechos sexuales es otra prioridad de Sister Namibia. En 2007, se lanzó una campaña sobre los derechos sexuales (*Sexual Rights Campaign*) para informar a las mujeres sobre sus derechos sexuales y las prácticas culturales que van en contra de ellos. Estas prácticas incluyen los ritos de iniciación, la poligamia, la transmisión por herencia de las viudas, al igual que el llamado "sexo en seco" (dry sex) para cuyo fin las mujeres se secan la vagina con un polvo de hierbas para aumentar el placer del hombre. La campaña también se refiere a temas como el VIH y el SIDA. Quiere transmitir el mensaje que las mujeres tienen derecho a ser individuos sexualmente activos con necesidades que pueden expresar abiertamente. Así, se pretende desmontar el tabú que supone para ellas el hablar sobre su propio cuerpo.

El trabajo mediático

La organización siempre ha querido fortalecer la autoconfianza de las mujeres y darles una voz en la construcción de una sociedad democrática poscolonial. Desde el principio, su trabajo incluía la publicación trimestral de una revista del mismo nombre con el objetivo declarado de contrarrestar activamente la discriminación heterosexista. Las primeras ediciones se dedicaron a la falta de viviendas, embarazos en adolescentes, reformas de tierra y discriminación por las leyes.

Actualmente la revista presenta sobre todo a hombres y mujeres, niños/niñas y organizaciones que ponen en duda las estructuras convencionales del género y de la sexualidad. La revista es publicada en inglés, afrikaans y oshivambo. Los temas prioritarios siguen siendo la violación, la violencia de género, el patriarcado y la misoginia en general.

Además de su revista, Sister Namibia usa Internet para difundir su mensaje. Está presente en Facebook y opera un blog. Entre otras cosas, el blog reacciona a comentarios que se han hecho sobre contenidos publicados en Facebook y habla sobre temas que conmueven la opinión pública y los comenta desde una perspectiva feminista. Se trata de un blog claramente subjetivo, la autora mencionando una y otra vez sus propios sentimientos con respecto a determinados temas o acontecimientos. También incluye referencias a la revista o al perfil de Facebook. Desde 1999, la organización también ha utilizado la radio comunitaria local "Katutura Community Radio" para divulgar sus temas a nivel mediático.

En 2009, la organización inauguró su segunda oficina, situada en Ongwediva en el norte de Namibia. Organiza debates públicos sobre la cultura, el feminismo, el VIH y SIDA, así como el género y la sexualidad sobre la base de los artículos de la revista. Así se forma una simbiosis: para las mujeres en Ongwediva, esos encuentros son una plataforma pública segura que les permite hablar sobre temas de la vida cotidiana. Al mismo tiempo, los/las colaboradores/as de Sister Namibia conocen cuál es la acogida sobre determinados artículos y llegan a saber cuáles son los temas deseados por los/las lectores/as. La campaña "50/50" para aumentar las cuotas de mujeres en los altos puestos políticos es un auténtico hito en la historia de la organización. Se realizó en el período entre dos elecciones a la Asamblea Nacional, a saber, entre 1999 y 2004, y fue una de las primeras campañas de este tipo en el continente africano.

"Queremos ser una voz crítica"

Entrevista con Laura Sasman, Directora de Sister Namibia

Usted fue cofundadora de Sister Namibia. ¿Por qué motivos?

Le doy la misma respuesta que probablemente le darían todas nuestras periodistas: los medios africanos han sido y siguen siendo dominados por hombres. Los temas que afectan a las mujeres no son abordados en absoluto o de una manera muy estereotipada. La perspectiva femenina no está bien representada. Las mujeres suelen ser representadas como víctimas o madres cariñosas. Ni siquiera existe otra perspectiva. Nuestra revista trata los temas desde una perspectiva de género. Queremos ser una voz crítica.

¿A qué audiencia se dirigen?

Naturalmente, nos dirigimos ante todo a chicas y mujeres. Muchas de nuestras lectoras vienen de los estratos sociales subprivilegiados. Les es imposible salir a comprarse la revista, así que nosotras vamos a las zonas donde viven y se la regalamos. Nuestra revista se lee en zonas urbanas, en zonas pobres y también en Kavango, una región muy remota. También hay hombres que leen nuestra revista. Incluso tenemos lectores/as a nivel internacional, aunque su número es bastante reducido.

¿Cómo aseguran la financiación de la revista?

La revista subsiste exclusivamente sobre la base de donaciones. No podemos pedirles dinero a nuestras lectoras. Sacamos cuatro ediciones anuales, o sea, unos 24.000 ejemplares. Muchos de ellos se dan a bibliotecas y archivos.

*¿Quién produce la revista *Sister Namibia*?*

Somos dos redactoras y tenemos muchísimo trabajo. Nos encargamos de todos los asuntos pendientes. La revista no paga mucho a sus empleadas, no tenemos otra opción. Muchas veces, trabajamos con chicas en prácticas.

¿Cuál es su tarea principal en estos momentos?

Intentamos ser más activas en las redes sociales. Ahora mismo trabajamos en la mejora de nuestra página web. También intensificamos nuestra presencia en Facebook e intentamos actualizar nuestro blog con regularidad. Por cierto, *Sister Namibia* es la única revista popular de toda África – todas las demás son publicaciones académicas.

Redes transnacionales de ciencia y trabajo de base

País:	SÜDAFRICA
Libertad de prensa 2013:	Mundial: Puesto 52
Ejemplo de buenas prácticas:	Gender Links
Estrategia:	Realizar un trabajo periodístico sobre datos y contenidos complejos y difundirlos a través de la prensa
Persona entrevistada:	Gladness Hemedi Munuo, mediadora regional

Sudáfrica es sinónimo de diversidad y contrastes. Cuenta con 11 lenguas oficiales y es considerada como la gran potencia africana. Aunque su economía es la más potente del continente africano, la pobreza extrema y altas tasas de delincuencia y de desempleo están muy extendidas.

Sudáfrica sigue luchando contra las secuelas del apartheid, introducido por el gobierno blanco en 1948. La distribución de las tierras es uno de los temas predominantes del país – la mayor parte de las tierras arables sigue en manos de la población blanca. Hasta 2014, el gobierno quiere haber devuelto el 30 % de los territorios a la población negra.

Los medios de comunicación

En la clasificación de la libertad de prensa de 2013, Sudáfrica se sitúa en el puesto 52, habiendo perdido 10 puestos en comparación con el año anterior.

En general, se respeta la libertad de prensa establecida por la Constitución y hay pocos indicios de represalias contra periodistas. En la actualidad, la empresa de radiotelevisión estatal *South African Broadcasting Corporation (SABC)* es considerada como mucho más crítica y objetiva que durante el apartheid.

La „Ley de Protección de Información del Estado “ que preveía severas penas de prisión para reveladores/as de informaciones secretas del Estado suscitó vehementes críticas. Para Reporteros Sin Fronteras, la ley constituye una amenaza sobre todo para los/las periodistas de investigación. El 12 de septiembre de 2013, el presidente Jacob Zuma suspendió el proyecto de ley.

Sudáfrica es la mayor protagonista en la escena mediática del continente. Johannesburgo por sí solo reúne un sinnúmero de emisoras radiofónicas. Los canales de televisión de pago son especialmente populares en Sudáfrica. SABC es la emisora estatal más grande que también ofrece el mayor repertorio de emisoras radiofónicas. Sus alrededor de 20 emisoras ofrecen programas en un total de 11 idiomas, a las que se añaden tres grandes emisoras privadas y numerosas emisoras comunitarias que en su mayoría se dirigen a una audiencia muy específica y cuyo número crece incesantemente. Según el *OMD Media Facts Report 2013*, informe establecido por la agencia de medios OMD en 2013, Sudáfrica cuenta con un total de más de 200 emisoras radiofónicas registradas, de las cuales alrededor de 180 son comunitarias. Los medios están en posesión de unos pocos consorcios, aunque la mayor parte de las frecuencias radiofónicas está ocupada por emisoras de SABC.

Los derechos humanos de las mujeres

Según *AI*, la homofobia y la violencia, en particular la violencia contra las mujeres lesbianas, continúa siendo un problema en Sudáfrica. En 2012, al menos cinco mujeres lesbianas fueron asesinadas a causa de su orientación sexual. A finales de 2012, el Ministerio de Justicia condenó oficialmente los crímenes de género y reconoció la urgente necesidad de crear conciencia y combatir los prejuicios basados en las identidades sexuales. La violencia contra la mujer sigue siendo un problema social en Sudáfrica. El número de violaciones alcanza dimensiones epidémicas: en 2012, fueron reportados a la policía unos 65.000 delitos sexuales y más de 48.000 casos de violación. En el 40 % de los casos, las víctimas fueron mujeres, en el 49 % fueron niños/niñas. Sudáfrica sigue siendo uno de los países con mayor tasa de personas con VIH/SIDA a nivel mundial. De ahí resulta un número elevado de embarazadas seropositivas que, junto al acceso limitado a los tratamientos prenatales, supone un problema relacionado con el género en Sudáfrica.

Gender Links

Estrategia: Realizar un trabajo periodístico sobre datos y contenidos complejos y difundirlos a nivel transnacional

La organización

La organización *Gender Links* cuya oficina principal se encuentra en Johannesburgo existe desde 2001 y mantiene oficinas en nueve países africanos. Trabaja sobre todo en el ámbito de la investigación y la formación continua. Recoge datos relevantes para el avance de la igualdad de género y los elabora de forma periodística. También ofrece capacitaciones del periodismo con conciencia de género para periodistas.

Gender Links es miembro de la *Southern African Protocol Alliance*, una alianza de redes de África Austral cuyo protocolo engloba los temas relacionados con el género a nivel africano y mundial y que define objetivos estratégicos con respecto a la igualdad de género hasta 2015.

Un “barómetro de género” usa los 28 objetivos perfilados en el protocolo como indicadores para medir el progreso anual de los gobiernos con respecto a su política de género. Gender Links ha vinculado estos objetivos con tres campos de actividades:

- el género
- el cambio climático
- la justicia económica

La organización colabora con socios/as locales, nacionales e internacionales. Se propone explícitamente:

- fomentar la igualdad de género en y a través de los medios en todos los ámbitos políticos
- desarrollar directrices y campañas para luchar contra la violencia de género y el VIH/SIDA y para promocionar la justicia a nivel económico y climático
- capacitar a hombres y mujeres para hacerles partícipes críticos/as de los procesos democráticos

Gender Links se compromete a publicar todos los resultados que tienen que ver con los siguientes criterios:

- recoger datos que resaltan las brechas de género (*Gender Gaps*)
- aprovechar los grandes y los nuevos medios para el cabildeo (*lobbying*) y la abogacía
- establecer planos de acción en colaboración con los/las diferentes socios/as
- monitorear y evaluar los avances mediante las herramientas regionales e internacionales adecuadas
- aprender, generar saber e innovar
- mejorar la eficacia institucional
- recaudar fondos a nivel regional y nacional

El Protocolo de la SADC sobre Género y Desarrollo

El Protocolo de la Comunidad de Desarrollo de África Austral sobre Género y Desarrollo (*SADC Protocol on Gender and Development*) es un compromiso voluntario de varios estados sudafricanos que formula 28 objetivos para alcanzar la igualdad de género. Los miembros suscritos se brindan apoyo, intercambian informaciones y ofrecen evaluación por pares. Los objetivos fijados cubren las siguientes áreas temáticas, entre otras:

- derechos constitucionales
- trabajo gubernamental
- formación continua y capacitación
- potenciación económica
- salud
- VIH/SIDA
- paz y solución de conflictos

Los artículos 29 y 30 se refieren a los medios, la información y la comunicación. El protocolo reivindica la representación en pie de igualdad de las mujeres en todos los ámbitos del trabajo mediático. Las voces de hombres y mujeres tienen que ser escuchadas por igual. El protocolo exige más programas por, para y sobre mujeres y exhorta que los medios desafíen los estereotipos de género.

Proyectos

Gender Links promueve una amplísima gama de proyectos. Un proyecto relacionado con los medios titulado *Gender equality in and through the media* (La igualdad de género en y a través de los medios), ofrece cursos de periodismo con conciencia de género para periodistas profesionales. El *Gender and Media Diversity Center* (Centro del género y de la diversidad de los medios) es un interfaz entre ONGs e instituciones académicas que proporciona datos, organiza talleres y cooperaciones con universidades e intenta integrar el periodismo con enfoque de género en los medios comerciales. También cabe destacar el proyecto *Road Map to Equality: Voices and Views* (Hoja de ruta hacia la igualdad: voces y puntos de vista), una serie radiofónica en diez partes disponible para la descarga por Internet cuyos episodios presentan diferentes puntos de vista en la región de África austral sobre la igualdad de género. Además, la página web de Gender Links ofrece a los medios comerciales la descarga gratuita de programas con énfasis en temas como la violencia contra la mujer o el VIH/SIDA.

"Tenemos que inmiscuirnos"

Entrevista con Gladness Hemedi Munuo, mediadora regional en Tanzania

¿Cuáles son sus principales campos de actividades?

Ofrecemos cursos para periodistas en las ciudades y comunidades. Realizamos estudios y recogemos datos, y nos dedicamos al cambio climático y al ámbito de los conflictos – pero siempre con un enfoque de género.

La mayoría de los grupos mediáticos tienen sus propias directrices de género. Nosotras les ofrecemos ayuda en su redacción y revisión. Muchos de esos grupos también se han comprometido al protocolo de la SADC.

¿Quiénes dirigen esos grupos mediáticos?

La casi totalidad de las personas dirigentes siguen siendo hombres. Estamos realizando un sondeo que comenzó en 2009 y continúa hasta el presente. Los resultados mostrarán que sí ha habido cambios en los niveles directivos de los grupos mediáticos.

Ustedes organizan capacitaciones de conciencia de género para los/las periodistas.

¿Cómo animan a los hombres a participar?

Al principio, casi siempre contábamos con grupos exclusivamente femeninos. Entonces dijimos que los seminarios sólo se llevarían a cabo si la mitad de los participantes fueran masculinos. Porque el género es asunto de todos/as, no solamente de las mujeres. Eso funcionó.

¿Colaboran también con periodistas de los medios comunitarios?

Nos gustaría colaborar más con ellos/as. Nuestras oficinas están en las ciudades mientras que la mayoría de las radios comunitarias se encuentran en zonas rurales – acceder a ellas no es tan fácil para nosotras. Donde más colaboramos con las radios comunitarias es en Sudáfrica, ya que en Johannesburgo, por ejemplo, hay muchas emisoras comunitarias, programando para minorías étnicas o el vecindario.

¿Cuáles son sus temas prioritarios?

El problema más grave aquí en África es la violencia de género que muchas veces se debe, entre otras cosas, a la falta de empleo y la frustración que ésta genera en los hombres. Este fenómeno requiere todavía mucha más atención. Hay que concienciar a los/las reporteros/as, pero muchas veces no hay dinero para ese tipo de proyectos.

¿Se empeñan también en alcanzar a las mujeres jóvenes?

Lo intentamos, pero es muy difícil. Alentamos a las mujeres a entrar en la política y a inmiscuirse. Las animamos a hacer competencia a los hombres y a no subordinarse automáticamente. Además, las incitamos a tomar el micrófono en sus manos y servirse de la radio como portavoz.

En todos estos años que lleva con Gender Links, ¿cuál ha sido para Usted un logro especial?

Probablemente el momento en el que Gender Links obtuvo un premio mediático. La oficina de Tanzania había lanzado el Kangaroo Project (Proyecto Canguro) dedicado a los bebés prematuros. Trabajaron muy duro en ese proyecto. Gender Links había presentado varios proyectos, pero fue nuestro “Proyecto Canguro” quien se llevó el premio. Eso me llenó de especial orgullo.

Concienciación de los/las periodistas

País:	TANSANIA
Libertad de prensa 2013:	Mundial: Puesto 19
Ejemplo de buenas prácticas:	TAMWA (Tanzania Women’s Media Association)
Estrategia:	Periodismo de golpe (bang style)
Persona entrevistada:	Valerie Msoka, Directora ejecutiva

Tanzania es uno de los países más pobres del mundo. En 1964, la parte continental Tanganica y la isla Zanzíbar fusionaron para formar lo que hoy es Tanzania. En 1992, se instauró el sistema multipartidista. Se considera como un país estable. Según AI, la situación de los derechos humanos está yendo a peor. En 2012, las autoridades limitaron la libertad de prensa y de reunión. La violencia contra la mujer es un problema muy presente, la mayoría de los infractores salen impunes.

Los medios de comunicación

En la clasificación de la libertad de prensa 2013 de RSF, Tanzania se ubicó en el puesto 70, habiendo perdido 36 plazas desde el año anterior. En el ranking africano, se sitúa entre los perdedores, aunque muy por encima de los países con menor libertad de prensa. En 2012, un periodista informando sobre una manifestación fue asesinado por un policía. Otro periodista fue encontrado muerto, habiéndose demostrado su asesinato doloso. El 8 de enero de 2013, fue asesinado el reportero de la radio comunitaria *Radio Kwizera*. Amnistía Internacional apunta que las leyes que regulan los medios de comunicación están en conflicto con la Constitución y el derecho internacional.

Después de la instauración del sistema multipartidista a comienzos de los años 1990, no tardó en formarse un sector mediático más o menos pluralista. La primera televisión estatal comenzó a operar no antes de 2001, unos años antes de aparecer la primera emisora privada. Actualmente hay dos estaciones de televisión estatales, Tansania Broadcasting Corporation (TBC) y TV Zanzíbar. Ambas tienen fama de ser fieles al gobierno. Existen numerosas emisoras radiofónicas privadas, sobre todo en las ciudades. Además, hay tres emisoras estatales, de las cuales una se encuentra en Zanzíbar. La emisora Parapanda *Radio Tansania* fue instaurada para captar a la audiencia joven de las emisoras comerciales. La emisora comunitaria más grande se llama *Orkonerei Radio Service (ORS)*. La parte continental del país y Zanzíbar tienen diferentes regulaciones con respecto a los medios de comunicación. Sin embargo, al igual que los periódicos, la mayor parte de las emisoras ubicadas en la parte continental llegan también a Zanzíbar.

Los derechos humanos de las mujeres

La violencia sexual y otras formas de violencia de género, sobre todo la violencia intrafamiliar, siguen siendo un fenómeno extendido. Las mujeres de edad avanzada corren el riesgo de convertirse en víctimas de ataques por ser acusadas de brujería. La mutilación genital femenina sigue siendo una práctica común en varias partes del país.

En 2011, Tanzania inició un proceso de revisión constitucional en el que TAMWA está involucrada. En mayo de 2012, los miembros del comité encargado realizaron su juramento de cargo. Actualmente se está revisando un esbozo que fue finalizado en junio de 2013. La nueva Constitución debería entrar en vigor el 26 de mayo de 2014.

Media Gender Code of Ethics– un código ético con perspectiva de género para los medios de comunicación

En 2008, el *Media Council of Tanzania* (Consejo mediático de Tanzania, MCT por sus siglas en inglés) introdujo el *Media Gender Code of Ethics*, un código ético con perspectiva de género para los medios de comunicación, que fue adoptado por las partes interesadas en 2009. El MCT observa y regula los medios tanzanos con la intención de conseguir una prensa libre, responsable y ética. Su misión principal consiste en crear un entorno que permita el desarrollo de medios trabajando para una sociedad democrática y justa.

Contexto histórico

En las últimas décadas, el periodismo tanzano ha evolucionado a pasos de gigante. En 1992, no se contaban más de cinco periódicos y una emisora de radio, pertenecientes a los partidos del gobierno. Hoy en día, se encuentran 20 diarios y 53 revistas semanales en el mercado, a los cuales se añaden 42 periódicos de otro tipo. Hay 26 emisoras, 15 estaciones de televisión y 20 canales de televisión por cable. No obstante, el 99,9 % de estos medios son controlados por hombres. El número de periodistas (hombres y mujeres) ha crecido en las dos últimas décadas, pasando de 230 a casi 3.000.

El *lobbying* por parte de las mujeres profesionales de los medios – en primera lugar las miembros de la asociación de mujeres periodistas de Tanzania (TAMWA, por sus siglas en inglés) – ha contribuido en gran medida a la liberalización y transformación del sector mediático del país. La asociación intenta influenciar diferentes aspectos de este ámbito, desde la manera de contar historias hasta la concienciación, pasando por la gestión de los medios.

Media Gender Code of Ethics

A pesar de su evolución positiva, los medios tanzanos se caracterizan por una fuerte influencia masculina, tanto con respecto a sus contenidos como a sus estructuras. Los puestos ocupados por mujeres dentro de los grupos mediáticos se concentran sobre todo en las tareas administrativas, una situación comparable a la de muchos otros países. En 2008, la Comunidad de Desarrollo de África Austral (SADC, por sus siglas en inglés) firmó el *Gender and Development Protocol*, un protocolo sobre el género y el desarrollo. Para el MCT, fue el incentivo para redactar un código ético con perspectiva de género, el *Media Gender Code of Ethics*, en colaboración con la organización *Gender Links*, basada en Johannesburgo. Varias circunstancias confluyeron en esa decisión:

- La mayoría de los medios tanzanos ignoraban las perspectivas de género en sus noticias
- Por regla general, los hombres ocupaban los puestos directivos, las mujeres los puestos subordinados
- Los hombres cubrían las grandes noticias políticas mientras que las mujeres se encargaban de los temas referentes a niños/niñas, personas con discapacidad u otros grupos marginados
- Lo mismo con respecto a los reportajes: los reporteros trabajaban en el campo mientras que las reporteras se dedicaban temas culinarios y de moda, entre otros
- En general, se echaba en falta la voluntad de llevar a las jóvenes periodistas con talento a las salas de prensa

El *Media Gender Code of Ethics* está pensado para el uso diario en la vida profesional de su público destinatario, que engloba los/las propietarios/as de medios, editores/as, fotógrafos/as y periodistas reporteros/as de imágenes, agencias de noticias, periodistas, profesionales de relaciones públicas y el sector publicitario. Para su elaboración, se instauró un comité y se consultaron dictámenes de científicos/as, profesionales de los medios, expertos/as en cuestiones de género y partes interesadas. El Código fue publicado en 2009.

Los obstáculos que el comité tuvo que afrontar derivaron en parte de la falta de profesionalidad de los/las periodistas. La tendencia hacia los medios libres resultó en la fundación de numerosas empresas mediáticas por parte de personas individuales que publicaban noticias sin tomar en consideración estándares éticos. Otra dificultad fueron las reacciones negativas de muchos/as periodistas ante el concepto del “género”.

Implementación del Código

La concienciación tuvo lugar en las redacciones mismas. A partir de 2011, se organizaron cursos sobre la incorporación de la perspectiva de género (gender mainstreaming) en Tanzania y Zanzíbar para aumentar la popularidad del Código. Las mujeres son alentadas a trabajar de reporteras fotográficas y en otros ámbitos tecnológicos de los medios. En febrero de 2013, el Código salió en versión impresa en kiswahili e inglés. Junto con TAMWA y el *Media Institute of Southern Africa* (Instituto de Medios de Comunicación de África Austral, MISA-TAN, por sus siglas en inglés), el MCT otorga premios por trabajos cuya manera de tratar el tema del género es particularmente innovadora. Además, algunas universidades crearon cursillos sobre los medios y el género.

El buen funcionamiento de los mecanismos de autorregulación es el prerrequisito para que el Código pueda ser implementado con éxito. Además de condenar las infracciones contra el Código, el comité ético puede imponer sanciones de diferentes tipos. Si sus evaluaciones de las noticias revelan sesgos en la cobertura mediática, éstos son señalados a los/las jefes/jefas de redacción.

El gran desafío para las empresas mediáticas de Tanzania consiste ahora en aprovechar de manera eficiente las condiciones marco y redes creadas por el MCT y el *Gender Media Code of Ethics* y en construir sus propios mecanismos de autorregulación.

TAMWA (Tanzania Media Women's Association)

Estrategia: Concienciar a los/las periodistas mediante una avalancha de información concentrada (el “BANG”) sobre determinados temas para alcanzar una gran audiencia

La organización

La Asociación de Mujeres Periodistas de Tanzania (TAMWA, por sus siglas en inglés) se califica como institución de abogacía en medios. Fue fundada en 1987 y cuenta con más de 100 miembros – todas ellas mujeres expertas del ámbito mediático, a saber, editoras y periodistas, colaboradoras de agencias de relaciones públicas, además de colaboradoras de instituciones estatales y mujeres miembros del gobierno. TAMWA trata los temas relacionados con los derechos humanos desde una perspectiva de género. Se empeña por la protección de los derechos de la mujer y de la infancia, utilizando los medios como portavoz. Su objetivo declarado es iniciar un cambio social.

El trabajo de TAMWA se desarrolla a tres niveles distintos:

- con los medios
- con las organizaciones de mujeres
- creando conciencia en la sociedad

A nivel de los medios, TAMWA quiere alcanzar una presencia equilibrada de ambos sexos en las salas de prensa y en los niveles directivos de las empresas mediáticas, con la idea de que así se reduzca la estereotipación de los temas y anhelos de las mujeres y se presenten con más seriedad temas como la violación o el matrimonio infantil. De esta manera, el público se hará más consciente con respecto a estos temas.

Para el período 2009 – 2014, la asociación ha formulado cinco áreas estratégicas prioritarias:

Gender Based Violence (GBV) – Violencia de Género

Este área incluye temas como el matrimonio infantil, la violación, los embarazos durante la adolescencia, la negación del derecho de las mujeres a su herencia, la mutilación genital femenina, el VIH y el SIDA.

Good Governance – Buena gestión de gobierno

La asociación se opone a cualquier tipo de corrupción y participa activamente en los debates sobre la discriminación de la mujer.

Gender Equality – Igualdad de Género

La asociación quiere aumentar el peso de las mujeres a nivel social, político y económico.

Pobreza

La pobreza femenina debe ser disminuida mediante la potenciación de capacidades y la creación del saber.

Salud

Se quiere bajar la tasa de mortalidad de las madres mediante la información a la vez de crear una mayor conciencia en cuanto al VIH/SIDA.

Métodología

TAMWA lleva a cabo encuestas periodísticas y analiza leyes y directrices referentes a sus cinco áreas temáticas prioritarias. Quiere utilizar los medios para concienciar a la población. Para ese fin, la asociación organiza capacitaciones mediáticas en cuatro regiones de la parte continental y en Zanzíbar. Además, produce folletos y cuñas radiofónicas y televisivas.

La herramienta más importante de TAMWA es el periodismo “de golpe” (bang style): se define y elabora un determinado tema relacionado con el género. A continuación, una avalancha de notas de prensa, cuñas radiofónicas y datos es dirigida a todos los medios. Al recibir tanta información enfocada en un mismo tema de golpe (“bang”), los medios empiezan a dedicarse a él. Las mujeres de TAMWA emplean sus propios conocimientos periodísticos para facilitar a los medios el material que éstos necesitan. De esta manera, la asociación convierte los intereses y temas de las mujeres en temas con valor periodístico.

Cuando las emisoras radiofónicas y televisivas empiezan entonces a hablar de esos temas, TAMWA les proporciona expertos/as o colaboradores/as para realizar entrevistas o programas en los que el público participa por teléfono. Según Valerie Msoka, Direc-

tora ejecutiva de TAMWA, las notas de prensa de TAMWA son precisas y fiables, por lo cual la asociación es considerada como una fuente de información seria. Las periodistas y redactoras obtienen los datos relevantes para sus artículos. Además, los datos son enviados a diferentes ministerios y a las partes interesadas para convertir los temas en cuestión en asuntos políticos.

TAMWA ha elaborado un manual de instrucciones para un periodismo sin sesgo de género. Los ejemplares son gratuitos y han sido enviados a todas las empresas mediáticas. Actualmente está siendo traducido al kiswahili.

Becas

TAMWA también ha creado un fondo para ofrecer becas a estudiantes de periodismo. El fondo se financia mediante una contribución anual de cada miembro. El prerrequisito mínimo para solicitar una beca es disponer de una licenciatura en periodismo, las becas concediéndose para financiar estudios de grados superiores. Los/las becarios/as tienen que devolver el préstamo un año después de haber concluido sus estudios.

Proyectos futuros

Actualmente (junio de 2013) se están recaudando fondos para establecer una oficina en Zanzíbar que debe servir de centro de recursos y de información sobre los temas de la mujer y de la infancia. TAMWA documenta cómo y en qué medida los medios cubren estos temas, proporcionando los datos resultantes a dicho centro.

"Armadas con bolígrafo y micrófono"

Entrevista con Valerie Msoka, cofundadora de TAMWA

Usted fue cofundadora de TAMWA hace 27 años. ¿Por qué?

En los años 1980, trabajar en los medios era un desafío para las mujeres. No había muchas mujeres en el sector mediático, pero todas cuantas estaban allí tenían los mismos problemas. Cuando, en la sala de prensa, una noticia se consideraba como particularmente importante – porque trataba del presidente, por ejemplo – se les asignaba a los hombres. Otro ejemplo que he vivido en carne propia: el jefe de redacción recibió una llamada del ministerio que le informó de una cita importante. Su respuesta fue: “No puedo mandar a nadie, en la sala de prensa no hay nadie.” – y eso que ¡yo estaba sentada a su lado! A todas nos han pasado cosas parecidas – los escenarios fueron siempre los mismos, sólo que se produjeron en diferentes grupos mediáticos. Entonces dijimos: “Vale, ¿por qué no fundamos una asociación?” Teníamos dos cosas en mente: primero, queríamos conseguir que hubiera más mujeres en las redacciones y que ocuparan también puestos superiores. Segundo, queríamos asegurar que los temas de las mujeres recibieran más atención. Si acaso se reportaban temas femeninos, casi siempre tenían que ver con violaciones – e incluso eso se ridiculizaba.

¿Cuál es su estrategia?

Aprovechamos las herramientas de las que disponemos como periodistas: un bolígrafo y un micrófono. Y con ellas queremos crear conciencia, transformar leyes y directrices. Ponemos en contacto diferentes medios y juntos informamos, educamos y realizamos cambios. Las mujeres todavía no dirigen los grupos mediáticos, pero forman parte de la sociedad. Por lo tanto, tienen que ser representadas por igual.

La estrecha colaboración con periodistas y editores/as ¿también es una estrategia suya?

Creamos lazos con los grupos mediáticos, editores/as y periodistas. Les ofrecemos capacitaciones, colaboramos con ellos/ellas. En los últimos años, se han convertido en un auténtico pilar para nosotras. Podemos llamarles y decir, “Os necesitamos”, y todos/as se apuntan a la lucha.

¿Pudieron contar con tanta aceptación desde el principio?

Los comienzos fueron duros, la gente pensaba que éramos “unas cuantas mujeres que arman jaleo”. Pero con los años, la gente ha visto cómo tratamos los temas. Ha visto nuestra manera de abordar las cosas, y nos ha aceptado cada vez más como parte integrante de la sociedad de Tanzania. Nos hemos ganado ese respeto porque hemos tratado temas que son relevantes para la sociedad. Hace poco, un ministro ha dicho públicamente que colabora con TAMWA. Otro ejemplo más: dos niñas huyeron de sus casas porque iban a ser sometidas a la mutilación genital. En Dar es-Salam se dirigieron a la policía, y ¡los policías nos llamaron a nosotras! Igual habrían podido mandar a las niñas a sus casas. Eso nos muestra que la conciencia se ha incrementado y que somos reconocidas como una organización competente en el trato de estos temas. Es algo que hemos conseguido gracias a nuestra perseverancia.

Volvamos a los medios. TAMWA ¿opera emisoras radiofónicas propias?

No. Organizamos cursos para periodistas y les encargamos comandas. Ellos/ellas vuelven con sus historias y esas se emiten por la radio. Nosotras producimos cuñas radiofónicas, parecidas a los anuncios. Pero pagamos por ellas. Así, transmitimos nuestros mensajes.

Las mujeres de TAMWA ¿de qué manera están incluidas en el proceso de reforma constitucional?

Es importante que la población participe y que las mujeres expresen lo que quieren. Es un motivo más que nos incita a convertir sus preocupaciones en temas periodísticos. Cuando nos plantean la pregunta decisiva: “¿Cuál es la historia?” proporcionamos los datos correspondientes. Como por ejemplo en el caso del matrimonio infantil: en Tanzania, las personas alcanzan la mayoría de edad a los 18 años, pero una chica ya puede ser casada a los 14. Nosotras tenemos los datos correspondientes: su cuerpo todavía no es adulto. Si se queda embarazada, los/las dos niños/as –tanto la madre como su bebé – corren un grave riesgo de morir. Las prácticas tradicionales serían otro ejemplo - nosotras proporcionamos datos que explican por qué ciertas cosas deberían ser modificadas por la Constitución. Nosotras decimos: si los mayores no pueden prescindir de los ritos de paso, que respeten al menos ciertas condiciones.

¿Qué papel desempeñan los medios comunitarios en Tanzania?

Su papel es importantísimo. Los medios comunitarios son decisivos porque están al mismo nivel que las aldeas. Y ¡siguen creciendo! Las personas empiezan a comprender que si queremos tratar los temas a fondo, necesitamos el periodismo de base, el periodismo grassroots y, por lo tanto, los medios comunitarios. También nosotras nos hemos preguntado: cuando estamos en los pueblos, ¿cuál es la mejor manera de difundir nuestros mensajes y crear conciencia? Y nos hemos dicho: nuestras cuñas tienen que ser emitidas por las radios comunitarias y ahí es donde tenemos que hacer programas en los que el público participa por teléfono. De esta manera, los temas se hacen accesibles a los/las lugareños/as.

¿Cuál es su reacción ante una broma sexista en la radio o una presentación estereotipada de las mujeres?

Hemos elaborado un manual para ayudar a periodistas y editores/as a evitar las representaciones estereotipadas. El manual le gusta a la gente, se usa. Me acuerdo que hace poco hubo una emisión sobre la mutilación genital en la que fue entrevistada una chica menor. Llamé al redactor responsable al que conozco muy bien y le dije: "El tema fue estupendo, pero tu protagonista fue una chica menor." Él me preguntó si eso era un problema. Le dije, "Sí, es un problema. La niña podría ser rechazada por su comunidad, no le haces ningún favor." Él simplemente no era consciente de ello, y a veces es tan simple como eso: las cosas se ignoran.

TAMWA es financiada por donaciones. Las noticias ¿pueden entonces ser realmente objetivas?

Los/las donantes se dirigen a nosotras porque conocen y comparten nuestros temas e intenciones. Los temas son nuestros, y ellos/ellas nos ayudan a defenderlos. No es tan sencillo como acercarse a nosotras y decir, "Escribid algo sobre el trabajo infantil". Por mucho que quisiéramos, siempre tenemos que asegurarnos de que el tema se pueda conciliar con nuestros objetivos estratégicos. En el caso mencionado, podríamos decir que tiene algo que ver con la potenciación política. Eso forma parte de nuestros objetivos estratégicos. Entonces tenemos que analizar, ¿qué pasa en una familia cuando el niño o la niña deja de contribuir a los ingresos familiares? ¿Cuál es la alternativa? Sería una posibilidad de abordar el tema. Estamos obligadas a nuestros objetivos estratégicos. Si éstos se cumplen, podemos colaborar con los/las donantes.

¿Cuál es su mayor deseo para la Tanzania actual?

La reforma constitucional. Es la primera vez que puedan participar todos/as los/las tanzanos/as. Ya se ha publicado el primer esbozo, ahora el turno ha pasado a los/las ciudadanos/as para que se involucren. Las mujeres deben formular sus preocupaciones. Ahora nuestra misión consiste en animar e informar a las mujeres.

Además, para 2014 y 2015, queremos tener a más mujeres. Se acercan las elecciones, y queremos animar a las mujeres para que se presenten como candidatas. En nuestra sociedad, los hombres siempre han tenido ventajas, pueden subirse a un escenario y hablar sin problemas. Pero ahora tenemos que incitar a las mujeres para que ellas hablen también. Las necesitamos para que la sociedad comprenda que las mujeres pueden tener el mismo peso que los hombres.

Los aspectos sobre los que gira la violencia de género siempre estarán ahí – igualdad, salud. Pero ahora se trata de la Constitución. Cuando su reforma se haya concluido, veremos si somos representadas de manera igualitaria. Porque eso significaría haber alcanzado el objetivo por el que estamos luchando - la igualdad de género.

Un carácter imaginario contra la violencia

País:	NICARAGUA
Libertad de prensa 2013:	Mundial: Puesto 78
Ejemplo de buenas prácticas:	Radio Palabra de Mujer
Estrategia:	La Bruja
Persona entrevistada:	Jamileth Chavarría, activista radiofónica

Después de Haití, Nicaragua es el país más pobre de Latinoamérica. Todavía se sienten las secuelas de la guerra civil en la que en 1979 los/las sandinistas derrumbaron el régimen de Somoza que fue apoyado por EE UU.

Los medios de comunicación

Este país centroamericano se sitúa en el lugar 78 de la clasificación de la libertad de prensa 2013 de Reporteros Sin Fronteras. En comparación con sus países limítrofes Honduras (127) y Costa Rica (18) se sitúa en el tercio inferior de entre dos extremos. En comparación con la clasificación de 2011, Nicaragua ha perdido 6 puestos. Según RSF, esa caída se debe a la falta de pluralismo mediático, tensiones entre el gobierno y los medios de comunicación, trabas contra periodistas y la autocensura resultante de ellas. Al ha informado sobre amenazas contra periodistas en el contexto de las elecciones presidenciales en 2011. Durante una reunión de la UNESCO en Matagalpa en agosto de 2012, varias periodistas radiofónicas contaron que la violencia de género obstaculizaba gravemente su trabajo diario. Corrían peligro en las calles al volver de turnos tardíos y de noche. Reporteras fueron molestadas mientras estaban sobre el terreno.

En Nicaragua no hay canales de televisión estatales o de derecho público, aunque algunos grandes grupos mediáticos privados pertenecen a la familia del presidente Daniel Ortega. Los medios están en manos de unos/unas pocos/as empresarios/as, entre ellos/ellas un hombre de negocios mexicano. A nivel de la radio, hay una emisora estatal, *Radio Nicaragua*, y una emisora controlada por los/las sandinistas, *Radio Sandino*.

Los derechos humanos de las mujeres

Las violaciones y el abuso sexual son un problema social muy extendido en Nicaragua. Según un análisis policial, entre 1998 y 2008, más de dos terceras partes de las víctimas tenían menos de 17 años, y en el año 2012, un 80 % de las víctimas tenían 17 años o

menos. En un informe policial de 2008, la violencia sexual contra los/las niños/niñas se califica como “problema nacional” cuyas consecuencias se extienden desde hace mucho por encima de las escalas social, cultural, económica e individual. Una psiquiatra citada en un informe de Amnistía Internacional apunta que la violencia contra mujeres y niños/niñas se ha convertido en una “epidemia” y que no todas las capas sociales tienen el mismo acceso a la justicia. Denunciar delitos de ese tipo conlleva grandes obstáculos. Sobre todo las chicas jóvenes tienen miedo a ser estigmatizadas a nivel social o son amenazadas por sus agresores. Por eso, muchos casos de abuso se detectan solamente por un evidente embarazo de la víctima.

Desde 2008, el aborto está completamente prohibido en Nicaragua. En 2012, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos exhortó al gobierno a levantar la prohibición y a examinar el nexo entre la violencia de género y los derechos sexuales y reproductivos. Según el Ministerio de Salud, el número de bebés nacidos de madres de 10 a 14 años ha aumentado en un 47 % entre 2000 y 2009. En virtud de la legislación nicaragüense, las relaciones sexuales con un/a menor de 14 años son consideradas como violación.

En junio de 2012, fue promulgada la Ley Integral contra la Violencia hacia las Mujeres (Ley 779). Al considerar esta ley como un paso hacia delante, aunque su implementación se imposibilita por falta de recursos. A finales de 2012, se dictó una orden de arresto contra un profesor inculpatado de haber abusado sexualmente de una alumna suya de 14 años. Sin embargo, la orden no fue ejecutada, ya que, como apunta la policía, no quedaban plazas libres en la cárcel.

Radio Palabra de Mujer

Estrategia: Un carácter ficticio denuncia públicamente la violencia contra las mujeres, preservando así el anonimato de las fuentes de información

La organización, la radio y la activista

Jamileth Chavarría es radioactivista y viene de Bocana de Paiwa, Nicaragua. Es colaboradora de *Casa de la Mujer* y de la emisora radiofónica que nació de ésta, *Palabra de Mujer*. Situado en el centro del país, Bocana de Paiwa cuenta con unos/unas 4.000 habitantes y se compone de unas 300 casas. Algunas de las aldeas vecinas son accesibles por carreteras pavimentadas, otras sólo a caballo.

Casa de la Mujer es una organización feminista, no partidaria y no religiosa que se dedica a los temas de las mujeres de la aldea y de la región. En 1998 Nicaragua fue azotada por un huracán que aisló la aldea del resto del mundo. De ahí resultó la fundación de la emisora con la intención de facilitar la comunicación. *Palabra de mujer* salió a las ondas por primera vez en 2002.

Jamileth Chavarría, cofundadora de *Palabra de mujer*, se mueve en las ondas radiales de Nicaragua como *La Bruja*. De momento, vive en Madrid para continuar sus estudios, emitiendo sus programas desde ahí como *La Bruja Migrante*. El carácter interpretado por Chavarría, *La Bruja*, es una mujer de 90 años que denuncia públicamente a los hombres violentos.

En el último año, *Palabra de mujer* ha comenzado paulatinamente a establecer intercambios con otras emisoras. La *Universidad Centroamericana* mantiene varios proyectos en los que participan radios comunitarias.

Además de la emisora, *Casa de la Mujer* opera un seminario por vídeo. En primer lugar, el trabajo con los medios visuales debe dar a las mujeres la capacidad de sacar a la luz los momentos de violencia o de injusticia. Una vez al mes, una persona de la ciudad se acerca a las aldeas para organizar talleres con las activistas. En muchas ocasiones, generan programas que también son emitidos en la televisión.

Las primeras conexiones telefónicas de Bocana de Paiwa datan solamente de 2010. Por eso, la aldea todavía no dispone de acceso a Internet y *Casa de la Mujer* no tiene página web propia.

"El feminismo me ha salvado la vida"

Entrevista con Jamileth Chavarría, activista radiofónica

¿A qué se debe su compromiso con el movimiento feminista?

Me he convertido en feminista por mi madre, que murió en la guerra civil. Ella nos enseñó un lema bastante duro: "¡Sálvese quien pueda!" Consideraba que todos debíamos aprender a cuidar de nosotros mismos. Hoy en día veo que las cosas que decía mi madre no correspondían en absoluto a las tradiciones de la aldea. Cuando mis padres partieron a la guerra, mis hermanas y yo teníamos que sobrevivir por nuestra cuenta. Cinco años después de la muerte de mi madre se fundó *Casa de la Mujer*. En aquel entonces, yo todavía no trabajaba para la organización, pero podía contribuir mucho saber, cómo se diseñan pancartas, cómo se organizan manifestaciones... mi madre me lo había enseñado. De pequeña, mi madre me llevaba a los eventos que organizaba el Frente Revolucionario.

Gracias a mi colaboración con *Casa de la Mujer* he desarrollado un gran interés en los temas feministas. Antes nunca me había considerado como feminista, sino como rebelde. Después de 17 años de trabajo no retribuido, la organización me contrató. Eso ha cambiado mi vida. El feminismo me ha salvado la vida. Me ha salvado de muchas cosas que pasan a las mujeres que viven en zonas rurales.

¿Por qué el trabajo en Casa de la Mujer es tan valioso para Usted?

La idea básica era informar sobre las tradiciones dañinas que no nos han brindado ni ventajas ni desarrollo social a las mujeres. Durante los últimos años, *Casa de la Mujer* ha generado muchos nuevos proyectos, como por ejemplo la emisora radiofónica.

Durante mucho tiempo, no había ninguna posibilidad de contactar con las mujeres. Las invitábamos a nuestros talleres y a veces no podían venir, debido a las distancias, sus niños/niñas o por culpa del machismo prevaleciente.

En 1998, nuestro país fue arrasado por un huracán que transformó toda la región. Ahí nos dimos cuenta de que necesitábamos una radio si queríamos alcanzar a las mujeres. Entonces nos podrían escuchar mujeres, hombres y niños/niñas. Al principio parecía una gran locura, pero a lo largo de los años, fuimos experimentando una aceptación increíble. Pensábamos que la emisora no sería aceptada por tener un perfil feminista. En

aquella época, sólo había dos emisoras feministas en toda Nicaragua. En aquel entonces los/las oyentes todavía no podían llamarnos para compartir sus temas y preocupaciones con nosotras. Tenían que venir andando o a caballo. Por eso, los días de mercado, la emisora solía estar llena de gente y delante de la estación radiofónica esperaban los caballos. Era realmente algo nuevo y algo sensacional, aunque transmitíamos algo completamente diferente a las tradiciones que nos habían enseñado.

¿Cómo surgió la idea de fundar una propia emisora radiofónica?

Cuando llegó el huracán, las colaboradoras de *Casa de la Mujer* estábamos fuera de la aldea por un encuentro de evaluación. Así que ninguna de nosotras estaba en la aldea. Después del huracán, nos preocupamos mucho por nuestras familias y casas. Un puente se había derrumbado y tres líneas telefónicas habían sido destrozadas. ¡No sabíamos nada, absolutamente nada de nuestra aldea! Pero como nuestra aldea había vivido una guerra, había personas con aparatos de radio tales como los que se usan en los barcos o en la guerra. Y con estos nos informaron sobre la situación de la aldea – nos dijeron que estaban bien y que toda la aldea estaba inundada.

En el viaje de vuelta, estábamos convencidas de que necesitábamos una emisora y nos planteamos juntas cómo lo podríamos poner en práctica. Poco después, unos amigos de Alemania vinieron a la aldea y les hablamos de nuestra idea. Ellos nos apoyaron. Entonces nos pusimos a investigar para saber cómo podríamos hacerlo. Paiwa está ubicado en una colina, pero el paisaje en su alrededor es llano. Tuvimos que averiguar si las condiciones geográficas se prestaban más a una frecuencia AM o a una del tipo FM. ¡Nos hicimos con aparatos fabricados en los años 50!

Los primeros días fueron caóticos. Teníamos un técnico, pero él tampoco tenía muchos conocimientos sobre esos aparatos antiguos. El transmisor de AM era gigantesco. Ahora ya no lo usamos. Pero realmente era interesante ver cuánto aprendimos trabajando para la radio y cómo ese trabajo nos ha unido. Una radio transforma la sociedad y abre alternativas.

Entonces ¿no usaron las frecuencias de otra emisora, sino recibieron su propia frecuencia?

Cuando compramos los aparatos ni nos habíamos planteado lo de la frecuencia. Pero había un hombre que vendía una emisora con frecuencia. Se trataba de la frecuencia de una radio que no tenía éxito en la ciudad. Mi amiga nos convenció de comprarla. Sin embargo, hasta el día de hoy, nuestra frecuencia no ha sido reconocida oficialmente. Llevamos 17 años haciendo programas radiofónicos y hemos cumplido todos los requisitos legales y aún así seguimos sin tener una licencia de emisión oficial. En el fondo, nuestras emisiones son ilegales. El gobierno no quiere que existamos, por eso yo digo que Nicaragua no es un país democrático.

¿Cómo fue su primer programa?

Lo grabamos en la habitación de una amiga. Para producir los sonidos usamos acesorios que se suelen usar en fiestas. Grabamos el programa en una cinta y lo emitimos desde otra ciudad. El primer programa se titulaba *Entre nosotras*.

Más tarde formamos grupos para reflexionar sobre qué programas podríamos hacer. Antes me había dedicado intensamente al teatro y al arte, recurriendo una y otra vez al carácter de la *Bruja*. Solía gustar mucho a la gente, por lo cual decidí aparecer, también en las ondas, como *La Bruja*.

Escuchamos atentamente los programas de otras estaciones radiofónicas y nos dimos cuenta de que los derechos de las mujeres se trataban con cinismo. Nos convertimos en críticas de esas emisoras y nos propusimos hacer lo nuestro de otra manera. Así se creó *La Bruja*.

¿Quién es La Bruja?

La Bruja es una señora de 90 años. Tiene una bola de cristal en la que puede ver a los hombres que maltratan a sus mujeres. Los llama por sus nombres y los denuncia públicamente. Por supuesto, en la realidad son las mujeres que nos escriben cartas hablándonos de sus maridos, pero tenemos que mantener su anonimato para no ponerles en peligro. Cuando recibimos una pista, la investigamos minuciosamente. Actualmente existe una ley para sancionar la violencia doméstica que estipula que cualquier persona puede denunciar la violencia intrafamiliar, no solamente las personas afectadas. Eso nos ha abierto muchas puertas.

La Bruja también pone su música y critica las canciones que ponen los medios convencionales. Las llamadas *Rancheras* son extremadamente machistas. Había una canción que era popular, con un videoclip en el que un hombre atraviesa el campo a caballo cantando "Aquí mando yo..." Se presenta como el centro de todo, como el rey. Bloqueamos esta canción en nuestra emisora, nadie tenía permiso de ponerla. No podemos pretender cambiar el mundo y al mismo tiempo hacer que la audiencia escuche esas atrocidades.

La Bruja ¿también ha recibido amenazas?

Por supuesto. Mis hijos tenían miedo, algo de lo que tardé en darme cuenta. Pero en el momento de actuar no pierdes tiempo reflexionando sobre el miedo. Una vez, un policía maltrató a su mujer, directamente en la comisaría. Pasó en Navidades, y nosotras estábamos pasando por allí y escuchamos los gritos. Forzamos la puerta a patadas y atacamos al hombre. Imagínense, el tipo sale, me agarra y dispara hacia mí. Con un arma de la guerra. Yo estaba tan rabiosa, le aparté empujando. He vivido la guerra y tengo experiencia con las armas, por eso no tuve miedo en ese momento. Mis hijos, que eran pequeños, y mi hermana estaban conmigo y yo no paraba de hablar, de lo enfadada que estaba. Cuando retomamos nuestro camino, mis hijos se pusieron a correr y a llorar. Fue realmente horrible.

En esos casos, la radio – y no las autoridades – juega un papel muy importante. Ya el día de después, dimos el nombre del policía en nuestro programa y contamos que me había atacado y que había atacado a su mujer. Unos días más tarde fui a la policía para denunciarlo – y ¡me dijeron que él me había denunciado a mí! Por resistencia al poder público, provocación de escándalo público y por embriaguez. Sus "pruebas": una botella de cerveza rota. ¡Todo era mentira! Yo estaba realmente desesperada. En realidad, la policía debería proteger a las personas, y ese policía había maltratado a su mujer y me había disparado, mis hijos pequeños estando presentes. El riesgo de que les diera con una bala era extremadamente grande. Ese hombre traumatizó a mis hijos y a mi hermana, incluso a nuestro perro que se volvió loco después de ese incidente.

Entonces grabamos una noticia breve: "El policía con nombre XY es extremadamente peligroso." La poníamos todos los días, a todas horas, todos los programas habían recibido la orden de emitirla.

El hombre no lo aguantó y se fue a otro pueblo. En este caso, la radio cumplió su misión – todos hablaron mal de él, pero las autoridades no hicieron nada, absolutamente nada. Cuando el agresor es uno de ellos, lo protegen. Por eso, es fundamental disponer de una emisora que defiende los derechos humanos. Opinamos que debería haber muchas más emisoras operadas por mujeres. Las radios comerciales no se dedican a esos temas, no propagan el cambio social sino el consumismo.

La política ¿también le ha puesto piedras en el camino?

Nuestro presidente Daniel Ortega ha abusado sexualmente de su hijastra – algo que se sabe a nivel internacional. Queríamos dejar claro que a pesar de provenir de un contexto revolucionario, no apoyamos a Ortega. Así que lanzamos una "campaña anti Daniel". Cuando vino a nuestra aldea, colgamos una pancarta en la que ponía, "Por respeto a Sandino, no a los violadores y sus cómplices en el poder". Como Paiwa sólo tiene una carretera, cualquier persona que entra en el pueblo tiene que pasar por Casa de la Mujer. Alrededor de cien hombres y mujeres arrancaron nuestras pancartas de la pared. Querían forzar la entrada en la casa pero nos defendimos. Al llegar Daniel, toda la gente se puso a exclamar "¡Daniel, Daniel!" Pero nosotras teníamos megáfonos y altavoces y nuestras voces sonaron más altas que todas las demás. Gritamos "¡Violador, violador!". Eso tuvo un efecto a nivel nacional. Nos brindaron muchísimo apoyo. El hecho de que fuimos atacadas como mujeres y que aún así nos opusimos a las personas más poderosas de este país, impresionó a la gente.

Al día siguiente tuvimos que ir a la policía para denunciar el allanamiento de morada. Nos moríamos de miedo andando por las calles. Ante el tribunal, nadie nos apoyó. A pesar de que todos los medios habían hablado de nosotras a nivel nacional, luego nadie dijo nada. Por eso decimos que Daniel Ortega es realmente peligroso.

¿Cuál es el mensaje que quieren transmitir a su audiencia?

Creo que el mundo occidental debería contribuir más al desarrollo de medios como la radio en los países en vías de desarrollo. La radio abre muchas puertas y posibilidades. Es posible recibir información sin tener que interrumpir o dejar todo lo que una esté haciendo. Las mujeres que hacen la radio ven el mundo con otros ojos. Todas las palabras y todos los sueños que se formulan para la radio son el comienzo de un cambio.

Resistencia mediante el crossmedia

País:	COLOMBIA
Libertad de prensa 2013:	Mundial: Puesto 129
Ejemplo de buenas prácticas:	OFP (Organización Femenina Popular)
Estrategia:	Crossmedia y creación de redes
Personas entrevistadas:	Yolanda Becerra (Directora) Sandra Gutierrez (activista)

El conflicto armado en Colombia

En 1948, el asesinato de Jorge Eliecer Gaitan, candidato del Partido Liberal a la Presidencia, desató protestas populares en la capital Bogotá que desembocaron en una guerra entre los Liberales y los Conservadores, conocida como *La Violencia*. Hoy en día, ese acontecimiento se considera oficialmente como el comienzo del conflicto armado que desde los años 1960 habría cobrado unas 200.000 vidas humanas. El conflicto opone el Estado colombiano y las agrupaciones paramilitares ilegales AUC por una parte a los grupos guerrilleros de izquierda FARC-EP y ELN por otra parte. En octubre de 2012 y por primera vez desde hace una década fueron retomadas las conversaciones de paz entre el gobierno y FARC. Sin embargo, Al teme que será poco probable conseguir una paz duradera mientras no exista un acuerdo vinculante por ambas partes de renunciar a la violación de los derechos humanos y de facilitar procesos judiciales justos.

Hace mucho que esta guerra civil sangrienta y compleja ha dejado de girar en torno a los ideales políticos para centrarse en los intereses económicos y sobre todo en la lucha por las tierras. La región Magdalena Medio, situada en el noreste del país donde se encuentra la sede principal de la *OFP*, es uno de los grandes focos de tensiones de Colombia. Sus recursos naturales como el petróleo, el carbón, el oro y el uranio, así como sus tierras arables fértiles la convierten en una zona muy deseada por varias partes: las empresas mineras y los grandes consorcios agroindustriales quieren satisfacer sus intereses económicos en una región tan llena de recursos naturales; los actores del conflicto armado se estacionan en esta región por su importancia a nivel geoestratégico. Los derechos de los/las pequeños/as agricultores/as y de la población indígena son a menudo pisoteados sin escrúpulos.

Tanto las asociaciones paramilitares como la guerrilla son autoras de ataques a la población civil y de gravísimas violaciones de derechos humanos. El conflicto ya ha cobrado miles de vidas y miles de personas han sido víctimas de secuestros o “desapariciones” consumados por las fuerzas públicas o los grupos paramilitares. El conflicto también se caracteriza por la violencia sexual contra niños/niñas y mujeres y por el reclutamiento de niños/niñas soldado. La ola de desplazados/as internos/as, que figura entre las más grandes de este tipo a nivel mundial y que ha llevado entre 3 y 4 millones de habitantes colombianos/as a abandonar sus casas para huir de la violencia, ilustra el desprecio de los derechos humanos y del derecho internacional humanitario por parte de todos los partidos en conflicto.

Contexto político actual

En Colombia, gravísimos crímenes que violan los derechos humanos son documentados todos los días. Por un lado, el gobierno bajo el presidente Juan Manuel Santos manifiesta su compromiso con el respeto de los derechos humanos. Por otro lado, *Al* apunta que las mejoras son escasas. La población civil – sobre todo los/las miembros de comunidades indígenas, colombianos/as afrodescendientes, miembros de organizaciones de pequeños agricultores, al igual que los/las defensores/as de los derechos humanos, portavoces municipales y sindicalistas son las principales víctimas del estado actual de los derechos humanos, provocado por tantos años de conflicto armado interno. Pero también los/las abogados/as, jueces/juezas y periodistas se ven expuestos/as a amenazas diarias por culpa de su trabajo.

La firma de la Ley de Víctimas y Restitución de Tierras en el año 2011 se puede interpretar como un paso hacia el reconocimiento de los derechos de las numerosas víctimas del conflicto. Además, el gobierno se ha comprometido a poner fin a la impunidad por violaciones de los derechos humanos. De hecho, el año pasado pudieron constatarse progresos en casos de gran interés público. Aún así, en la mayoría de los casos, los/las autores/as de las violaciones de los derechos humanos, en primer lugar delitos sexuales contra mujeres y niños/niñas, no han tenido que rendir cuentas de sus actos.

En agosto de 2013, los/las trabajadores/as de los sectores agrario, minero y de transporte se declararon en huelga porque veían sus existencias amenazadas por los tratados de libre comercio con Estados Unidos y la Unión Europea. Más tarde, varias organizaciones de la sociedad civil se sumaron a las protestas. Durante esa avalancha de manifestaciones, la más grande desde hace 20 años, se produjeron numerosas infracciones de los derechos humanos y ataques de policías y militares contra periodistas.

Los medios de comunicación

Colombia es considerado como uno de los países más peligrosos para periodistas a nivel mundial. En su clasificación de 2012, RSF califica al grupo paramilitar colombiano de ultraderecha *Aguilas Negras* entre los “Depredadores de la libertad de Información”. Oficialmente, un programa de desarme ha puesto fin a la existencia de los grupos paramilitares. En la práctica, entre 5.000 y 8.000 miembros de esos grupos siguen siendo activos bajo diferentes denominaciones. Bajo su régimen, calificado por RSF como “régimen del terror”, los/las periodistas son asesinados/as, obligados/as a autocensurarse o a abandonar el país. Sus víctimas son ante todo autores/as que publican escritos críticos sobre el sistema político, y periodistas locales y comunitarios/as. En 2010, también las FARC aparecieron en la lista de los “Depredadores de la libertad Información”.

En la clasificación mundial de la libertad de prensa de 2013, Colombia se coloca en el puesto 129, habiendo ganado 14 plazas desde la última valoración. Esa mejora se debe probablemente a las negociaciones de paz y la resultante atención incrementada a nivel internacional.

La página web “UNESCO Condemns Killing of Journalists” (La UNESCO condena los asesinatos de periodistas), dedicada a periodistas asesinados/as, nombra cuatro periodistas colombianos asesinados en 2013 y otros dos asesinados en 2012 por ejercer su profesión.

En Colombia hay tres canales de televisiones nacionales públicos cuya influencia ha crecido en los últimos cinco años. No obstante, los canales televisivos más populares siguen siendo las dos grandes emisoras privadas, *Caracol* y *RCN*, a las que se atribuyen estrechas relaciones con el gobierno. Se les incrimina a menudo de no informar de manera objetiva y de ignorar las manifestaciones y los movimientos sociales.

Colombia fue uno de los primeros países latinoamericanos en tener una emisora radiofónica. Hoy en día, existen cientos de emisoras registradas, tres de las cuales emiten sus programas a nivel nacional: *Caracol* y *RCN*, y la emisora radiofónica pública *Señal Colombia*. A todas ellas se añaden numerosas emisoras universitarias y escolares, y radios comunitarias.

Menschenrechtssituation für Frauen

Las colaboradoras de organizaciones defensoras de los derechos de las mujeres se ven regularmente expuestas a fuertes amenazas y a violaciones, la mayoría de las veces por parte de paramilitares o guerrilleros. También las personas lesbianas, gays y transgénero son objetos de hostilidades y amenazas de muerte. En 2011, un miembro de una fundación transgénero fue asesinado en Pasto, situado en el sur del país. El asesinato fue cometido poco después de que los grupos paramilitares habían distribuido panfletos llamando a la población a participar en la “limpieza social”.

El uso sistemático de la violación, el abuso y la violencia sexual como armas de guerra en el contexto del conflicto armado representa un problema crucial en Colombia. Las mujeres son tratadas como “botines de guerra” con el objetivo de intimidar a la población civil. Según un informe de Amnistía Internacional, los agresores vienen de todos los partidos involucrados en el conflicto y, salvo unas pocas excepciones, suelen salir impunes. La impunidad en crímenes de este tipo es mucho más frecuente que en otros tipos de infracciones de los derechos humanos.

En 2012, el Congreso ratificó una ley que pretende hacer justicia a las víctimas de la violencia sexual, sobre todo en el contexto del conflicto armado, poniendo bajo pena la desnudez, el aborto o el embarazo forzados. A la hora de realizar de las investigaciones para el presente estudio, la ley todavía no había entrado en vigor.

OFP – Organización Femenina Popular

Estrategias:

- El crossmedia – televisión, radio, Internet y medios escritos – alcanza una amplia audiencia
- La creación de redes internacionales crea seguridad
- El empoderamiento mediante la adquisición de conocimientos y capacidades

La OFP forma parte de las organizaciones de mujeres más grandes e importantes de Colombia. Fue fundada en 1972 en Barrancabermeja en la región Magdalena Medio, una zona gravemente azotada por conflictos, donde sigue teniendo su sede principal.

La iniciativa partió de la Iglesia Católica con el objetivo de apoyar a las mujeres en su autoorganización en la lucha contra la violencia doméstica y la injusticia social. La OFP nació en el apogeo de la teología de la liberación y de los movimientos sociales en Colombia. Desde 1998, la OFP se organiza de forma autónoma e independientemente de la Iglesia. En 1996, cuando el conflicto en el Magdalena Medio entró en una fase aguda, la OFP se declaró como organización de defensa de los derechos humanos e inició el *Movimiento Social de Mujeres Contra la Guerra y por la Paz*.

Desde 2000, la *Organización Femenina Popular* actúa a nivel nacional y ha instaurado oficinas en la capital Bogotá y en Neiva.

La OFP se guía por los siguientes principios: civilidad, autonomía y resistencia.

La civilidad

Es comprendida por la OFP como estatus político que permite propuestas de vida inspiradas en modelos democráticos y no en modelos dictatoriales y militaristas.

La autonomía

Es el fundamento de la ética política de la organización y se refleja en [su] accionar. La organización no acepta ningún tipo de presión por parte del Estado, no de los actores armados legales e ilegales. OFP tampoco se subordina al poder.

La resistencia activa no violenta

Es el principal mecanismo para defender y construir los derechos que han sido negados por la condición de clase y de género. Las mujeres de OFP se resisten a todas las formas de violencia basada en el género o en la clase social.

La OFP promueve la resistencia a la militarización de la vida civil por cuenta de todos los actores armados legales e ilegales, al desplazamiento forzoso, a la expropiación de viviendas, resistencia ante la negociación de los derechos y espacios de participación para la mujer, ante la presión y cooptación de las armas, resistencia ante el trato de la mujer como botín de guerra, ante la discriminación y el maltrato.

Las áreas de trabajo de la OFP son la soberanía alimentaria, el Movimiento Social de Mujeres Contra la Guerra y por la Paz, los derechos humanos de las víctimas, la salud, la formación, el área jurídica, los productos de artesanía, los alimentos y las campañas.

La OFP y los medios de comunicación

La OFP apuesta por un uso estratégico de los medios para denunciar públicamente y para difundir sus mensajes. Hasta 2006, la organización disponía de un programa televisivo, un programa radiofónico y una revista. Ambos programas se emitían bajo el mismo nombre, *La Mohana*, y cubrían toda la región de Magdalena Medio. El proyecto era financiado durante tres años por la Unión Europea en el marco del *Laboratorio de Paz*. Cuando la financiación llegó a su fin, ambos programas tuvieron que ser suspendidos. En esos programas, mujeres de la región contaban sus propias historias. Mediante reportajes informativos se denunciaba la situación preocupante en la que se encontraba la organización y, en general, toda la región de Magdalena Medio.

La revista del mismo nombre, *La Mohana*, informaba sobre las actividades de la organización y sacaba tres ediciones anuales que luego se redujeron a una. Al final, tuvo que ser suspendida por completo por falta de recursos financieros.

Hoy en día, la OFP mantiene un blog en línea para informar de sus logros y actividades. Además de textos escritos el blog también ofrece vídeos. Su color dominante es el violeta – el color en contra de la violencia contra las mujeres que es usado por organizaciones de mujeres en el mundo entero. La página incluye un enlace dedicado a explicar el significado y uso de los diferentes símbolos y colores que son significativos para el movimiento.

"Globalizar la solidaridad"

Entrevista con Yolanda Becerra (Directora) y Sandra Gutierrez (activista)

¿Qué puesto ocupan los medios comunitarios en Colombia?

Yolanda Becerra: Los medios de por sí desempeñan un papel importante. El Estado colombiano y el gobierno lo saben y aprovechan los medios para sus fines. Nosotras pensamos que los medios alternativos son importantísimos. Lamentablemente, se necesitan muchos recursos para mantenerlos, sobre todo a nivel nacional. Y nosotras sólo disponemos de recursos a nivel regional. Hay que invertir mucho trabajo, ya que es lo único que nos queda para alcanzar a las personas y para difundir un mensaje diferente, auténtico. Eso es en lo que venimos trabajando. En todo caso, los medios alternativos conocen muchos límites, son perseguidos y tan gravemente obstaculizados que a veces no pueden hacer su trabajo.

¿Cómo fue recibido su programa radiofónico?

Yolanda Becerra: Era un programa con varios componentes. Se denunciaban crímenes y había debates sobre temas actuales de la región. Las mujeres mismas diseñaban los programas, cinco minutos diarios. Con el paso del tiempo, fuimos adquiriendo una gran audiencia, y las mujeres en las zonas rurales nos escuchaban con especial entusiasmo. Cuando pasaba un día sin emisiones, nos llamaban para quejarse. También había relatos cortos sobre mujeres con las que las oyentes se identificaban. De esa manera, manteníamos un contacto directo con las mujeres y podíamos crear conciencia sobre los derechos de las mujeres.

El programa televisivo y radiofónico se llamaba "La Mohana". ¿Qué significa?

Yolanda Becerra: La Mohana es el espíritu femenino del agua. En nuestra región, hay una leyenda sobre una mujer que surge del agua y conquista a los hombres. Tuvimos largas discusiones sobre ese nombre. De alguna manera, nos identificábamos con ese carácter porque nosotras también queríamos conquistar a muchos hombres y a muchas mujeres a través de los medios. Nuestro objetivo era crear conciencia para la realidad y los derechos humanos. Nos gustó la idea de ese carácter mitológico: una mujer desnuda que surge del agua. El nombre por sí sólo fascinaba a la gente.

Los programas ¿los hacían Ustedes mismas?

Yolanda Becerra: Sí. Teníamos un equipo de periodistas que nos asesoraba y se encargaba de toda la parte técnica. Pero el programa en sí lo hacíamos nosotras. El programa televisivo, por ejemplo, lo grabábamos los viernes. Y tardábamos toda la noche porque siempre había que repetir mucho. Todavía no teníamos esa práctica, esa experiencia. Todo el equipo de directoras de la OFP trabajaba con ayuda de las periodistas. Fue una experiencia muy bonita. Aprendimos a hacer periodismo. Al final, ya no tardábamos tanto en hacer un programa porque ya teníamos más experiencia.

Debido a la falta de recursos financieros tuvieron que suspender el programa televisivo y radiofónico en 2006. ¿Qué hacen ahora para difundir su mensaje?

Yolanda Becerra: Ahora nos dedicamos sobre todo a la observación de los derechos humanos. Publicamos nuestros informes mediante un observatorio. Así estamos intentando encontrar un nuevo camino para llegar a la gente. No ha sido fácil volver a empezar de cero. Naturalmente, la televisión era un medio óptimo, porque es una de las formas más sencillas de alcanzar a la audiencia. Pero bueno, ahora intentamos crear nuevos mecanismos mediante la observación de los derechos humanos.

¿Cuál es el papel de Internet?

Sandra Gutierrez: Las personas con mayor acceso a la Red son los/las estudiantes. Pero la mayor parte de las mujeres apenas tiene acceso a Internet. Nosotras, como organización, la aprovechamos para divulgar nuestros informes cuando una mujer se encuentra en una situación difícil. También tenemos redes sociales donde publicamos todas las informaciones sobre la situación en la región y en Colombia. Es una forma de informar al público sobre todo lo que hacemos y todo lo que pasa en la región.

Yolanda Becerra: Creo que el uso que las organizaciones de base dan a las tecnologías modernas sigue siendo insuficiente. Las mujeres las usan aún menos. Tenemos que hacer esas tecnologías nuestras y adentrarnos más en ese campo para alcanzar todavía a más personas. Hacemos muchísimas cosas, pero no escribimos ni difundimos mucho sobre ellas. Y creo que esta limitación es una característica de todas las organizaciones sociales de base. Hacemos cosas, pero se nos olvida informar a la gente sobre ellas. Por ejemplo, tenemos páginas web que no están actualizadas. Simplemente no escribimos mucho.

¿Por qué les cuesta tanto recaudar fondos?

Yolanda Becerra: La cooperación con los/las promotores/as tiene sus límites porque muchas veces no quieren que divulguemos ciertas informaciones. Por eso, rara vez se financian proyectos mediáticos. Teníamos una estructura muy potente y grande en el ámbito de la comunicación que tuvimos que reducir con el paso del tiempo. Todavía estamos en ese proceso, buscando posibilidades de rellenar ese hueco que se ha formado. Buscando cómo podemos mantener la comunicación ahora que ya no tenemos esos medios que teníamos antes.

Su trabajo es un trabajo muy expuesto al público. El conflicto armado ¿en qué medida influencia las actividades de la OFP?

Yolanda Becerra: Los medios son un arma de doble filo. Igual que pueden ayudar a construir un proyecto político y a fomentar alternativas, también pueden ser involucra-

dos en la destrucción de esas alternativas. Por eso, una de las estrategias de nuestro trabajo mediático siempre ha sido mantener una buena relación con los medios y los/las periodistas. Tienes que ser amiga de los/las periodistas. No obstante, también hemos vivido hostilidades y ataques por parte de los medios. Porque los medios también suelen obedecer a ciertas ideologías y/o ciertos dinatismos políticos.

En el proceso de paz en Colombia ¿ha habido progresos al nivel de la base, o sea, que se hagan notar en la vida de las personas?

Yolanda Becerra: Nosotras opinamos que la situación en Colombia no ha cambiado. Ha cambiado su forma. Para nosotras, el paramilitarismo sigue existiendo. La desmovilización realmente no fue más que una farsa. Fue una negociación entre los mismos frentes, porque los paramilitares son una estrategia del gobierno. Ha cambiado la manera de seguir el conflicto armado, la manera de actuar, la manera de operar. Los riesgos siguen existiendo.

Hace dos días por ejemplo, dos personas, un hombre y una mujer, ambos encapuchados, entraron en el apartamento de una colega nuestra. La amordazaron y amenazaron, ensuciaron sus paredes, robaron su ordenador y todos su datos – todo eso son señales de que la situación sigue siendo muy difícil y peligrosa. Y sigue siendo difícil denunciar a alguien, porque muchos de nuestros amigos internacionales, muchas organizaciones, creen que la situación ha mejorado. No les gusta especialmente que sigamos denunciando las violaciones de los derechos humanos. Entonces nos dicen, “Eso no es verdad, la situación ha cambiado y mejorado, fijaos, ya está bien.” Entonces intentamos respetar lo que nos dicen – pero nosotras que lo vivimos sabemos que las cosas no han cambiado mucho. Y que por eso se vuelven cada vez más peligrosas.

Cada día se hace más difícil presentar una denuncia, ya que, para empezar, en Colombia eso no interesa. Y segundo: ¿cómo se puede hablar de esas cosas cuando en Colombia supuestamente ya reina la paz, cuando las cosas supuestamente ya han cambiado, cuando en Colombia supuestamente ya no existen los grupos paramilitares? ¿Cómo podemos entonces convencer a la gente de que la situación sigue siendo difícil? Por eso, las organizaciones de base y de derechos humanos están atravesando una situación muy difícil.

A su parecer, ¿qué papel juega el género como factor en el proceso de paz?

Yolanda Becerra: La paz requiere la participación de las mujeres. La guerra nos ha hecho sufrir muchísimo. Pero las mujeres no hemos creado el conflicto armado. Sin embargo, hemos perdido mucho en ella, porque en la guerra se extermina la vida. Las mujeres damos la vida, la creamos en todas las situaciones. Fuimos perseguidas y asesinadas por la lógica machista de la guerra.

Las agresiones contra las mujeres alcanzan enormes dimensiones y son muy específicas. Por ejemplo, tuvimos que presenciar asesinatos de mujeres que fueron violadas y a las que después clavaron palos en la vagina. A las embarazadas les cortaron la tripa y extirparon los bebés. Una mujer se negó a tener una relación con un paramilitar, así que la persiguieron, torturaron y ejecutaron. Los paramilitares también han atacado una y otra vez a mujeres jóvenes porque eran guapas y no cedían a los acercamientos de los hombres. Muchas mujeres fueron obligadas a trabajar de prostitutas. Todo esto muestra que una guerra que sigue esa lógica patriarcal puede hacer cosas muy, muy horribles a las mujeres.

Pero también en el contexto de la paz emprendemos una dura lucha porque las circunstancias son determinadas por los hombres. Tenemos que ser el doble de inteligentes que los hombres, dos veces más comprometidas, dos veces más trabajadoras para que las circunstancias se pongan a nuestro favor y podamos desempeñar un papel. A veces notamos que nos hacemos cada vez más importantes en la resistencia. Los hombres son muy cobardes a menudo, actúan dentro de unas estructuras diferentes y están atados a la lógica de la guerra y del patriarcado. De esa manera, su libertad de acción y sus posibilidades de obrar, actuar y resistirse son más reducidas que las nuestras. Pero cuando las estructuras cambian, también se abren nuevas posibilidades para los hombres. Entonces vuelven a reprimir a las mujeres, negando su papel. O sea, realmente tenemos que sostener una lucha permanente para conseguir la paz.

¿Cuál es un tema especialmente prioritario para Ustedes en este momento?

Yolanda Becerra: Creo que es muy importante mantener el valor de la solidaridad – por encima de las fronteras. El mercado se vuelve cada día más globalizado, la guerra se está globalizando, al igual que los intereses económicos de la gente rica. Pero yo creo que tenemos que globalizar la solidaridad. Eso quiere decir que nos comprometamos cada día más a ese elemento que es la solidaridad entre las mujeres de todos los países para cambiar las realidades de las mujeres. Es algo difícil y duro en todos los países, pero en Colombia se añade el conflicto armado – por desgracia, somos uno de los pocos países latinoamericanos en los que sigue habiendo un conflicto armado. Entonces lo tenemos mucho más difícil. La realidad de las mujeres es mucho más dura.

Cada día luchamos por dar de comer a nuestros/as hijos/as, cada día luchamos por que puedan respirar, cada día luchamos para protegerlos/las y hacer su vida posible. Es una lucha en la que perseveramos las 24 horas del día – para proteger, intentar sobrevivir, pero también para intentar transformar la realidad en nuestro país. No es fácil. Por eso creo que es muy importante globalizar la solidaridad entre nosotras, entre las mujeres.

Resumen

Las estrategias presentadas en este capítulo ponen de relieve la diversidad de los caminos que emprenden las mujeres en sus respectivos contextos políticos y sociales para atraer la atención sobre sus temas y reivindicaciones. Tienen algo en común: usan el enorme poder de los medios de comunicación y los convierten en multiplicadores y amplificadores de sus voces y reivindicaciones.

Mientras que organizaciones como *Sister Namibia* y *Palabra de Mujer* actúan a nivel local induciendo cambios mediante la colaboración directa con la población de las aldeas, otras iniciativas como *Gender Links* y *TAMWA* han creado redes internacionales. De esa manera, se benefician de las enormes cantidades de conocimientos y capacidades que intercambian. Así, las mujeres son potenciadas a nivel transnacional.

La *OFP* a su vez trabaja en la base y a nivel regional con todos los medios de comunicación que estén a su disposición, aunque acepta apoyo de la comunidad internacional. Esto ayuda a proteger la organización que se ve constantemente amenazada por el conflicto armado.

Por último, la *radionovela* es una herramienta que puede ser usada en cualquier momento y cualquier lugar. Es un instrumento que da alas a dos grandes fuerzas que todas las mujeres llevan dentro, y que las convierte en factores de los procesos de transformación: la fantasía y la creatividad.



Conclusión

Los medios de comunicación son instrumentos poderosos que representan diferentes realidades y les hacen cobrar vida. Pueden mantener las estructuras del poder patriarcal y perpetuar la discriminación de los grupos desaventajados de la población, en primer lugar de las mujeres, niñas y personas transgénero. Al mismo tiempo, poseen una fuerza por la vida que los capacita para desmontar los sistemas que abusan del poder y contribuir a la potenciación de las mujeres y niñas, como ilustran los ejemplos expuestos en este estudio.

El acceso a las herramientas para la creación mediática tiene una larga historia: Ya en los años 1970, la reclamación del libre acceso a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) era un tema ampliamente debatido por los grupos de la sociedad civil que se oponía a los intereses económicos y al afán de poder de los principales actores de la economía de la información (*information economy*). A nivel internacional, los países industriales reclamaban el uso exclusivo de los medios de comunicación y del saber relacionado con ellos. En cambio, los países del Sur Global que se estaban liberando poco a poco de la supremacía de las potencias coloniales temían la formación de un nuevo tipo de dominio – el imperialismo cultural.

Por eso, los movimientos cívicos de protesta de aquella época reclamaban el mismo acceso a la información, la comunicación y el saber para todo el mundo. Su punto culminante fue el informe MacBride “Un Solo Mundo, Voces Múltiples” publicado por la UNESCO en 1980. El comité encargado del informe reivindicaba un nuevo orden mundial de la información con una comunicación abierta, libre y equilibrada. Las potencias occidentales se ofendieron ante esas reivindicaciones por miedo a que pudiera decrecer su poder y crecer la autonomía de los llamados países en vías de desarrollo.

Por consiguiente, el nuevo orden mundial de la información sigue siendo una idea visionaria que no se ha hecho realidad. Seguimos estando lejos del acceso libre y paritario a la información y la comunicación: tres de cada cien africanos/as tienen acceso a Internet, mientras que en los países del G8 la mitad de la población usa la Red. Las mujeres se ven más afectadas que los hombres por este desequilibrio conocido como “brecha digital” o “división digital”. Asimismo, las mujeres corren más riesgo de ser pobres y analfabetas, y sus posibilidades de participar en la toma de decisiones políticas les son negadas con más frecuencia.

El dominio masculino también se refleja en el mundo de los medios: el 76 % de las personas que figuran en las noticias habladas o escritas en el mundo son hombres (GMMP de 2010). Aunque el número de mujeres periodistas y reporteras está creciendo, este progreso hacia la paridad se desarrolla mucho más lentamente en los niveles directivos. Todavía estamos a años luz de la igualdad de derechos y oportunidades - tenemos que seguir reivindicando.

Tratar con los medios de comunicación siempre ha sido, y sigue siendo, un elemento esencial de los movimientos de mujeres en el mundo entero. La Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada en Pekín en 1995 representa un hito en la consagración internacional de los derechos de la mujer. Allí fueron formulados dos objetivos cruciales referentes a los medios y los derechos de la mujer: aumentar la tasa de mujeres en los puestos directivos de los grupos mediáticos y acabar con la representación estereotipada de la mujer como objeto sexual, víctima y madre.

También los movimientos críticos con la globalización insisten constantemente en estas reivindicaciones ante los medios, la economía y la política.

Las reclamaciones que las organizaciones de mujeres y los movimientos de la sociedad civil han formulado a lo largo de las cuatro últimas décadas, dirigiéndose a los gobiernos, las organizaciones internacionales, los medios de comunicación y las ONGs, siguen aún en pie:

- el acceso de todos/as a las tecnologías de la información y la comunicación
- reconocer la discriminación que sufren las mujeres en el sector de la tecnología de la información
- el acceso de las mujeres a las TICs y su participación en ellas
- integrar a las mujeres en el desarrollo de sociedades de la información democráticas
- introducir directrices de género en todos los medios, incluyendo
 - el acceso de las mujeres como profesionales de los medios a los medios de comunicación
 - la representación de las mujeres a todos los niveles directivos del medio en cuestión
 - la cobertura mediática equilibrada y no estereotipada de las mujeres
 - la financiación y formación de mujeres profesionales de los medios
 - reconocer las necesidades especiales de las mujeres de minorías
 - el uso de la tecnología apropiada
- garantizar la libertad de opinión y de prensa
- proteger a las periodistas y a las activistas por los derechos humanos
- garantizar la independencia de Internet y el libre acceso a la Red
- un periodismo libre, independiente de la política y los intereses comerciales
- fomentar y potenciar los medios alternativos y comunitarios
- promocionar la diversidad cultural y étnica

Los medios comunitarios desempeñan un papel crucial a la hora de hacer realidad estas reivindicaciones. Pueden realizar sus programas con independencia de los intereses políticos, las tasas de audiencia y la presión económica. Ellos son *the voice for the*

voiceless, la voz de quienes no tienen voz, y proporcionan una plataforma a los grupos marginados de la sociedad – a las minorías étnicas, los/las analfabetas, las mujeres, las personas transgénero etc. Al operar a nivel local pueden dedicarse a temas que son “demasiado intrascendentes” para los grandes medios operando a nivel nacional, pero fundamentales para la población local. Convierten a las mujeres y niñas en personas con responsabilidad y en protagonistas activas de la realidad política, cultural y social, contribuyendo desde muchos ángulos a acabar con la representación estereotipada y discriminatoria de las mujeres en los medios de masas y en la publicidad.

Perspectivas

A pesar de enumerar sólo unos cuantos ejemplos de cómo las mujeres participan en los medios de comunicación, el presente estudio refleja muy bien la diversidad de las estrategias que las mujeres emplean para moverse en el mundo de los medios. En todas las partes del mundo, las mujeres han descubierto y/o conseguido luchando vías por las que sus reivindicaciones y sus ideas visionarias son escuchadas. La fantasía y la creatividad, la creación de redes, el crossmedia, la concienciación a nivel de la base y los métodos poco convencionales como el periodismo “de golpe” (*bang style*) o la creación de un personaje femenino ficticio que transmite los mensajes, son estrategias eficaces que a lo largo de los años se han convertido en historias de éxito. Pueden infundir inspiración y valor a las organizaciones de mujeres que todavía se encuentran en los comienzos de su trabajo mediático.

Gracias a la evolución continua de las tecnologías de la comunicación, a las posibilidades técnicas que se vuelven cada vez más fáciles de usar, y a las nuevas puertas que nos abre Internet, estas estrategias se transformarán y muchas otras nacerán. En el futuro, los vídeos podrían convertirse en una forma de trabajo mediático cada vez más relevante para las mujeres – los teléfonos inteligentes (*smartphone*) posibilitan la grabación de vídeos en calidad HD y los software libres y de código abierto facilitan cada vez más su modificación de manera autónoma. Las organizaciones de mujeres profundizarán cada vez más en la comprensión y el uso de la fuerza de las imágenes y su inherente poder de iniciar el cambio.

Por eso, al igual de los medios de masas, los medios comunitarios están en constante evolución. No son una construcción estática, sino todo un campo dinámico que desempeña diferentes papeles según su entorno. También en el futuro seguirán siendo un instrumento esencial para potenciar y hacer valer los derechos de las mujeres. La reclamación del derecho a la comunicación y de un acceso paritario a ella sigue en pie – del mismo modo que los objetivos formulados en 1995 en la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada en Pekín.



Bibliografía

Publicaciones científicas

- AMARC The African Community Radio Manager's Handbook. A guide to sustainable radio. (s.l., s.f.).
- AMARC International. Women's Empowerment and Good Governance through Community Radio. Best experiences for an action research process. Montréal, 2008.
- AMARC-ALC. La radio después de la radio. Buenos Aires, 2011.
- Anderson, Benedict. Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism. Verso. Nueva York, 1991.
- Berger, Guy. Considering Community Radio in Africa, in: Reader, Bill/Hatcher, John A. (eds.). Foundations of Community Journalism. Thousand Oaks. SAGE Publications, 2012.
- Bonin, Marie-Hélène (ed.). What is Community Radio? A resource guide. AMARC Africa and Panos Southern Africa. Johannesburg, 1998.
- Byerly, Kenneth R. en: Reader, Bill/ Hatcher, John A.(eds.). Foundations of Community Journalism. Thousand Oaks. SAGE Publications, 2012.
- Cabrera-Balleza, Mavic. Community media by and for women- a challenge to fulfill the promise. AMARC-WIN. Sydney, 2007.
- Calabrese, Andrew. he MacBride Report, en: Quaderns del CAC, Nr. 21, Barcelona 2005.
- Dal-Bianco, Claudia. Eine andere Kommunikation ist möglich, en: Frauensolidarität 2/2013.
- Daniels, George L. Broadcasting and Community Journalism, en: Reader, Bill/ Hatcher, John A.(eds.). Foundations of Community Journalism. Thousand Oaks. SAGE Publications, 2012.
- Frank, Liz. Alle Menschenrechte für alle! Zum Stand der Lesbenbewegung in Namibia, en: Frauensolidarität 2/2009.
- García Gago, Santiago. Radio libres. Democratizar la comunicación a través de las TLC, en: FES Comunicación, Perspectivas, 6/2013.
- Gurumurthy, Anita. Challenging gender inequalities in the information society, en: Gender and ICTs, en: Gender and Development in brief. Bridge Bulletin. Issue 15. Brighton, 2004.
- Hancock, Allan/Hamelink, Cees J. Many more voices, another world. Looking back at the MacBride Recommendations, en: Vincent, Richard C./ Nordenstreng, Kaarle/ Traber, Michael (eds.). Towards equity in global communication. MacBride update. Hampton Press, Cresskill, 1999.
- Hoffmann, Julia. Communication Rights, Democracy & Legitimacy. The European Union. Erlangen, 2009.
- Howley, Kevin. Understanding Community Media. SAGE Publications, Thousand Oaks, 2010.
- Hume, Janice. Community Journalism and community history, en: Reader, Bill/ Hatcher, John A.(eds.). Foundations of Community Journalism. Thousand Oaks. SAGE Publications, 2012.
- Institute of development studies. Community radio for development. id21 email discussion. Brighton, 2006.
- MacBride, Seán et al. Many voices, one world. Towards a new and more just and more efficient world information and communication order. Kogan Page, London/Unipb, Nueva York/Unesco, París, 1980.
- Macharia, Sarah/Morinière, Pamela. Learning Resource Kit for Gender-Ethical Journalism and Media House Policy. Book 1: Conceptual Issues. WACC, FIP, 2012.
- Macharia, Sarah/Morinière, Pamela. Learning Resource Kit for Gender-Ethical Journalism and Media House Policy. Book 2: Practical Resources. WACC, FIP, 2012.
- Made, Pat. Women in the news. Strengthening the Voice and Visibility of Women in the African Media's Coverage of Elections, Politics and Governance. A Handbook for Women Politicians and the Media. IPS. Craighall, 2008.
- Mendel, Toby. The right to information in Latin America. A comparative legal survey. UNESCO. Quito, 2009.
- Myers, Mary. Radio and Development in Africa. A concept paper. International Development Research Center of Canada, 2008.
- Ortiz Sabrera, Soledad Amelia. Radio comunitaria: alternativa de comunicación y desarrollo en el Distrito de San Martín de Porres de Lima Metropolitana. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Letras y Ciencias Humanas. Lima, 2002.
- Reader, Bill/ Hatcher, John A. (eds.). Foundations of Community Journalism. Thousand Oaks. SAGE Publications, 2012.
- Reader, Bill. Community Journalism. A Concept of connectedness, in: Reader, Bill/Hatcher, John A. (eds.). Foundations of Community Journalism. Thousand Oaks. SAGE Publications, 2012.
- Rodger Streitmatter. Mightier than the sword. Mightier than the sword. How the news media have shaped American History (2nda ed.). Philadelphia. Westview Press, 2008.
- Sánchez, José Ignacio: La radio comunitaria 1. Universidad Nacional Abierta y a Distancia: Santafé de Bogotá, 1998.
- Steiner, Linda. Community Journalism must tackle tough local issues, en: Reader, Bill/ Hatcher, John A.(eds.). Foundations of Community Journalism. Thousand Oaks. SAGE Publications, 2012.
- Tabing, Louie. How to do Community Radio. UNESCO. Nueva Delhi, 2002.
- Wicke, Gesa. Namibias starke Frauenstimmen, en: Südwind Magazin, Marzo de 2009.

Documenos, declaraciones e informes

AMARC International. Annual Activity Report 2012. Montréal, 2013.
AMARC-WIN. Gender-Richtlinien für Freie Radios. Montréal, 2008.
Amnesty International. Annual Report 2013. The state of the world's human rights.
Amnesty International. Annual Report 2012. The state of the world's human rights.
Amnesty International. This is what we demand: Justice! Impunity for sexual violence against women in Colombia's armed conflict, Londres 2011.
Amnesty International. Listen to their voices and act. Stop the rape and sexual abuse of girls in Nicaragua. Londres, 2010.
Decision of the 57th Meeting of the IPDC Bureau, 2013.
Sánchez, José Ignacio. La radio comunitaria comunitaria1. Universidad Nacional Abierta y a Distancia: Santafé de Bogotá, 1998.
Friedrich-Ebert-Stiftung, African Media Barometer. The first home grown analysis of the media landscape in Africa. Namibia 2011. fesmedia Africa. Windhoek, 2011.
GMMP Report. WACC, 2010.
GMMP Report. ¿Quién figura en las noticias? Informe regional America Latina. WACC, 2010.
GMMP Report. Who makes the news? Regional Report Africa. WACC, 2010.
Namibia Ministry of ICT. Broadcasting Policy for the Republic of Namibia. Windhoek, 2008.
Reporter ohne Grenzen. Rangliste der Pressefreiheit, 2013. [Reporteros Sin Fronteras, Clasificación de la Libertad de Prensa 2013, versión en alemán]
Reporter ohne Grenzen. Americas-Press Freedom Index, 2013.
Reporter ohne Grenzen. Africa-Press Freedom Index, 2013.
Reporter ohne Grenzen. Predators of the Press Freedom, 2012.
Reporter ohne Grenzen. Predators of the Press Freedom, 2010.
SADC. Protocol on Gender and Development. Johannesburg, 2008.
South Africa & SADC. OMD Media Facts 2013. Blueprint, 2013.
WACC. Projects 2012. Taking sides. Toronto, 2012.
Women's Initiatives for Gender Justice. Gender Report Card 2011 on the International Criminal Court. La Haya, 2011.
WSIS Civil Society Plenary. Shaping Information Societies for Human Needs. Civil Society Declaration to the World Summit on the Information Society. Ginebra, 2003.
Werden, Frida. Women in Radio in North America. 30 Jahre AMARC. Montreal, 2013.
Yaros, Laura. Women in AMARC. The early years. 30 Jahre AMARC. Montréal, 2013.

Fuentes digitales en línea

ALER – Red de migración » <http://redmigracion.aler.org/>
AMARC Africa » <http://africa.amarc.org/index.php?p=home&l=EN>
AMARC International » <http://www2.amarc.org/>
AMARC – América Latina y el Caribe » <http://alc.amarc.org/>
BBC Costa Rica country profile » http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/country_profiles/1166587.stm
BBC News Latin America & Caribbean, Nicaragua profile » <http://www.bbc.co.uk/news/world-latin-america-19914143>
BBC News Latin America & Caribbean, Colombia profile » <http://www.bbc.co.uk/news/world-latin-america-19390073>
BBC News Africa, Namibia profile » <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-13890725>
BBC News Africa, Tanzania profile » <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-14095831>
BBC News Africa, South Africa profile » <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-14094861>
CANARA – Cámara Nacional de Radio de Costa Rica » <http://www.canara.org>
CRIS Campaign » <http://www.crisinfo.org/>
Ciranda » <http://www.ciranda.net/rubrique58>
Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Colombia: Impunidad, Autocensura y Conflicto Armado Interno » <http://www.dhcolombia.info/spip.php?article205>
Deutscher Journalistinnenbund – GMMP Report
» <http://www.journalistinnen.de/journalistinnenbund/projekte/gmmp.html>

Fischer, Stefan. Bewertung der Pressefreiheit in Namibia verbessert. Namibiana, 2012
 » <http://www.namibiana.de/namibia-information/pressemeldungen/artikel/bewertung-der-pressefreiheit-in-namibia-verbessert.html>

French, Eric: Panorama de Medios en Costa Rica
 » <http://civic.mit.edu/blog/ericfrenchmonge/panorama-de-medios-en-costa-rica>

Gender Links » <http://www.genderlinks.org.za/>

Geschichte der UNESCO. Eine Chronik » <http://www.unesco.de/chronik.html>

Gupta, Niharika. Analysis of MacBride Report, 2012
 » <http://guptaniharika.blogspot.co.at/2012/02/analysis-of-mcbride-report.html>

Hansen-Bundy, Benjy. Sexual violence employed methodically in Colombia's armed conflict, Colombia Reports, 2013 » <http://colombiareports.com/sexual-violence-employed-methodically-in-colombias-armed-conflict/>

Heinrich-Böll-Stiftung, Peking + 10 » http://www.glow-boell.de/de/rubrik_2/5_46.htm

Hervé, Florence. Afrikanische Schwestern, AG Friedensforschung, 2009 » <http://www.ag-friedensforschung.de/regionen/Namibia/sister.html>

Hofmann, Eberhard. Viele Journalisten in Namibia üben Selbstzensur. Namibiana, 2011
 » <http://www.namibiana.de/namibia-information/pressemeldungen/artikel/viele-journalisten-in-namibia-ueben-selbstzensur.html>

INAMU – Instituto Nacional de las Mujeres. Femicidio » http://www.inamu.go.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=57&Itemid=1518#femicidio

IPU – Women in National Parliaments » <http://www.ipu.org/wmn-e/world.htm>

Janischweski, Charlotte. Kampf für die Pressefreiheit in Namibia. WAN-IFRA, 2012 <http://www.wan-ifra.org/de/articles/2012/07/12/kampf-fuer-die-pressefreiheit-in-namibia>

La voz de la radio comunitaria. El Espectador, 2011 » <http://www.elespectador.com/impreso/unchatcon/articulo-266869-voz-de-radio-comunitaria>

Löding, Torge. 35 Jahre für Femizid. Costa Rica ratifiziert wegweisendes Gesetz. AG Friedensforschung. San José, 2007 » <http://www.ag-friedensforschung.de/regionen/Costa-Rica/femizid.html>

Matta, Pia. Radios comunitarias y libertad de expresión. El quinto poder, 2011
<http://www.elquintopoder.cl/medios/radios-comunitarias-y-libertad-de-expresion/>

Media Activism in the World Social Forum, 2013 » <http://www.fsm2013.org/en/node/166>

Media Club South Africa, The media in South Africa
<http://www.mediaclubsouthafrica.com/themedias/36-themedias/mediabg/110-the-media-in-south-africa>

OFP – Organización Femenina Popular » <http://organizacionfemeninapopular.blogspot.co.at/>

Peace Brigades International. Kolumbien im Spannungsfeld zwischen Profitstreben und Menschenrechten
 » <http://www.peacebrigades.ch/de/projekte-schweiz/speaking-tours/ccalp-und-aheramigua/>

Radio Internacional Femenista » <http://www.fire.or.cr> oder <http://www.radiofeminista.net/>

Reporter ohne Grenzen. Südafrikas Präsident stoppt Geheimnisschutzgesetz – ROG lobt Etappensieg für die Pressefreiheit » <https://www.reporter-ohne-grenzen.de/presse/pressemitteilungen/meldung-im-detail/artikel/suedafrikas-praesident-stoppt-geheimnisschutzgesetz-rog-lobt-etappensieg-fuer-die-pressefreiheit/>

Sister Namibia in Ongwediva, The free library, 2010 » <http://www.thefreelibrary.com/Sister+Namibia+in+Ongwediva.-a0233322726>

UNESCO IPDC » <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/intergovernmental-programmes/ipdc/>

UNESCO Press. Director-General denounces murder of Tanzanian Community radio reporter Issa Ngumba
 » http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/news-and-in-focus-articles/all-news/news/director_general_denounces_murder_of_tanzanian_community_radio_reporter_issa_ngumba/#.UjSWkxbJ_-k

UNESCO Communication and Information. Women radio broadcasters in Nicaragua speak out against sexism
 » http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/news-and-in-focus-articles/all-news/news/women_radio_broadcasters_in_nicaragua_speak_out_against_sexism/

UNESCO Condemns Killing of Journalists
 » <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/freedom-of-expression/press-freedom/unesco-condemns-killing-of-journalists/>

UN Women: Beijing and its Follow-up » <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/>

WACC Projects 2012 » <http://www.waccglobal.org/>

Weltsozialforum 2013 » <http://www.fsm2013.org/en>

Wikipedia, Colombia » http://es.wikipedia.org/wiki/Colombia#Medios_de_comunicaci.C3.B3n

WINGS » <http://www.wings.org/>

WSIS – World Summit on the Information Society » <http://www.itu.int/wsis/basic/about.html>

Lectura complementaria y emisiones radiofónicas

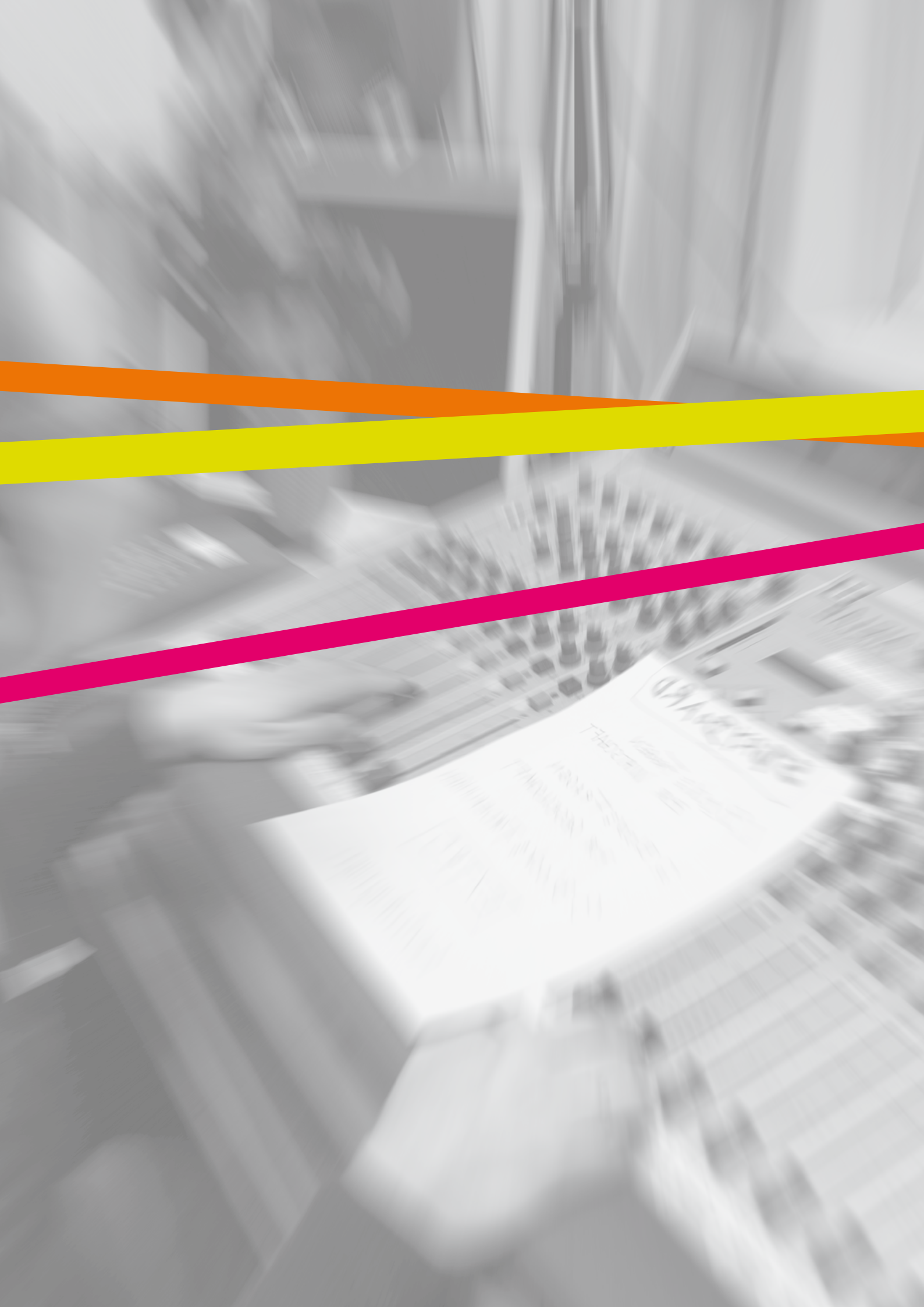
- Dal-Bianco, Claudia. Medienwerkzeuge in eigener Hand. Massenkommunikation und Frauenrechte, in: Frauensolidarität 2/2012.
- Haidacher, Caroline/Hörtner, Maria. Solidarität globalisieren. Kolumbianische Frauenbasisorganisation OFP im Interview mit Women on Air. <http://noso.at/?p=2576>
- Jenamani, Sarita/Neumayer, Helga. If you can talk, you can sing. Über einige Herausforderungen des entwicklungspolitischen, feministischen Medienschaffens. En: Feministischen Medien. Susemichel, L./Rudigier, S./Horak, G/Eft, M. (eds.). 2008.
- Neumayer, Helga. Talk, listen, get the ideas. Zwei Frauen der Tanzanian Media Women's Association (TAMWA) im Gespräch mit Women on Air. <http://noso.at/?p=79>
- Neumayer, Helga. Palabra de mujer – Frau am Wort. Studio-Livegespräch mit nicaraguanischen Radiomacherinnen. <http://noso.at/?p=2428>
- Neumayer, Helga. Radio Broadcasting: A Tool for Women's Development. <http://noso.at/?p=1770>
- Neumayer, Helga. Einen Sarg für deine Zunge! <http://noso.at/?p=40>
- Neumayer, Helga. Dem Machismo eins auswischen. Mit Radio und Fußball den Wandel herbeiführen – Ein Interview mit der nicaraguanischen Aktivistin Yamileth Chavarría. En: Frauensolidarität 2/2011.
- Neumayer, Helga. Einen Sarg für deine Zunge! Über die Herausforderungen von Medienaktivitäten in der kolumbianischen Frauenbasisarbeit. En Frauensolidarität 1/2008
- Perle, Nela. Radio zur Unterstützung auf dem Weg in den Norden. Zentralamerikanische Community-Medien und Migrantinnenorganisationen planen eine gemeinsame Öffentlichkeitskampagne. En: Frauensolidarität 1/2012.
- Schäfer, Rita. Gemeinsame Interessen vertreten. Frauenorganisationen und Netzwerke in Afrika. En: Frauensolidarität 1/2012.

Entrevistas

- Lucia Ruiz, Radio Vallekas, ex-representante de AMARC-RIM Europa Occidental.
entrevista realizada el 16.11.2013 por Skype
- Gladness Hemedi Munuo, mediadora regional de Gender Links
entrevista realizada el 8.9.2013 por Skype
- Seidy Salas Viquez, capacitadora de radionovelas
entrevista realizada el 25.6.2013 en Viena
- Valerie Msoka, cofundadora y Directora ejecutiva de TAMWA
entrevista realizada el 23.6.2013 en Viena
- Jamileth Chavarría, Radio *Palabra de Mujer*
Interview am 17. 9. 2012 in Wien
- Sarah Ganter, asistente de investigación en la Universidad de Viena
entrevista realizada el 25.4.2013 en Viena
- Laura Sasman, Directora de Sister Namibia
entrevista realizada el 11.1.2013 por Skype
- Yolanda Becerra, Sandra Gutierrez, OFP
entrevista realizada en noviembre de 2011 en Viena

Lista de acrónimos

AI	Amnistía Internacional
AMARC	Asociación Mundial de Radios Comunitarias
AMARC-RIM	AMARC-Red Internacional de Mujeres
AUC	Autodefensas Unidas de Colombia
Canara	Cámara Nacional de Radio Costa Rica
CEDAW	Comité para la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer
CIERRO	Centro Inter-africano de Estudios de la Radio Rural en Ouagadougou
CMSI	Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información
ELN	Ejército de Liberación Nacional
FARC-EP	Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia-Ejército del Pueblo
FIP	Federación Internacional de Periodistas
FMML	Foro Mundial de Medios Libres
FSM	Foro Social Mundial
GBV	Violencia de Género
GMMP	Proyecto de Monitoreo Global de Medios
IDM	Indicadores de Desarrollo Mediático
IPS	Inter-Press Service
MCT	Media Council of Tanzania
MGF	Mutilación Genital Femenina
MISA	Instituto de Medios de Comunicación de África Austral
MISA-TAN	Instituto de Medios de Comunicación de África Austral – Tanzania
NBC	National Broadcasting Company
NWICO (NOMIC)	Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación
OMC	Organización Mundial del Comercio
ODM	Objetivos de Desarrollo del Milenio
OFP	Organización Femenina Popular
PIDC	Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación
RCN	Radio Cadena Nacional de Televisión de Colombia
Red MICA	Red de Medios e Iniciativas de Comunicación Alternativas
RIF	Radio Internacional Femenista
RSF	Reporteros Sin Fronteras
SABC	South African Broadcasting Corporation
SADC	Comunidad de Desarrollo de África Austral
TAMWA	Asociación de Mujeres Periodistas de Tanzania
TBC	Tanzania Broadcasting Communication
TIC	Tecnologías de la Información y la Comunicación
UIP	Unión Interparlamentaria
UIT	Unión Internacional de Telecomunicaciones
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
UNICEF	Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia
WACC	Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana
WINGS	Women's International News Gathering Service



THE 2015

- 1. JAMES H. HARRIS
- 2. JAMES H. HARRIS
- 3. JAMES H. HARRIS
- 4. JAMES H. HARRIS
- 5. JAMES H. HARRIS
- 6. JAMES H. HARRIS
- 7. JAMES H. HARRIS
- 8. JAMES H. HARRIS
- 9. JAMES H. HARRIS
- 10. JAMES H. HARRIS
- 11. JAMES H. HARRIS
- 12. JAMES H. HARRIS
- 13. JAMES H. HARRIS
- 14. JAMES H. HARRIS
- 15. JAMES H. HARRIS
- 16. JAMES H. HARRIS
- 17. JAMES H. HARRIS
- 18. JAMES H. HARRIS
- 19. JAMES H. HARRIS
- 20. JAMES H. HARRIS
- 21. JAMES H. HARRIS
- 22. JAMES H. HARRIS
- 23. JAMES H. HARRIS
- 24. JAMES H. HARRIS
- 25. JAMES H. HARRIS
- 26. JAMES H. HARRIS
- 27. JAMES H. HARRIS
- 28. JAMES H. HARRIS
- 29. JAMES H. HARRIS
- 30. JAMES H. HARRIS
- 31. JAMES H. HARRIS
- 32. JAMES H. HARRIS
- 33. JAMES H. HARRIS
- 34. JAMES H. HARRIS
- 35. JAMES H. HARRIS
- 36. JAMES H. HARRIS
- 37. JAMES H. HARRIS
- 38. JAMES H. HARRIS
- 39. JAMES H. HARRIS
- 40. JAMES H. HARRIS
- 41. JAMES H. HARRIS
- 42. JAMES H. HARRIS
- 43. JAMES H. HARRIS
- 44. JAMES H. HARRIS
- 45. JAMES H. HARRIS
- 46. JAMES H. HARRIS
- 47. JAMES H. HARRIS
- 48. JAMES H. HARRIS
- 49. JAMES H. HARRIS
- 50. JAMES H. HARRIS
- 51. JAMES H. HARRIS
- 52. JAMES H. HARRIS
- 53. JAMES H. HARRIS
- 54. JAMES H. HARRIS
- 55. JAMES H. HARRIS
- 56. JAMES H. HARRIS
- 57. JAMES H. HARRIS
- 58. JAMES H. HARRIS
- 59. JAMES H. HARRIS
- 60. JAMES H. HARRIS
- 61. JAMES H. HARRIS
- 62. JAMES H. HARRIS
- 63. JAMES H. HARRIS
- 64. JAMES H. HARRIS
- 65. JAMES H. HARRIS
- 66. JAMES H. HARRIS
- 67. JAMES H. HARRIS
- 68. JAMES H. HARRIS
- 69. JAMES H. HARRIS
- 70. JAMES H. HARRIS
- 71. JAMES H. HARRIS
- 72. JAMES H. HARRIS
- 73. JAMES H. HARRIS
- 74. JAMES H. HARRIS
- 75. JAMES H. HARRIS
- 76. JAMES H. HARRIS
- 77. JAMES H. HARRIS
- 78. JAMES H. HARRIS
- 79. JAMES H. HARRIS
- 80. JAMES H. HARRIS
- 81. JAMES H. HARRIS
- 82. JAMES H. HARRIS
- 83. JAMES H. HARRIS
- 84. JAMES H. HARRIS
- 85. JAMES H. HARRIS
- 86. JAMES H. HARRIS
- 87. JAMES H. HARRIS
- 88. JAMES H. HARRIS
- 89. JAMES H. HARRIS
- 90. JAMES H. HARRIS
- 91. JAMES H. HARRIS
- 92. JAMES H. HARRIS
- 93. JAMES H. HARRIS
- 94. JAMES H. HARRIS
- 95. JAMES H. HARRIS
- 96. JAMES H. HARRIS
- 97. JAMES H. HARRIS
- 98. JAMES H. HARRIS
- 99. JAMES H. HARRIS
- 100. JAMES H. HARRIS