

RESUELVE

1. Organizar y promover la realización de la **PRIMERA JORNADA LATINOAMERICANA DE LA MUJER PERIODISTA**, en donde se debatirán temas específicos sobre su situación socio-económica, la participación en los medios de comunicación y actividades afines a la comunicación social, así como la formación profesional actual.
2. Aceptar las proposiciones de Colombia, Ecuador y Venezuela sobre la realización de unas Jornadas de la Mujer Periodista Latinoamericana, a efectuarse en Bogotá, Colombia, en el segundo semestre de 1983 y recomendar a la Federación Colombiana de Periodistas y Trabajadores de la Prensa, FEDEPRENSA, para que en consulta con el Presidente de la FELAP y la Unión Nacional de Periodistas de Ecuador, elaboren el temario y asuman la responsabilidad de su organización.

Exhortar a las organizaciones nacionales afiliadas a la FELAP a promover y respaldar las investigaciones propuestas, a fin de que sus resultados sean presentados en estas jornadas.

De igual forma la FELAP:

CONSIDERANDO

Que la población infantil latinoamericana es víctima del proceso de transculturación que padecemos como países dependientes;

Que este proceso les impone modelos foráneos y les

crea necesidades que los lleva a identificarse con personajes e ideas ajenas a sus propias realidades;

Que se hace necesaria la revisión de la calidad y el contenido de los materiales dedicados a nuestros niños;

Que como comunicadores sociales nuestra función es eminentemente formativa y orientadora;

Que es necesario definir el tratamiento y selección de los temas para niños que sirvan de elemento enriquecedor en pro de una formación más saludable.

RESUELVE:

1. Organizar y promover un seminario para profesionales de la comunicación social de América Latina, que estudie los problemas del niño como lector, sus necesidades y expectativas en la lectura.
2. Aceptar la proposición de Venezuela de realizar el seminario en Caracas, en el primer semestre de 1983 y recomendar al Colegio Nacional de Periodistas para que, en consulta con la Presidencia de la FELAP y los expertos que estime necesarios, elabore el temario y asuma la responsabilidad de su organización;
3. Exhorta a las organizaciones nacionales afiliadas a la FELAP a promover Seminarios Nacionales sobre los problemas y perspectivas del niño como lector, a fin de que sus resultados sean presentados en el Seminario Latinoamericano.

Conclusiones del Seminario de ILET

La comunicación alternativa de la mujer en América Latina

Los días 9, 10 y 11 de marzo fue celebrado el Seminario "LA COMUNICACION ALTERNATIVA DE LA MUJER EN AMERICA LATINA", en la sede del ILET, México, D.F.

La UNESCO y la Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia de México, apoyaron la realización del mismo.

A partir del relato de experiencias de comunicación alternativa de la mujer y de la evaluación de éstas a la luz de los aportes teóricos al Seminario, los participantes llegaron a las siguientes conclusiones respecto de las características de la **Comunicación Alternativa de la Mujer**:

Es un proceso de permanente búsqueda, dentro de las condiciones del sistema imperante, por crear espacios y formas que permitan abrir oportunidades de expresión. Apunta a generar un proceso participativo, de diálogo social y de creatividad amplia, ubicado dentro del contexto de los sectores sociales dominados

La comunicación alternativa de la mujer en América Latina es un conjunto de intentos por presentar imágenes de mujeres y enfoques de la problemática femenina "alternativos" a los que predominan en el mo-

delo transnacional de comunicaciones.

Tiene un carácter alternativo en la medida que se plantea como expresión de un proyecto histórico de cambio, de resistencia cultural y de construcción solidaria. Un proyecto que va en dirección inevitablemente opuesta a los autoritarismos políticos, económicos y culturales que, en América Latina, son propios de la racionalidad del modelo transnacional de desarrollo.

Se plantea como conciencia crítica y creadora de la sociedad, a partir de la ruptura que la mujer latinoamericana haga de las ataduras -viejas y nuevas- que hoy la perjudican. Es en este sentido donde la mujer tiene un papel, el cual adquiere toda su fuerza en la medida que nace de la conciencia que ésta to-

me de la realidad que la rodea y su aporte posible al cambio.

- La comunicación Alternativa de la Mujer, en contraste con la estructura de comunicación dominante, se concibe a sí misma, no como una mercancía, sino como un arma educativa y liberadora y como un servicio útil a la solución de problemas reales.
- Se presenta en distintos niveles y prácticamente en todas las formas de comunicación existentes. Dependiendo del alcance y del plano en que la comunicación alternativa opera, surgió una clasificación en micro, medianos y macro-medios. Cada nivel tiene validez para enfrentar al modelo transnacional de comunicaciones que, a su vez, funciona en varios planos.
 - Los micro-medios alternativos son los de menor alcance, requieren de menor tecnología, pero hablan de un mundo hecho de proximidades y es por eso que su influencia, no obstante la precariedad de sus recursos, puede ser extraordinaria y significativa. (Folletos, boletines, teatro, diapositivas, etc.)
 - Los medios alternativos de desarrollo intermedio tienen un alcance nacional. Son aquellos que plantean las plataformas de síntesis y los grandes temas donde una comunidad nacional alternativa encuentra sus orientaciones, sus motivaciones e informaciones. Tienen la fuerza de su mensaje. Este se encuentra, fundamentalmente, en revistas, diarios, radio emisores y estaciones de televisión.
 - Los macro-medios alternativos tienen una dimensión que emerge de la articulación de esfuerzos nacionales, regionales o mundiales. Es el caso de ciertas agencias de noticias y redes como Inter Press Service, OIM (Oficina Informativa de la Mujer), ISIS y otras.

Por otra parte, operan los mensajes alternativos de la mujer insertos en los medios dominantes (programas de radio, de televisión, artículos, etc.) Todas estas formas se articulan en un todo en función de un proyecto común solidario, democrático y participativo.

- La comunicación alternativa se concibe en una estrecha relación con una praxis social que la alimenta y le sirva de respaldo. Una mirada a las múltiples formas de comunicación nos sugiere que la alternatividad solo se construye en una estrecha vinculación con una realidad social activa, donde las dimensiones participativas son determinantes para la persistencia del fenómeno comunicativo.

- Postula formas y contenidos que constituyen un lenguaje propio, el cual no es fácil de construir ni descubrir. El es parte de una conciencia colectiva, de una imagen popular que los comunicadores alternativos necesitan descubrir insertándose dentro de la realidad social de las grandes mayorías, marginadas de la comunicación dominante.

APORTES Y DIFICULTADES DE LA COMUNICACION ALTERNATIVA DE LA MUJER.

Del relato de las propias experiencias de comunicación alternativa de la mujer, presentes en el seminario, se

concluyó que ésta ha hecho aportes que han permitido avanzar en los siguientes sentidos:

- Contribuir a democratizar las comunicaciones dándole voz y participación a sectores marginados. En este sentido, se señaló el valor que tiene para lo alternativo la expresión popular recogida como testimonio.
 - Contribuir a romper el flujo vertical característico de la información dominante para hacerlo más horizontal y participativo. En ese sentido, no solo se plantea como un verdadero proceso comunicativo para las mujeres sino desde las mujeres, con las mujeres.
 - Contribuir a contrarrestar la imagen de la mujer y la perspectiva de su problemática que están entregando los medios de información dominantes.
 - Reflejar a mujeres reales en oposición a las imágenes estereotipadas que prevalecen en los medios de comunicación tradicionales y culturales de las grandes mayorías de mujeres latinoamericanas.
 - Ayudar a crear conciencia en la sociedad respecto de la problemática de la mujer.
 - Acrecentar el nivel de reflexión sobre la condición de la mujer y la necesidad de su emancipación, no solo en su beneficio sino estrechamente vinculada a cambios que apuntan a la democratización de procesos más amplios que afectan a todos.
 - Lograr que la mujer sienta una identidad propia y una revalorización de sí misma.
 - Ampliar los estrechos límites del llamado "mundo femenino", brindándole una información que lleve a la mujer a buscar y participar en la solución de sus problemas.
 - Promover la organización y movilización de la mujer latinoamericana a nivel local, nacional y regional.
 - Ayudar a la recuperación de los valores sociales, políticos y culturales que ha pretendido marginar, destruir o recuperar la cultura transnacional y contribuir a la formulación de una identidad cultural en la que se reconozcan, especialmente, los sectores femeninos populares.
 - Recoger el malestar de muchas mujeres, su insatisfacción, sus contradicciones y sus angustias, no para canalizarlos hacia el consumo, sino hacia una mayor lucidez que la mueva a participar críticamente en el logro de cambios positivos en su beneficio y en beneficio de la sociedad en su conjunto.
 - Cuestionar el carácter "natural" de muchos roles que la cultura le asigna a hombres y mujeres.
- Las dificultades de las experiencias y del proceso de creación de la comunicación alternativa de la mujer señaladas fueron las siguientes:
- El alto nivel de penetración de los mensajes de la cultura dominante en las mujeres de distintos sectores sociales.
 - La dificultad de acceso a los medios de información de mujeres de sectores populares por analfabetismo, pobreza, aislamiento en zonas rurales, etc.
 - La dificultad de organización de las mujeres debido a los bajos índices de incorporación de la mujer a trabajos donde puede darse la organización laboral; el ais-

lamiento en que viven las mujeres dedicadas al trabajo doméstico; el doble rol por mediación del cual las mujeres trabajen fuera de sus casas (de hecho, trabajan más de 14 horas diarias) y el machismo en la cultura, entre otros.

- La falta de conciencia, al interior de las propias organizaciones femeninas y feministas, de la importancia de la comunicación, no solo como obstaculizadora de un cambio sino, también, como instrumento indispensable para acelerar el éxito de los objetivos que persiguen.
- La escasez de recursos financieros destinados a experiencias de este tipo reduce la capacidad de proyección y continuidad de los medios ya existentes así como la posibilidad de crear otros nuevos.
- La escasa importancia que dan a las comunicaciones las instituciones, organismos, fundaciones que canalizan ayuda financiera. No existe un adecuado nivel de conciencia del potencial de la comunicación alternativa como instrumento para "avanzar hacia un orden más justo para las mujeres" e "incorporar a la mujer al desarrollo", conceptos que sí tienen algo más internalizados.
- La dificultad de abrirse paso y competir con medios que, gracias a la publicidad, pueden venderse bajo su precio de costo a pesar del despliegue de imágenes y de colores, que hacen de la comunicación un espectáculo.
- Los actuales sistemas de distribución, estrechamente vinculados a las comunicaciones dominantes, no están al alcance de los medios de comunicación alternativa de la mujer y, a menudo, rehusan distribuirlos.
- La ausencia de reflexión, de mecanismos de evaluación y sistematización de su propia práctica por parte de los grupos y personas que están realizando experiencias de este tipo.
- La dificultad de encontrar lenguajes adecuados capaces de lograr una identificación y un compromiso en amplios sectores de mujeres.
- La atomización y el aislamiento en que operan las distintas experiencias de comunicación alternativa de la mujer frente a la propuesta homogénea y articulada de la estructura transnacional de comunicaciones.
- La cooptación de mensajes alternativos por parte del sistema de comunicaciones dominante.
- Las políticas autoritarias, en materia de comunicación, de muchos gobiernos latinoamericanos.

PERSPECTIVAS Y PROPOSICIONES DE ACCION A FUTURO.

A partir de los debates y de la discusión de las distintas experiencias y como una manera de fortalecer la acción y la reflexión sobre la comunicación alternativa de la mujer, surgieron propuestas de acción concretas en los siguientes niveles:

A nivel de investigación.

El Seminario propuso:

- Hacer un diagnóstico sobre el estado de las organizaciones femeninas y feministas en América Latina de manera de poder valorar las formas de inserción de la mujer latinoamericana en el movimiento internacional por la liberación de la mujer.
- Hacer un trabajo de detección a nivel nacional y regional, que permita establecer y mantener al día un registro de las experiencias de comunicación alternativa de la mujer en América Latina.
- Identificar los espacios para mensajes de comunicación alternativa de la mujer en medios de comunicación tradicionales.
- Identificar personas (periodistas, comunicadores y otros) que estén produciendo material de comunicación alternativa de la mujer. Se sugirió organizar y mantener al día, en coordinación con FELAP (Federación Latinoamericana de Periodistas), un registro de mujeres periodistas de América Latina con indicación de los medios en que trabajan y sus áreas de especialización.
- Promover líneas de investigación que apunten a la búsqueda de lenguajes de la comunicación alternativa de la mujer que respondan a las realidades sociales y culturales de diferentes sectores y que deberán surgir de la vida cotidiana de estos mismos.
- Promover líneas de investigación que apunten a la búsqueda de canales alternativos de distribución de los medios y mensajes de comunicación alternativa de la mujer. En este sentido, se sugirió encauzar esa búsqueda hacia la interrelación con organizaciones femeninas y feministas.
- Buscar posibilidades de financiamiento alternativos a la publicidad ya que, por un lado hay contradicciones profundas entre el mensaje publicitario y el mensaje alternativo, y, por otra, ésta es particularmente nociva a la imagen de la mujer.-
Promover la investigación en torno a la publicidad aceptable y no aceptable por los medios de comunicación alternativa de la mujer, ya que no es fácil prescindir de ella en el contexto de la actual estructura de comunicaciones de América Latina.
- Promover la investigación en América Latina sobre el tema general de mujer y comunicación.
- Buscar, a nivel de los símbolos, de la subjetividad y de una temporalidad femenina, la explicación del goce que muchas mujeres experimentan con algunas formas de comunicación dominantes.*
- Promover investigaciones científicas en el dominio de la subjetividad y de las estructuras inconscientes de la personalidad que apunten a explicar de qué maneras y en qué planos las comunicaciones dominantes actúan en el inconsciente femenino.*

* Estas investigaciones tendrían por objeto dar luces de cómo responder en un sentido desalienado a estas estructuras profundas.

A nivel de producción y difusión de material.

El Seminario acordó:

- La producción y distribución de "Dossiers" sobre la comunicación alternativa de la mujer que recojan y evalúen las experiencias existentes en este sentido. Deberán ser hechos en un lenguaje sencillo para poder ser leídos y analizados por organizaciones femeninas de base.
- La elaboración de un libro, por parte del ILET, que recoja las experiencias de comunicación alternativa de la mujer que participaron en el Seminario, las cuales integrarán al relato de su praxis los aportes teóricos y prácticos que emergieron del evento.
- Continuar con la producción del Servicio de recortes "Mujer" por parte de la Unidad de Comunicación Alternativa del ILET, como forma de apoyo informativo, de intercambio e interrelación entre las distintas experiencias.
- La distribución anual de dossiers, por parte de la Unidad de Comunicación Alternativa de la Mujer del ILET, sobre temas relativos a la mujer y su tratamiento por los medios de comunicación de América Latina.

A su vez el Seminario propuso:

- La elaboración de dossiers sobre temas relativos a la mujer de artículos aparecidos en los medios de comunicación evaluados con un sentido crítico.
- La elaboración de dossiers temáticos, a nivel de investigación, que profundicen sobre temas relacionados con la mujer y que puedan ser distribuidos a organizaciones femeninas y feministas, institutos de investigación, medios de comunicación alternativos y tradicionales; universidades, organismos gubernamentales y no gubernamentales.
- La búsqueda de caminos para la creación de un banco de fotografías e ilustraciones centralizado que pueda prestar servicio a los medios de comunicación alternativa de la mujer. Se señaló la importancia del material gráfico y falta de disponibilidad de material de este tipo que responda a los requerimientos de una comunicación alternativa.
- La creación de mecanismos "traductores" (que transmitan en un lenguaje periodístico) el material sobre la condición femenina producido por Naciones Unidas, Instituciones de Investigación, Universidades, Organizaciones Gubernamentales y no gubernamentales, Seminarios u otros, con el fin de hacerlo accesible a públicos más amplios.
- La creación de mecanismos que hagan posibles que los resultados de las investigaciones, encuentros y otros, sean llevados a los medios masivos en formas periodísticas y artísticas accesibles a un vasto público. Esto contribuirá a acortar la brecha que existe entre la conciencia de unos pocos y la conciencia de la sociedad con respecto a la problemática femenina.
- La creación de mecanismos que extiendan el alcance y multipliquen el efecto de materiales de comunicación alternativa de la mujer. (Redes, medios reproductores, materiales seleccionados, canales de distribución, etc.)

- Dar cuenta de los objetivos, las experiencias y conclusiones de este Seminario, a nivel de medios y de organizaciones.

A nivel de intercambio de experiencias y creación de redes.

Los participantes señalaron la importancia de la creación y ampliación de redes como mecanismos útiles para darle una mayor proyección a los esfuerzos que se están realizando en forma aislada y la necesidad de fortalecer esas experiencias y crear una zona conjunta de legitimidad en el escenario comunicativo Nacional y Continental.

Los pasos acordados para avanzar en este sentido fueron los siguientes:

- Iniciar un intercambio de material: (artículos, reportajes, ilustraciones, fotografías, cassettes y otros) bajo la forma de un cruce generalizado, con el fin de:
 - Fomentar lazos bilaterales y multilaterales entre las distintas experiencias.
 - Facilitar la reproducción de artículos, con mención de fuentes, entre las distintas experiencias.
 - Encomendar materiales especiales sobre un país o tema.
- Publicitar las experiencias presentes entre sí, por medio de viñetas o mensajes radiales, orientados a la búsqueda de suscripciones que le vayan dando una progresiva dimensión internacional a las experiencias.
- Utilizar las redes ya existentes (ISIS, OIM) y otras que surjan, así como los medios de comunicación alternativa de la mujer, para promover, cada tres meses, campañas temáticas a nivel continental. Se eligió como tema para la primera campaña el de "La Comunicación Alternativa de la Mujer".
- Promover las campañas temáticas, no sólo a través de redes informativas y medios, sino también a través de talleres, grupos de reflexión, seminarios y encuentros realizados con organizaciones femeninas de base.
- Ampliar la actual Oficina Informativa de la Mujer, O.I. M., para avanzar hacia un servicio informativo de la mujer con mayor dimensión en América Latina. En particular se señaló:
 - La importancia de que este servicio avance hacia un autofinanciamiento y obtención de fondos complementarios.
 - La importancia de poder ofrecer este material también como un servicio aparte del paquete regular de Inter Press Service para hacerlo accesible a otros medios.
 - La importancia de promover una acción solidaria de mujeres que estén dispuestas a escribir ad-honorem durante un período de tiempo.
 - La necesidad de que a este servicio puedan acceder gratuitamente los medios alternativos de la mujer que no disponen de los medios económicos que le permitan adquirirlo.

A nivel de la Educación y organización para la comunicación.

- Se sugirió la necesidad de que las organizaciones femininas y feministas asuman una particular preocupación por el tema de las comunicaciones:
 - a) A nivel del "consumo crítico" de los medios y mensajes que hoy deforman la imagen de la mujer y promueven estilos de vida y de consumo alejados de la realidad de la mujer latinoamericana.
 - b) A nivel de la creación de medios y mensajes alternativos al modelo de comunicación imperante, como una manera de democratizar las comunicaciones y acelerar el proceso de cambio en la condición femenina.
- Se sugirió la necesidad de que, a nivel escolar y en las escuelas de periodismo y comunicaciones, se analice el modelo de comunicación dominante respecto a la imagen de mujer que promueve, y se introduzca el tema de la condición femenina y el sexismo en la cultura con el fin de ir creando conciencia en los profesionales de la comunicación.

Con el objeto de cubrir estas necesidades se sugirió:

- La realización de seminarios, talleres o cursos a fin de crear mayor conciencia en los jóvenes y en los futuros profesionales de la comunicación respecto del problema de la mujer.
- La creación de talleres a nivel de organizaciones femininas de base con el objeto de crear conciencia,

reflexionar y movilizar en torno a la comunicación alternativa de la mujer.

- La realización de talleres para la discusión e investigación de expresiones culturales femeninas que permitan la liberación de las potencialidades creadoras de las mujeres.
- La creación de grupos nacionales vinculados a iniciativas existentes o a nuevas iniciativas que evalúen anualmente el tratamiento que los medios de comunicación dan a la mujer.

A nivel de la realización de eventos.

Los participantes concordaron en estimar necesarias la celebración anual de un **Seminario Latinoamericano** para evaluar la marcha de las experiencias de Comunicación Alternativa de la Mujer.

- Se propuso la realización de un segundo evento de **Comunicación Alternativa de la Mujer** a realizarse en Ecuador para 1983. Se propuso que este evento fuera organizado por el ILET y la revista Nueva Mujer del Ecuador.
- Promover la convocatoria de una **Conferencia Latinoamericana de Comunicación Alternativa de la Mujer** para 1984.
- Promover encuentros locales y nacionales sobre la Comunicación Alternativa de la mujer.
- Promover reuniones con periodistas y comunicadores para explicar los objetivos y conclusiones del Seminario y reflexionar sobre la comunicación alternativa de la mujer.

CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

o POR UN NUEVO ORDEN
INFORMATIVO

o NUEVAS CORRIENTES TEORICAS
DE LA COMUNICACION

o COMUNICACION ALTERNATIVA

o DEMOCRATIZACION DE LOS
SISTEMAS DE INFORMACION



o INNOVACIONES TECNOLOGICAS
Y PEDAGOGICAS

o TEMAS DESARROLLADOS
POR LOS ANALISTAS
MAS REPRESENTATIVOS
DE LA COMUNICACION
DE AMERICA LATINA
Y EL MUNDO.

Si requiere más información, diríjase a CHASQUI, apartado 584, Quito, Ecuador.

