

# MOVIMIENTO DE MUJERES

## DE LOS ESPACIOS PRIVADOS A LOS ESPACIOS PÚBLICOS

Ana María Peppino Barale\*

La participación de las mujeres en los ámbitos considerados públicos (cultura, economía, política), resulta cada vez más visible. Una de las modalidades que asume la movilización femenina en América Latina es su trabajo en el campo radiofónico. Este prototipo de acción se articula con otras prácticas colectivas que tienen que ver con la emergencia de sectores sociales (campesinos, indígenas, jóvenes, mujeres) que van canalizando sus demandas e intereses alrededor de una recomposición de valores (individuales y sociales), con el propósito de construir nuevas opciones para enfrentar la imposición de un modelo de sociedad excluyente y concentradora de riqueza y oportunidades.

En este artículo me referiré a casos puntuales del trabajo de mujeres en el medio radiofónico latinoamericano. Su reconocimiento permite abordar la complejidad de una realidad, que exige un acercamiento integral para comprender el significado de esas prácticas comunicativas. Describir lo que son, constituye el primer acercamiento para explicar su contribución al paso de las mujeres de los ámbitos privados a los espacios públicos. Convocar en el papel sus actividades, demanda procesar la información captada en el trabajo de campo, obliga a compartir los resultados y también a compararlos con lo expuesto hasta el presente. Este proceso, que corresponde a la perspectiva cualitativa, busca *hacer senti-*

*do* de aquello que se está investigando, para llegar a una interpretación. El marco de interpretación lo fundamento en la sociología de los movimientos sociales, particularmente en la categoría de *nuevos sujetos sociales*. Dicha precisión metodológica permite abordar las manifestaciones novedosas de grupos sociales (en este caso el de las mujeres), que intentan determinar espacios originales de relaciones sociales para defender sus intereses y poder expresar su voluntad de participar en la sociedad desde todos sus ámbitos. En este sentido, considero necesario identificar comportamientos similares que correspondan a la creación de una identidad compartida entre las mujeres que acceden a los espacios radiofónicos comprometidos con su comunidad. Entendiendo por esto último a las radios educativas, populares y comunitarias en América Latina,<sup>1</sup> que trabajan por una comunicación *alterativa*.<sup>2</sup>

### Se hace camino al andar

En las primeras décadas de este siglo, las actividades públicas de las mujeres asumían un carácter conser-

---

1 Vid Peppino Barale, Ana María, *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina*, UAM-A/Plaza y Valdés, México, 1999.

2 En el sentido dado por Rafael Roncagliolo (Conferencia Magistral de AMARC 5 en Oaxtepec, 1992), a la comunicación

---

\* UAM-A, Departamento de Humanidades.

vador en las organizaciones de beneficencia y caridad comprometidas, también, en transmitir la herencia cultural y los valores morales. En contraposición, grupos de mujeres participaban activamente en el anarquismo, el socialismo y luego en el movimiento sufragista. Actualmente, los movimientos de mujeres se configuran alrededor de múltiples intereses y demandas que dan lugar a organizaciones vecinales, de amas de casa, de trabajadoras, de derechos humanos, de comunidades religiosas, de feministas, etcétera. En los países del cono sur, muchos de estos movimientos surgen durante la represión militar y, algunos, pierden fuerza o se transformaron al comenzar el proceso democratizador. Por ejemplo, los de orientación religiosa pasan de una etapa de apoyo a los familiares de desaparecidos, a otra dirigida a fomentar los servicios populares de salud, a mantener las ollas populares o atender las necesidades alimentarias básicas de las familias de desempleados.

En las últimas décadas, las mujeres se organizan a partir de dos vertientes: la primera, estructurada alrededor de diversas demandas como derechos humanos, calidad de vida, consumo, vivienda, salud y educación; la segunda, referida a la problemática específica de su condición de género. Los casos del primer tipo, generalmente responden a la crisis, al subconsumo, al desempleo, a la marginación, y están protagonizados mayormente por mujeres de extracción popular. Los del segundo tipo, tienen entre sus prioridades de lucha: la reivindicación del derecho sobre su cuerpo (anticoncepción, aborto, maternidad voluntaria), el castigo a violadores, la igualdad de oportunidades y salarios en una sociedad menos machista; a estos grupos pertenecen principalmente mujeres de clase media y hacen de la cultura y la ideología su campo de batalla principal, aunque existe una tendencia a la colaboración con los grupos de mujeres de sectores populares. Esta última característica es común en las organizaciones de mujeres que tienen al quehacer radiofónico como una de sus áreas de trabajo, ya que la radio cons-

tituye el espacio de acercamiento con las usuarias de los servicios que generalmente prestan dichos grupos.<sup>3</sup>

Para responder a las demandas sociales que ya no eran atendidas por los canales institucionales, fueron surgiendo diversos modos de articulación de la acción ciudadana. Estas formas de expresión de identidades colectivas y demandas sociales particulares, formalizan sus actividades y son reconocidas como organizaciones civiles que poco a poco se vuelven más visibles y se va acrecentando el reconocimiento a su labor. Así, el movimiento de mujeres se organiza en grupos que luchan desde trincheras específicas (salud, derechos humanos, violencia contra las mujeres, ciudadanía, etc.), pero que unen sus esfuerzos por la causa común: la visibilidad de las mujeres, el derecho a una participación equitativa en los asuntos privados y públicos.

### La unión hace la fuerza

Un ejemplo contundente de la importancia de compartir el camino, el esfuerzo y los logros, lo constituye la unión de cinco organizaciones de mujeres peruanas para formar el *Colectivo Radial Feminista*. Este grupo de trabajo se compone por tres instituciones peruanas: Asociación de Comunicadores Sociales *Calandria* (Lima, 1983);<sup>4</sup> Centro de la Mujer Peruana *Flora Tristán* (Lima, 1979);<sup>5</sup> Movimiento *Manuela Ramos* (Lima, 1979);<sup>6</sup> Centro Amauta de Estudios y Promoción de la Mujer (Cuzco, 1986);<sup>7</sup> y

3 En México, el programa "Dejemos de ser pacientes" (que se transmite hace ocho años por Radio Educación, lunes 11 a 12 horas) producido por Salud Integral para la Mujer-SIPAM. Sobre SIPAM leer las historias personales de 21 mujeres que construyeron esa organización de y para las mujeres: Hiriart, Berta y Mónica del Puerto (eds.), *El aliento y los pasos. Festejando diez años de Sipam*, SIPAM, México, 1997.

4 Se bautizó con el nombre de esa avecita que ocupa un lugar simbólico -portadora de buenas noticias- muy importante en la literatura de José María Arguedas (1911-1969).

5 Flora Tristán, importante luchadora social del siglo XIX, vanguardista del feminismo peruano.

6 El nombre de Manuela Ramos no alude a una mujer en especial, sino a todas las mujeres del pueblo. A las integrantes del grupo se las conoce coloquialmente como "las manuelas".

7 Transmiten programas en quechua.

cuya "vocación no es la marginalidad sino la alteración, el cambio, la transformación de las relaciones de poder en el dominio de las culturas".

Centro de Promoción de la Mujer *Micaela Bastida* (Trujillo).<sup>8</sup>

Si bien la relación se inicia fortuitamente, se va consolidando con el trabajo colectivo necesario para apoyar y capacitar a muchas mujeres que participan en la radio a nivel nacional, para lo cual se organiza por lo menos un taller anual de capacitación y también de reflexión sobre el quehacer radiofónico desde y para la mujer. En la primera etapa, las reuniones se dedican a la discusión y a la evaluación de los programas radiofónicos elaborados en cada grupo original, y se reflexiona sobre el perfil de una radio de mujeres; se teoriza mucho pero la práctica es escasa, (se elaboran dos boletines escritos y se organiza un taller nacional de capacitación dirigido principalmente al estudio de teorías de comunicación). Fueron tiempos de reconocimiento, de desconfianza, de recelo.

El siguiente paso, más firme, se orienta hacia la producción y se pone en evidencia la necesidad de capacitación técnica para mejorar los formatos. Para remediar esta deficiencia, se organizan talleres nacionales para productoras radiales. Llega el momento de ocuparse de la audiencia y *Calandria* se responsabiliza de elaborar un estudio (1992-1993), no sólo para averiguar si las escuchaban y quienes, sino para indagar acerca de los hábitos de consumo del medio, de la utilidad que la gente le encuentra a la radio; también, para estudiar la programación de las radiodifusoras y determinar como tratan a la mujer. Los resultados se discuten en las organizaciones y en el colectivo: una de las conclusiones indica que lo que definía a la audiencia y su utilidad no era “el programa” sino más bien “la emisora” y que la característica del primero se diluye en la

segunda. Esa actitud refuerza la idea de una radio propia; ese sueño comienza con las reuniones iniciadas en 1989, en el local del Movimiento *Manuela Ramos* y donde se reúnen mujeres “de Iquitos, de Cajamarca, del norte y del sur, de la selva, la sierra y la costa ... de todo el Perú”;<sup>9</sup> cuentan con el apoyo decidido de un grupo de feministas de Dinamarca (KULU) empeñadas en sacar el proyecto adelante; sin embargo, las condiciones de violencia imperantes en esa época en el país andino obligan a posponer el lanzamiento de una radiodifusora.

Pero el Colectivo Radial Feminista no ha cejado en sus propósitos. En 1994, comienzan a materializarse sus ilusiones: presentan el proyecto a distintas fundaciones y reciben los fondos necesarios para adquirir una emisora y garantizar su sostenimiento en los primeros dos años. Se trata de crear una radio urbana, ubicada en la complejidad de la ciudad, en la locura citadina donde viven muchos tipos de mujeres: un espacio para tratar sus múltiples problemas y sus salidas, para promover figuras de mujeres y hombres nuevos; se buscan contenidos que proporcionen elementos de juicio, en los cuales se una la información y opinión al sentimiento.

Como se había contemplado un proyecto regional Perú-Chile, la organización danesa decide seguir apoyando a las mujeres chilenas que sí logran concretar su objetivo. El proyecto de las integrantes del

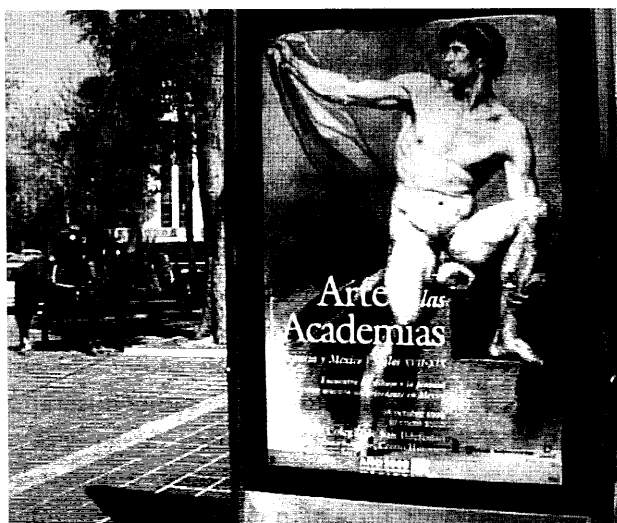
Centro de Análisis y Difusión de la Condición de la Mujer *La Morada*, está vinculado con el Colectivo Radial Feminista de Perú y contempla la coordinación e intercambio entre ambos grupos para establecer una red regional de proyectos radiales. Recibe el apoyo de diversos organismos no



Esquina de Dinamarca y Roma, colonia Juárez.

8 Micaela Bastida, heroína de la revolución indígena dirigida por Túpac Amaru en 1780.

9 Arriola, Tachi. “Mujeres...¡en el aire! Colectivo Radial Feminista del Perú”, en *Radio apasionados. 21 experiencias de radio comunitaria en el mundo*, CIESPAL, Quito, 1992, p. 159.



Esquina de Insurgentes y el Paseo de la Reforma.

gubernamentales que trabajan para mejorar la condición social femenina en Chile y en la región; sin embargo, reconocen que fue posible materializar el proyecto gracias a la “complicidad” del grupo de feministas danesas que les permite obtener el apoyo financiero del Ministerio de Relaciones Exteriores de Dinamarca. Así nace *Radio Tierra*, el 31 de agosto de 1991 en Santiago de Chile (al parecer la primera emisora feminista en América Latina).<sup>10</sup> La programación incluye espacios dirigidos a los niños, los jóvenes y los ancianos; además de las campañas feministas, enfatizan las ecologistas, antimilitares y antinucleares. Cuentan con un Centro de Recursos que se encarga de la capacitación, de la producción y de la sistematización del conjunto de proposiciones y actividades relacionados con los objetivos del grupo.

En un sistema oligopólico de propiedad de los medios de comunicación, como es el caso chileno, esta experiencia forma parte del reducido 2% de radiodifusoras que pertenecen a sectores independientes. Como sucede también en otros países, en Chile ha aumentado considerablemente la presencia femenina en la programación radiofónica, especialmente en la matutina. Sin embargo, esta participa-

ción no implica una óptica crítica ni una propuesta encaminada a romper con los modelos tradicionales, sino más bien tiende a mantener y reproducir los espacios y los papeles sociales establecidos por la sociedad para las mujeres. En ese contexto, *Radio Tierra* se define como una propuesta:

[...] para mostrar una producción simbólica y valórica diferente desde las mujeres, promoviendo tanto una actitud crítica y cuestionadora de los modelos existentes como un discurso comunicacional distinto dirigido al conjunto de la sociedad. Hoy en día, no [les] basta visibilizar el aporte femenino a los ámbitos tradicionalmente vedados como la política, por ejemplo. [Quiéren] ser capaces de mostrar la especificidad y la originalidad que puede significar nuestra presencia. [Creen] que se ha terminado el tiempo de la denuncia, el llanto y la victimización; hoy resulta estratégico [para ellas], tener propuestas culturales diferentes y mostrar producciones concretas.<sup>11</sup>

El desafío consiste en trasladar esa enunciación ideológica y política a una programación radial ágil, variada, novedosa y competitiva, que sea aceptada por la mayoría del público y que no se transforme en vocero de un grupo específico y sólo para “iniciadas”. Por supuesto, sin perder su identidad ya que *Radio Tierra* esta concebida como un medio integral y no como un conjunto de programas aislados; responde a un trabajo de diseño que define el formato, los estilos, la coherencia interna y la segmentación del público; transmite 119 horas semanales, de siete de la mañana a medianoche.

Si bien las integrantes del grupo promotor tenían experiencia en elaborar programas radiales específicos, tuvieron que enfrentar la responsabilidad de diseñar una programación que responda a planteamientos específicos desde una perspectiva de género, pero sin dejar de atender a otros segmentos de mujeres, ni a los hombres. La estrategia de posicionamiento en el espectro radiofónico cuidó especialmente la campaña publicitaria para que

10 *InteRadio* Boletín de AMARC (Quito, Ecuador), vol. 4, núm. 2, 1992, p. 3.

11 Barattini, Claudia, “Radio Tierra en el aire”, en *Mujeres y comunicación. Una alianza posible*, WACC/CEM, Buenos Aires, 1992, p. 115.

correspondiera a la imagen que querían transmitir. Igualmente, estaban conscientes de que “debían oírse muy bien”, es decir, la calidad tecnológica debía ser excelente. Y aquí se encontraron con que sólo el 13% de los técnicos en amplitud modulada eran mujeres, por lo que se tuvo que efectuar un arduo trabajo de capacitación en un ámbito masculino y cerrado. También, la comercialización de los espacios significó un aprendizaje difícil, por los escasos conocimientos en relación a los aspectos empresariales del medio con que contaban las integrantes del equipo.

Este espacio radiofónico también está abierto a otros sectores sociales que no encuentran fácil acogida en los medios de comunicación, como son los homosexuales, las personas de la tercera edad, los niños y las mujeres pobres. Lo difícil —señalan las responsables— “es lograr un equilibrio entre la programación que se abre a los que no tienen voz, y la necesidad de dialogar con el poder”. Es lógico que esta situación signifique tensiones concretas, “porque planificar un medio es muy distinto que armar un programa”. Tienen que definir una línea editorial de manera integral: decidir a quiénes se invita, qué temas políticos se deben tratar, qué acontecimientos se denuncian, cuáles son las pautas semanales.

Congruentes con sus objetivos, han incorporado colaboradores varones, aunque la producción y la dirección están a cargo de mujeres. Sin embargo, se preguntan si otorgando más espacio a los hombres, la radio seguirá siendo de mujeres. Es un punto que discuten con frecuencia, pero que resulta difícil llegar a un consenso. Otro asunto conflictivo se refiere a la necesidad de contratar a mujeres calificadas que no han incorporado la perspectiva de género a su actividad profesional y que, por lo tanto, deben ser sensibilizadas en ese sentido. Si bien, se tiene claro que no les pueden imponer el feminismo por reglamento ya que se trata de una opción voluntaria e individual. Además, se trata de construir una gestión democrática del poder —situación poco común en los medios masivos de comunicación— a partir de ejercicios cotidianos tendientes a definir un funcionamiento interno que permita a los equipos productores participar en las decisiones y en las políticas editoriales de la radio.

En Costa Rica, se forma el *Centro de Comunicación Voces Nuestras* (1989). Su objetivo: trabajar por los sectores marginados y oprimidos por razones de clase, etnia, género o edad y, especialmente, para lograr que las mujeres tengan mayor acceso al poder. Su labor esta dirigida a la apertura de espacios en la radio y, para ello, ofrecen capacitación, asesoría, producción e investigación en comunicación radiofónica, género y desarrollo sustentable.<sup>12</sup> De hecho, se trata de una lucha por la democratización de los medios, por conquistar el derecho a expresarse de las mujeres campesinas, indígenas y obreras, niñas y niños, sectores y comunidades oprimidas y discriminadas. Las integrantes de *Voces Nuestras*, parten del convencimiento de que si toda la comunidad tiene una oportunidad para debatir, reclamar y presionar a partir de sus intereses, se fortalece la sociedad civil, se contribuye al respeto por las diferencias y se construye una convivencia más armoniosa; si esta participación se realiza por medio de la radio, televisión o prensa escrita, el impacto se multiplica. De ahí, la importancia de ganar espacios en los medios masivos.

De 1990 a 1992, desarrollaron un proceso de capacitación a mujeres campesinas para la elaboración del programa radiofónico *Voz de Mujer* que se transmite, desde febrero de 1991, todos los viernes de 8 a 9 a.m. por Radio Santa Clara (550 AM), emisora católica y rural del cantón de San Carlos. Con esta realización se confirma que si bien la producción radiofónica es un trabajo especializado, puede ser accesible a personas que nunca han ejercido el oficio si media la formación y la atención a sus capacidades creadoras. Por supuesto, se requiere que tanto las participantes como las capacitadoras se identifiquen plenamente con el proyecto, y vayan superando las dificultades en forma mancomunada.

Para cumplir con los objetivos de *Voces Nuestras*, las responsables precisaron que el programa de radio debía cumplir dos condiciones esenciales: 1) construir un espacio de mujeres para mujeres; y 2) que

---

12 *Cómo se hace una voz de mujer*, Centro de Comunicación Voces Nuestras, San José de Costa Rica, 1995, p. 1.

dicho espacio les permita reconocer y analizar la situación de subordinación y opresión que viven muchas de ellas. Igualmente, se determina que las productoras de radio no deben ser las protagonistas del proceso de comunicación, sino mediadoras que posibiliten el diálogo con el público, pues no se trata de "formar productoras estrellas sino personas de oídos y corazón bien abiertos a las vivencias y problemática de la audiencia".<sup>13</sup> Tampoco se pretende elaborar un programa didáctico que enseñe el "camino correcto", sino que se busca abrir espacios de debate, donde se confronten opiniones y cada radioescucha pueda ir armando su propia visión de las cosas a partir de su experiencia perso-



Propaganda política en el Paseo de la Reforma y Havre.

nal. "En ese sentido, la propuesta se inserta en la comunicación participativa y popular".<sup>14</sup>

En la primera etapa de capacitación se realizan once talleres (julio a diciembre de 1990). El reto a vencer consiste en formar un grupo de trabajo colectivo con señoras y muchachas de la zona cuyo

mundo se reducía fundamentalmente a su casa y los quehaceres cotidianos, con escasa o nula experiencia en labores que no fueran las domésticas. Igualmente, se pretende desarrollar su autoestima y convencerlas de que eran capaces de salir adelante.

El vínculo previo de buena parte de las quince participantes con la radio (como trabajadoras de la misma o como colaboradoras del Club de Amigos<sup>15</sup>), contribuyó a la integración del equipo que logró consolidarse y constituir un grupo estable al que denominan: *Taller Mujer y Radio*. En la segunda etapa (enero a abril de 1991), las capacitadoras acompañan semanalmente al grupo para la producción del programa radiofónico y para profundizar la formación mediante talleres. En la tercera, (mayo de 1991 a febrero de 1992) se continúa con la capacitación en organización y producción.

En los talleres, los temas de género fueron abordados a partir de la vida de las participantes y atendiendo a que no sólo se trata de una emisora católica sino de un entorno general centrado en prácticas religiosas conservadoras. Por eso, las coordinadoras que venían de un medio más liberal y con conductas y vivencias que para las mujeres locales eran totalmente reprobables (divorcio, unión libre, control natal, decisión sobre sus vidas, fumar, beber), no pudieron sincerarse desde el principio por temor -justificado- a perder credibilidad y aceptación. Aunque se tocaron temas sobre sexualidad femenina, maternidad y salud, era difícil hablar de control natal y mucho más de aborto. Sin embargo, la concientización de género fue ganando terreno y se reflejó en las cuñas<sup>16</sup> como se comprueba en la siguiente que por sí sola se explica:

13 Fresia Camacho, participación en la mesa *Género y Comunicación*, Festival de los Radioapasionados y Televisonarios de América Latina y el Caribe, Quito, Ecuador, 23 de noviembre de 1995.

14 *Cómo se hace una voz de mujer*, op.cit., p. 9.

15 El Club de Amigos canaliza el aporte económico de la audiencia a la emisora. Está organizado por comunidades y tiene dos niveles de participación: los socios que pagan su cuota mensualmente, y los colaboradores que la recogen.

16 También denominados anuncios o *spots*. Se trata de mensajes cortos de 5 a 30 segundos, que en la radio comercial se emplean para promover productos o servicios, y en las radios populares para tratar de cambiar comportamientos, acciones y hábitos.

CONTROL: Música. Toques de puerta  
 Mujer: Mi amor, andá a ver quién  
 toca la puerta.  
 Hombre: ¿Y por qué no vas vos?  
 Mujer: Es que estoy sirviendo el  
 almuerzo.  
 Hombre: Ah, y yo estoy leyendo el  
 periódico.

CONTROL: Música  
 Locutora: Si nos ayudamos en los  
 oficios de la casa, tendremos más  
 tiempo para compartir nuestros  
 sueños y alegrías.

Por la delicadeza con que se debía tratar la perspectiva de género sin chocar con los fundamentos religiosos, las capacitadoras solicitan el apoyo de una teóloga que también participa en los talleres. Concluido este proceso de formación sistemática, actualmente se mantiene el vínculo entre el grupo de productoras del Taller Mujer y Radio y las integrantes de Voces Nuestras, pero ya no existe dependencia ni talleres regulares. Las integrantes de *Voces Nuestras* apoyadas por ALER,<sup>17</sup> realizan un estudio de recepción femenina del programa *Voz de Mujer*; también participan activamente en AMARC.<sup>18</sup>

En la zona cafetalera veracruzana a una hora de Xalapa, la Comisión de Comunicación de la organización Campesinas Unidas de Veracruz-CUVER, con la asesoría inicial del Colectivo de Investigación, Desarrollo y Educación entre Mujeres-CIDEM, realizan el programa *Vida Nueva* que se transmite por la XEYT



Cine Latino en el Paseo de la Reforma.

Radio Teocelo.<sup>19</sup> Cada programa es conducido por dos de las seis responsables y operado por una de las dos integrantes que se capacitaron para tal fin, también participan las socias de CUVER en forma personal o a través de las grabaciones que se realizan en las comunidades.<sup>20</sup> La comunicación –quehacer radiofónico– es uno de los ejes de trabajo<sup>21</sup> de esta organización campesina, cuyos proyectos están financiados por dos ONGs una belga y otra alemana.<sup>22</sup>

La organización de estas mujeres campesinas veracruzanas constituye un esfuerzo para construir

17 Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, creada en 1972 por los representantes de 18 Instituciones de Educación Radiofónica vinculadas a la Iglesia católica, con el propósito de extender los beneficios de la educación básica a los adultos. Posteriormente el énfasis pasó a la educación no formal y actualmente a la educación popular. Con sede en Quito, Ecuador, trabajan para formar y capacitar al personal de sus afiliadas; promueve la formación de redes nacionales y favorece convenios con otras instituciones similares. 18 Asociación Mundial de Radios Comunitarias (Montreal 1983), la sede latinoamericana se encuentra en Quito, Ecuador. Entre sus afiliadas se encuentra una amplia gama de radiodifusoras, programas radiofónicos, productores independientes, investigadores de comunicación, todos empeñados en construir espacios comunicativos que promuevan la participación de las ciudadanas y los ciudadanos.

19 XEYT con 1000 watt de potencia cubre seis municipios de la zona sur de Xalapa. El 18 de diciembre de 1998 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes otorgó la titularidad del permiso de la XEYT a la Asociación Veracruzana de Comunicadores Populares. *Vid*, Peppino Barale, Ana María, *Radio popular en América Latina. Inventario de organizaciones*, UAM-A/Gernika, México, 1993, p. 135.

20 Actualmente cuentan con 110 socias, organizadas en doce grupos de trabajo.

21 Los otros ejes se refieren: 1) uso, conservación y desarrollo de recursos naturales; 2) salud sexual y reproductiva con enfoque integral; 3) participación ciudadana y autonomía. *Vid* García Ramírez, Mayela. "La comunicación radiofónica como instrumento de generación de recursos de poderío para las mujeres", documento inédito, CIDEM, Xalapa, p. 62.

22 Braederlijk Delen, católicos de Bruselas, Bélgica; y, la Sección de Mujeres de la Asociación de Servicios de la Iglesia [evangélica] para el Desarrollo-AG KED, de Stuttgart, Alemania.

espacios nuevos, que permitan el desarrollo de respuestas originales para resolver sus problemas según sus capacidades y recursos. Este proyecto de vida desde las mujeres ha pasado por varias etapas. La *primera* (1981-1984), marca el inicio de la agrupación de mujeres a raíz del programa oficial de la Secretaría de Educación Pública en todo el estado de Veracruz, con el fin de capacitar para la estimulación temprana de los infantes de 0 a 5 años. Se organizaron grupos de 20 madres donde una de ellas recibe formación como promotora (cursos sobre embarazo, parto, lactancia, conservas de frutas y verduras, siembra y preparación de soya, hortalizas). En ese lapso también se inicia la vinculación con la XEYT (que en ese tiempo se denominaba Radio Cultural Campesina), en el programa *La hora de la mujer* que se transmitía de lunes a viernes de 10 a 11 de la mañana, coordinado por la esposa de uno de los asesores de la radiodifusora y con la colaboración de voluntarias; seleccionaban un asunto y lo trataban durante la semana; el público enviaba cartas opinando o sugiriendo temas.

En la *etapa de transición* (1985-1988), la SEP concluye su programa, pero las mujeres interesadas en continuar con el proceso que las había ayudado para entender y atender los problemas de salud, alimentación y desarrollo de sus hijos, presentan una propuesta para continuar un año más. Al concluir el plazo, deciden seguir adelante de manera independiente. Se produce un reacomodo en la organización porque algunos grupos se desintegran, mientras otros se consolidan. Quedan 30 grupos, variando el número de sus integrantes entre 10 y 40 mujeres de cinco municipios.<sup>23</sup> En este lapso se logra una participación mucho más directa y activa de la organización de mujeres en la producción radiofónica, con la asesoría de EDUCE. Al separarse del proyecto la coordinadora, se plantea la necesidad de revisar los objetivos, contenidos y orientación del programa, así como proponer nuevas formas de participación. Se integra un equipo de producción con tres locutoras de la radio y dos asesoras de la organización de

mujeres. Se comienza a romper la unidireccionalidad de los mensajes y a orientar más los contenidos desde la perspectiva de las mujeres campesinas.

La *etapa actual* (1988-) está determinada principalmente por tres importantes factores: a) la independencia total de los grupos respecto del programa de la SEP; b) la definición de objetivos y ejes de trabajo centrados en las mujeres campesinas como actrices y beneficiarias directas de los programas; c) constitución legal de la organización de mujeres como Sociedad de Solidaridad Social bajo la denominación de Campesinas Unidas de Veracruz-CUVER (registro 1989). En diciembre de 1989 la organización de mujeres firma un convenio con Radio Teocelo, para responsabilizarse directamente de la producción de *La hora de la mujer*, con objeto de que ese espacio forme parte del plan de desarrollo de CUVER. También consideran el cambio del nombre del programa por uno más representativo de los objetivos actuales: *Vida Nueva*. En una reunión (18 de mayo de 1995) entre el equipo productor y las integrantes de la organización, se formulan diez ejes temáticos a tratar durante el resto del año y se decide rediseñar el formato radiofónico. En 1997 inauguran su casa propia, lo que les permite ampliar su atención a la salud de las mujeres y hombres de sus comunidades; y, atender otros programas como el de "La educación de las niñas, una garantía de desarrollo", que fue apoyado económicamente por una fundación austriaca y supervisado por el Centro de Investigación, Desarrollo y Estudios sobre Mujeres -CIDEM (Xalapa).

## Interpretar la realidad

El seguimiento del trabajo de mujeres relacionado con el quehacer radiofónico, tiene como objeto descubrir el sentido que tales acciones tienen para el movimiento de mujeres, especialmente para entender su papel en la conquista de espacios públicos. La mirada inquisitiva que recorre antecedentes, desarrollo y actualidad de las prácticas colectivas, va revelando las articulaciones del entramado, va des-

<sup>23</sup> García Ramírez, Mayela, *ob. cit.*, p. 53.

entrañando los componentes y sus interrelaciones. Con este procedimiento se persigue aprehender no sólo las prácticas resultantes sino la asociación existente entre ellas; asociación que, por otra parte, es productora de otras prácticas que llegan a constituir una identidad común.

El camino se comparte y el esfuerzo se multiplica. Los casos expuesto como representativos de tres realidades distintas dejan ver las constantes: grupos organizados de mujeres, enfoque de género, apoyo de organizaciones civiles nacionales e internacionales (económico, de capacitación, de supervisión, etc.), reconocimiento de la importancia de la presencia en los medios masivos de comunicación, respaldo de radios comprometidas con el cambio social, relaciones múltiples (nacionales e internacionales) y tendencia a la formación de redes. En este último sentido, México ha contribuido con la Red Nacional de Mujeres Radialistas

En octubre de 1995, en la Ciudad de México, coordinado por Salud Integral para la Mujer-SIPAM se realiza el Primer Encuentro Nacional de Espacios Radiofónicos de Mujeres que reúnen a las responsables de 18 programas radiofónicos de distintos estados. Con ese antecedente, en 1997 se efectúa otra reunión esta vez coordinada por CIDEM,<sup>24</sup> ahí se constituye la *Red Nacional de Mujeres Radialistas* para desarrollar coordinadamente su posicionamiento en el ámbito público. Para reforzar su labor la Red establece alianzas con agrupaciones civiles nacionales e internacionales<sup>25</sup> y emprender un diálogo con diversas instancias gubernamentales y con



Superhéroes en tránsito por la colonia Juárez

agencias de la ONU.<sup>26</sup> Qué une a estas mujeres con propuestas desarrolladas por indígenas, por campesinas, por universitarias, por integrantes de organismos civiles, por feministas, por trabajadoras de medios comerciales:

[...]el interés por contribuir a modificar pautas y conductas que discriminan a la mujer [...] el interés de proporcionar a las mujeres elementos que faciliten su participación en el diseño y gestión de políticas para acceder a los beneficios del desarrollo [...] el interés por fortalecer una visión de la sociedad donde la equidad sea un elemento fundamental para la cual se requiere fortalecer la presencia pública y política de las mujeres.

El frente común que pugna por una recomposición de valores, constituye un entrecruce de identidades particulares donde se intercambian experiencias y se comparten objetivos. De esta manera, va emergiendo una nueva identidad colectiva que se define en torno de su acción en el campo de la comunicación radiofónica; entendida ésta como el espacio propicio, por sus características intrínsecas, que permite considerarla no como un fin sino como una parte sustancia de un proyecto integral de movilización social. Es decir, la práctica radiofónica se convierte en el foro donde se expone, se construye y se recrea la lucha del movimiento de mujeres; donde converge la diversidad individual para integrar un espacio nuevo, una identidad compartida.

24 Se trata del *Taller Nacional sobre género, comunicación y desarrollo*, Distrito Federal, del 1° al 3 de diciembre.

25 Entre ellas: Foro de Mujeres y Políticas de Población, Coordinación Nacional de ONGs de Mujeres, Foro de Apoyo Mutuo, Red Mujer y Medio Ambiente, FEMPRESS de Chile, Calandria de Perú, Voces Nuestras de Costa Rica, Red de Salud de las Mujeres Latinoamericanas y del Caribe, Red de Radio Rural de Canadá, AMARC y ALER.

26 Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía del Senado de la República, Comisión de Comunicaciones de la Cámara de Diputados, Comisiones de Comunicación de los Gobiernos Estatales, Programas Estatales de la Mujer y Programa Nacional de la Mujer, Comisión de Equidad de Género del Congreso de la Unión y de los Estados. Entrevista con Mayela García, Coordinadora General de la Red, Xalapa, Veracruz, abril 28 de 1998.



Detalle de la puerta de acceso a la mansión ubicada en Hamburgo 8, colonia Juárez.