



LA VOZ QUE VUELA

una guía práctica para
comunicadoras comunitarias



La Voz que Vuela: Una Guía Práctica para Comunicadoras Comunitarias



COMPPA: Comunicadores y Comunicadoras Populares por la Autonomía

Cuaderno de Trabajo **La Voz que Vuela: Una Guía Práctica para Comunicadoras Comunitarias**

COMPPA ~ Comunicadores y Comunicadoras Populares por la Autonomía

Primera Edición	Enero 2014
Redacción	Luz Áida Ruíz Martínez Medhin Tewolde Serrano
Diseño y Diagramación	Danae Silva Montiel
Portada e Ilustraciones	Genevieve Peterson Roudané
Impresión	Ciudad de Guatemala, Guatemala

La impresión de este cuaderno de trabajo fue posible gracias al apoyo financiero de:



Primera Edición
Mesoamérica
Enero 2014



AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a todas las compañeras y compañeros de nuestras organizaciones hermanas, con las cuales hemos venido caminando, construyendo, aprendiendo y soñando en estos años de trabajo, en particular:

Guatemala

Comunidades de Población en Resistencia – Petén (CPR-Petén)- *Radio Libertad*

Comunidades de Población en Resistencia – Sierra (CPR-Sierra)- *Radio Unión La Voz de la Resistencia*

Unión Verapacense de Organizaciones Campesinas (UVOC)- *Radio Chamtaq'a, Radio Caminante*

Asociación Para el Desarrollo Integral San Miguelense (ADISMI)- *La Voz del Pueblo La Otra Cooperativa*

Honduras

Consejo Cívico de Organizaciones Populares e Indígenas de Honduras (COPINH)- *La Voz Lenca AM, La Voz Lenca FM, Radio Guarajambala FM*

Organización Fraternal Negra Hondureña (OFRANEH)- *Faluma Bimetu, Radio Durugubuty Beibei, Radio Sugua, Radio Waruguma, Radio Ligarabali Barana*

La Red Nacional de Defensoras de Derechos Humanos de Honduras- *La Red Radio Movimiento Campesino del Aguan- Radio Orquídea*

Asociación para el Desarrollo de la Península de Zacate Grande- *La Voz de Zacate Grande*

México

Red de Radios Caracol

Centro de Apoyo Comunitario Trabajando Juntos (CACTUS)

Red de Radios del Sureste Mexicano

Unión de Comunidades Indígenas de la Zona Norte del Istmo (UCIZONI)

También a todas las organizaciones, colectivos y personas que han apoyado y acompañado este trabajo, particularmente a nuestras compañeras María Reyero, Emma Shaw Crane, Bety Cariño, Verónica Munier, Sandra Calel, Pati Galicia, Marcella Bragio, Marisol Garcés, Berta Cáceres, Miriam Miranda y muchas otras que ustedes saben quiénes son.

Gracias Amaranta Cornejo y Anna Jover por la mirada fresca y dedicación que tuvieron para revisar el borrador de esta guía.

Además, un agradecimiento especial a Blue Creek y a todas aquellas personas que donaron a nuestra campaña “*Nuestras Voces, Nuestras Ondas: ¡Mujeres Presentes en las Radios Comunitarias!*”, sin ustedes, esta publicación no hubiera sido posible.

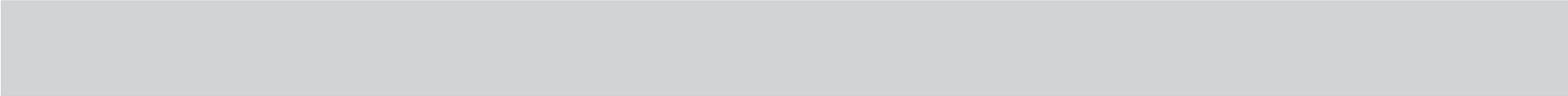
ÍNDICE

I. Agradecimientos	3
II. Introducción	9
1. La comunicación	13
<i>Actividad: ¿Qué es la comunicación y cómo nos comunicamos?</i>	15
<i>Actividad: Lotería de la comunicación</i>	16
2. ¿Qué son los medios masivos de comunicación?	18
<i>Actividad: Los medios masivos bajo la lupa</i>	20
3. Comunicación comercial	22
<i>Actividad: Los pulpos de la comunicación</i>	24
4. Los pulpos de la comunicación en Mesoamérica	27
5. Comunicación popular	33
<i>Actividad: La botella preguntona</i>	35
6. Herramientas de la comunicación popular	36
<i>Actividad: Nuestras herramientas de comunicación popular</i>	37
7. La comunicación en la comunidad	42
<i>Actividad: Mapa visual de la comunicación en la comunidad</i>	43
8. ¿Para qué nos sirve la comunicación a las mujeres?	44
<i>Actividad: La comunicación para las mujeres</i>	47
9. Nuestros derechos humanos como mujeres	49
<i>Actividad: ¿Derechos ganados o no cumplidos?</i>	52
10. Derechos específicos como mujeres indígenas	53
<i>Actividad: Nuestros derechos como mujeres indígenas</i>	54
11. El derecho a la comunicación	56
<i>Actividad: ¿Tenemos una ley para la comunicación?</i>	59
<i>Actividad: Dibujando la comunicación</i>	61
12. Los derechos a la comunicación y las mujeres	62
<i>Actividad: Yo me comunico para...</i>	64
13. Memoria histórica de las mujeres	65
<i>Actividad: Las mujeres también hacemos historia</i>	66
<i>Actividad: Rastreado nuestras huellas</i>	67
<i>Actividad: El vuelo de las mariposas</i>	68

14. Sexo y género	70
15. La opresión, el poder y las diferentes formas de ejercerlos	73
16. La triple opresión de las mujeres	74
<i>Actividad: Los círculos de opresión.....</i>	78
17. El patriarcado y los círculos sociales que lo refuerzan	80
<i>Actividad: El extraterrestre</i>	83
<i>Actividad: ¿Hay diferencia entre sexo y género?.....</i>	85
<i>Actividad: El naufragio</i>	88
18. Los medios de comunicación y las desigualdades entre hombres y mujeres	90
<i>Actividad: Collage de representaciones.....</i>	93
19. Sexismo en el lenguaje.....	95
<i>Actividad: ¡Cuidado con los refranes sexistas!</i>	99
<i>Actividad: Hablamos como pensamos y pensamos como hablamos.....</i>	102
20. La radio comunitaria	104
<i>Actividad: ¿Qué es la radio comunitaria para mí?.....</i>	106
<i>Actividad: Visitando la radio comunitaria</i>	107
<i>Actividad: ¿Puede una radio comunitaria ser sexista?.....</i>	108
21. ¿Qué papel juega la radio en la vida de las mujeres? ¿Qué papel juegan las mujeres en la vida de la radio?.....	109
22. Los pilares de la radio comunitaria	110
<i>Actividad: El “huevo” comunitario.....</i>	112
23. La producción radiofónica y sus ingredientes	113
<i>Actividad: Identificando los ingredientes de la producción de radio.....</i>	114
24. Cocinando con los ingredientes de la radio	115
<i>Actividad: ¡Vamos a grabar efectos!.....</i>	116
<i>Actividad: La historia sin palabras</i>	117
25. La grabadora	118
<i>Actividad: Consignas con voz de mujer.....</i>	120
<i>Actividad: La música de mi pueblo.....</i>	121
26. El guión.....	122
<i>Actividad: Sonidos de mi comunidad</i>	124
27. El grupo de producción	125

	<i>Actividad:</i> El rompecabezas	126
	<i>Actividad:</i> Reunión de coordinación del grupo de producción	128
28.	El circuito de producción	129
29.	Planeación para la producción radiofónica	130
30.	Formatos de producción	132
	<i>Actividad:</i> ¿Cuál es el mejor formato?	134
31.	Producción de cuñas	136
	<i>Actividad:</i> Cuñas- días Internacionales	138
	<i>Actividad:</i> ¡Para todas nuestros derechos!	139
	<i>Actividad:</i> Reivindiquemos los derechos de las mujeres de nuestra comunidad	140
32.	La cuña dramatizada	141
	<i>Actividad:</i> Mensajes dramatizados	142
33.	Producción de identificaciones	143
	<i>Actividad:</i> Identificando a mi radio	144
34.	Producción de postales sonoras	145
	<i>Actividad:</i> Postal sonora: “mi lugar favorito”	146
	<i>Actividad:</i> Sonidos que transportan	147
35.	Producción de canciones	148
	<i>Actividad:</i> Cámbiale la letra	149
36.	Producción de poemas	150
	<i>Actividad:</i> Escribiendo nuestros poemas	153
	<i>Actividad:</i> Mujeres de palabras	154
37.	Producción de historias dramatizadas	155
	<i>Actividad:</i> Ejercicios de expresión corporal	158
	<i>Actividad:</i> Todo habla por la radio	159
38.	Campañas radiofónicas	164
39.	La noticia	166
40.	Fuentes de información	168
	<i>Actividad:</i> Reporteras comunitarias.....	169
41.	Periodismo no sexista	171

<i>Actividad:</i> En la búsqueda de publicaciones alternativas	173
<i>Actividad:</i> Con otra mirada	175
42. La entrevista	177
<i>Actividad:</i> Los caminos de la vida	180
<i>Actividad:</i> Nuestras abuelas, nuestras ancestras.....	181
<i>Actividad:</i> Tras las huellas de las mujeres de mi organización.....	182
43. El programa de radio	184
<i>Actividad:</i> Identificando nuestro programa	189
<i>Actividad:</i> Calendarizando nuestro programa	190
<i>Actividad:</i> Mi programa de radio.....	192
44. Edición	195
45. Difusión de nuestras producciones	196
46. Tejiendo una red de comunicadoras populares	197
Y el vuelo continúa...	199
Bibliografía	200



Nunca más ningún medio a medias
siempre con nuestra voz
con nuestra palabra
con nuestra cultura
con nuestra razón
pero sobre todo con nuestro corazón.

Bety Cariño,
compañera ñusavi (mixteca) que luchó para que nuestros pueblos
tuvieran voz, asesinada por paramilitares el 27 de abril del 2010.

INTRODUCCIÓN



Sabemos que a las mujeres nos gusta mucho comunicarnos, con nuestras hijas, con nuestras madres, con nuestras abuelas, con nuestras vecinas y ¡con el mundo entero! Sabemos también lo importante que es la comunicación entre las mujeres pues genera espacios de encuentro, de reflexión, de apoyo, de colaboración. Sabemos lo importante que es que las mujeres tomemos papeles activos y tomemos la palabra en nuestros medios comunitarios, para hacerle frente a la opresión, a la invisibilización y sobre todo que no sean otros (sí, en masculino) que hablen por nosotras. ¡Por eso hemos hecho esta guía para ti!, para que cada vez seamos más las mujeres que no callamos y que nos atrevemos a tomar los medios, porque sabemos que tenemos derecho a ellos; que hacemos frente a nuestros miedos y buscamos en nuestro interior las palabras para emprender vuelo con nuestra voz, y así gritar fuerte y a los cuatro vientos que estamos presentes y que nuestra voz vale.

En nuestro colectivo COMPPA (Comunicadores y Comunicadoras Populares por la Autonomía) hace ya un rato que trabajamos por el derecho a la comunicación. Aunque la perspectiva de género siempre ha sido un eje transversal de nuestro trabajo, hace un par de años atendimos a una situación que nuestras organizaciones hermanas con quienes trabajamos calificaron de urgente: fortalecer la participación de las mujeres en las radios comunitarias. Así que iniciamos un proceso de formación en *Comunicación popular, radio comunitaria y género*, en donde participaron por lo menos 80 mujeres pertenecientes a diversas organizaciones garífunas, campesinas e indígenas de México, Guatemala y Honduras, todas ellas comprometidas con las luchas de sus comunidades y con el anhelo de convertirse en mujeres comunicadoras populares. Lo consiguieron, estas mujeres comunicadoras han tomado la palabra, han tomado los micrófonos, ¡y no los van a soltar!

Por eso, viendo cómo estas mujeres se transformaron en mujeres luchadoras con “micrófono”, creemos conveniente compartir la experiencia y las actividades que hicieron de estas mujeres unas auténticas comunicadoras populares que velan por ejercer su derecho a la comunicación.

Aunque, no sólo se trata de comunicar porque sí. Las mujeres comunicadoras populares tenemos un gran reto, pues conseguir que cada vez seamos más mujeres participando en los medios comunitarios no basta. El que seamos mujeres no garantiza que tengamos una conciencia de género, para ello hace falta un buen trabajo introspectivo, reflexivo y colectivo en donde nos reconozcamos como mujeres con derechos. Por lo general, los programas de radio dirigidos al público femenino suelen atender temas familiares, de cocina, de salud, y temas por el estilo, como si las mujeres nos dedicáramos sólo a ello. Es muy importante crear una nueva estrategia que conecte el mundo privado e íntimo que nos interesa a las mujeres con los grandes temas sociales, económicos y políticos de los que también formamos parte. Debemos dejar de pensar que los problemas de las mujeres son exclusivos de nosotras, no, ¡los problemas de las mujeres son problemas de toda la sociedad!

En COMPPA creemos que la comunicación popular es fundamental en las luchas por la autonomía, la justicia social y la dignidad, y siempre, con la participación activa y consciente de las mujeres, para que seamos copartícipes de un nuevo proyecto que incluya nuestras demandas y nuestra visión. Para eso, la radio comunitaria es una herramienta muy importante pues es un espacio participativo que facilita la creación de conciencia.

Esta guía te ayudará a tener más conocimientos sobre la comunicación popular y la radio comunitaria, para que cada vez se escuchen y difundan más nuestras voces. Aquí encontrarás ejercicios y actividades para que conozcas y practiques con las herramientas básicas de la radio, partiendo de un análisis de la realidad con perspectiva de género. Si usas la guía de principio a fin cumpliendo con todos los ejercicios, tendrás una vasta colección de producción radiofónica, y tu siguiente tarea será buscar dónde transmitirla. Porque no se trata de producir y dejarlo todo guardado en las grabadoras, las computadoras o en un cajón. Acerquémonos a la radio de nuestra comunidad o de la comunidad vecina y ¡animémonos a participar en ella!

En esta guía no trataremos el aspecto técnico de cómo funciona o se equipa una radio, que aunque vemos importante y necesario conocer, y sobre todo que más mujeres participen en estos trabajos creemos que un primer buen paso es enfocarse en la producción para tener una base firme, establecer un grupo de trabajo y una rutina de producción, y así en muy poquito tiempo y con recursos mínimos comenzar a sacar sus voces al aire.

Esta guía es para todas aquellas mujeres que quieran ejercer su libre derecho a la comunicación. Quizás pensarás: “yo quiero ejercer ese mi derecho, pero no sé cómo se hace, no tengo las herramientas necesarias”. Pues esta guía es para ti, con ella aprenderás cómo hacerlo, usando principalmente una visión de género de la

comunicación y la producción radiofónica.

No importa si son mujeres organizadas o no, esta guía es para usarse en grupo y así promover y/o fortalecer el trabajo en red, pues bien sabemos que “la unión hace la fuerza”. No importa que tu comunidad no cuente aún con una radio o cualquier otro medio de comunicación comunitaria, ¡quizás estos primeros ejercicios sean la semilla para que nazca uno!

Es importante que sean varias compañeras que se comprometan a hacer esta formación en equipo, pues la reflexión colectiva y el trabajo en grupo enriquecerán mucho nuestras producciones. Es muy importante, sobre todo, que este aprendizaje no sea un esfuerzo en vano; es decir, que te comprometas a poner en práctica lo aprendido y que lo compartas con más compañeras.

Una recomendación especial es que, antes de que empiecen a trabajar juntas en este proceso, lean y revisen a detalle cada tema y actividad para que vean si es necesario adaptarla a sus propias palabras, forma de trabajo, características del grupo y contexto.

Dicho esto, ha llegado el momento de echar a volar nuestras voces.

¿Estás lista?

Toma aire, enfoca tu mente, tu mirada y tu corazón, y... ¡suéltate!

Empezamos el vuelo.







Toma unos momentos para pensar en la palabra “Comunicación”. Si la lees despacio, y la separas en partes, podrás ver que queda así: Comun-i-cación. A nosotras nos resalta que la primera parte de la palabra es “Común”, es decir, que nos pertenece a varias personas, o que hay algo similar entre varias personas.

Esto nos hace entender a la comunicación como una serie de actos entre las personas: hablarle a alguien, o a vari@s, establecer relaciones entre un@s y otr@s. Es escuchar a quien nos habla, recibir sus mensajes, sus afectos y sus inquietudes.

Cuando pensamos en comunicación generalmente nos vienen a la mente los medios de comunicación como la radio,

la televisión, la prensa, pero en realidad comunicarse es algo más amplio que recibir información de estos medios.

La comunicación es en sí un proceso por el cual podemos transmitir información de una persona a otra, o de un lugar a otro. Todas las formas de comunicación requieren de un emisor o emisora, un mensaje y un receptor o receptora. El emisor o emisora es quien envía un mensaje, el mensaje es lo que se quiere comunicar, y el receptor o receptora es quien recibe el mensaje.

Pero el sólo hecho de comunicar no nos dice mucho... Si lo hacemos para informar, para que un receptor o receptora reciba un mensaje, si lo hacemos de manera impositiva, entonces no estamos hablando de una

LA COMUNICACIÓN

comunicación de doble vía. Para nosotras, la comunicación supone que existan personas capaces tanto de emitir como de recibir mensajes, con plena participación y absolutos derechos en el proceso comunicativo. Decimos que es comunicación de doble vía porque hay oportunidad tanto de escuchar, como de hablar, sin que nadie calle o silencie al otro, sino mas bien donde la palabra circule de un lado a otro.

La comunicación también abarca fenómenos que van más allá de solamente pasar o transmitir información. Cuando hablamos de comunicación, nos referimos a muchos fenómenos y procesos en los que las personas involucradas intercambian, ponen en común ideas y sentimientos mediante símbolos. Por ejemplo las fiestas, las celebraciones, los bailes, las ferias, las asambleas y muchos otros espacios.

Estos símbolos a los que nos referimos son representaciones de ideas que los seres humanos podemos entender. Por ejemplo, si vamos por la calle, nos encontramos a alguien y ella o él alzan la mano, entendemos que es un símbolo de saludo. Las palabras y nuestros signos

gestuales, es decir, nuestro lenguaje corporal (cuando estamos dando a entender algo pero sin decir una sólo palabra) también son símbolos. Y hay veces que aunque nuestras palabras están diciendo una cosa, nuestros signos gestuales están diciendo otra, o ¡al revés! ¿Alguna vez te ha pasado que le preguntas a alguien cómo está?, y cuando te contesta “bien”, en realidad parece que no se encuentra muy bien pues su cuerpo nos está diciendo lo contrario porque no sonríe mucho o se nota que está preocupada la persona. ¡La palabra no es la única herramienta que existe para comunicar!

La comunicación es un proceso permanente en el que todo comunica: las personas, el entorno, la naturaleza. Es sinónimo de diálogo, horizontalidad, puesta en común, aprendizaje. Nos ayuda a que entre personas nos entendamos, a que tengamos buenas relaciones entre todos y todas.

Las siguientes actividades ayudarán a que reflexionen sobre esto desde su experiencia y a que empiecen a ir generando información que les ayudará para las producciones de radio.

¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN Y CÓMO NOS COMUNICAMOS?

ACTIVIDAD

LA COMUNICACIÓN

Objetivo: Reflexionar sobre la comunicación y su importancia para nosotras.

Material necesario: Tres pañuelos.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Previamente preparamos papelitos que lleven escritos temas sencillos y que cualquier persona pueda platicar, por ejemplo, la comida que más les gusta, dónde nacieron, de qué organizaciones vienen, etcétera. Después formamos tres grupos y a cada grupo se le da a escoger un papelito. Luego se pide que en el grupo 1, una persona se cubra la boca; en el grupo 2, una persona se cubra los ojos; y en el grupo tres, una persona se amarre las manos. Después se les da la indicación de que comiencen a platicar de sus temas. Después de unos 5 minutos aproximadamente de haber empezado, se pide que las personas se destapen o desamarran y sigan platicando, y después de otros 5 minutos se pide que dejen de platicar y en los mismos grupos discutan las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se sintieron las personas a las que les tocó cubrirse la boca, los ojos o las manos?
- Y el grupo, ¿cómo se sintió con estas personas?
- ¿Cómo le hicieron para participar en la conversación?
- ¿Qué pasó después de que pudieron destaparse o desamarrarse?
- ¿Qué podemos decir sobre la comunicación después de haber participado en este ejercicio?

Después de haber discutido las preguntas, cada grupo presentará sus reflexiones en plenaria.

Reflexión final: Existen diferentes maneras de comunicarnos, con nuestra palabra, nuestros gestos y nuestro cuerpo, si una de estas formas de comunicación no la podemos ejercer, generalmente buscamos otra manera de expresarnos, aunque cuando hacemos uso de todas nuestras formas de comunicación es cuando mejor podemos darnos a expresar.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



LOTERÍA DE LA COMUNICACIÓN

ACTIVIDAD

LA COMUNICACIÓN

Objetivo: Reflexionar sobre las diferentes prácticas y saberes de la comunicación que practicamos de manera cotidiana.

Material necesario: Copias de las Tabla de Lotería y lapiceros para cada participante.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Se entregan las hojas que contienen la tabla de lotería con los dibujos. Cada persona deberá buscar entre el grupo la firma de una persona que cumpla con la característica de uno de los cuadros. Cuando llenen todos los cuadros gritan ¡Lotería!

En Plenaria: Se ve cuadro por cuadro si es una actividad o saber que tiene que ver con la comunicación, y se analiza qué otros saberes cotidianos vinculados hay a cada actividad y cómo pueden aportar a nuestro trabajo como comunicadoras.

Reflexión final: Se resume hablando de cómo cada persona tiene algo que aportar y compartir en este trabajo, y que en ocasiones se invisibilizan o desvalorizan estos saberes.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

LOTERÍA DE LA COMUNICACIÓN

Instrucciones: Usando los nombres de las personas que estén en el cuarto, llena los cuadritos que más puedas en el tiempo que nos den para hacer el ejercicio. Puedes usar el nombre de la persona (incluyendo el tuyo) solo UNA vez. Una vez que llenes una hilera (horizontal, vertical o diagonal) tienes que gritar “¡¡¡LOTERÍA!!!” y seguir llenando los demás cuadritos que faltan.

LOTERÍA DE LA COMUNICACIÓN

PARA FOTOCOPIAR O CALCAR

<p>¿HABLAS 2 LENGUAS?</p> 	<p>¿SABES CÓMO ARREGLAR COSAS ROTAS?</p> 	<p>¿HAS VISTO ALGUNA VEZ UNA ESTACIÓN DE RADIO?</p> 	<p>¿HAS VIAJADO FUERA DE TU COMUNIDAD?</p> 
<p>¿TIENES UNA RADIO EN CASA?</p> 	<p>¿HAS ESTADO EN ALGUNA PROTESTA?</p> 	<p>¿ERES ESTUDIANTE?</p> 	<p>¿HAS HECHO UNA ENTREVISTA?</p> 
<p>¿HAS COCINADO PARA UN GRUPO GRANDE?</p> 	<p>¿TIENES MÁS DE 5 HERMAN@S?</p> 	<p>¿HAS ESCRITO UN BOLETÍN O COMUNICADO?</p> 	<p>¿TE GUSTA CONTAR CHISTES?</p> 
<p>¿TE GUSTA CANTAR?</p> 	<p>¿HAS HECHO UN AVISO PÚBLICO?</p> 	<p>¿HAS INVITADO A ALGUIEN A UNA REUNIÓN?</p> 	<p>¿JUEGAS ALGÚN DEPORTE?</p> 
<p>¿TIENES UNA HIJA O UN HIJO?</p> 	<p>¿TOCAS ALGÚN INSTRUMENTO MUSICAL?</p> 	<p>¿VIVES CON TU ABUELA?</p> 	<p>¿HAS HABLADO FRENTE A UN GRUPO?</p> 

¿QUÉ SON LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN?

2



Desde lejanos tiempos existen varias formas de entender la comunicación, pero aquí vamos a platicar de estas dos formas:

Acto de informar, transmitir, emitir.

Diálogo, intercambio, relación de compartir, de hallarse en correspondencia, en reciprocidad.

En realidad, la más antigua de estas definiciones es la segunda, pero actualmente lo más común es que pensamos en el solo hecho de informar. Y, ¿qué ha pasado?, ¿por qué esta definición fue perdiendo fuerza y empezó a predominar la primera?

Lo que pasó es que empezaron a llegar y a aparecer en todos lados los llamados “medios masivos de comunicación”: la prensa, la radio, la televisión. En un inicio no se les llamaba así, sino que se les llamaba simplemente “medios masivos”, pero después ellos mismos comenzaron a llamarse “medios de comunicación”, apropiándose así del término “comunicación”.

Pero la comunicación que practican los medios masivos de comunicación no tiene nada que ver con el intercambio, con el diálogo, con el compartir, ni con la correspondencia; los “medios masivos de comunicación” informan, transmiten a través

¿QUÉ SON LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN?

de un canal de una sola vía. Esta forma de operar de los medios se convirtió en un modelo de referencia cuando se habla de comunicación. Los “medios masivos de comunicación” actuales funcionan como formas modernas de imposición de información, no dan espacio para el diálogo, y nosotros y nosotras, erróneamente seguimos llamándolos medios de comunicación, cuando en realidad solamente son medios de información.

Es importante reconocer también que detrás de los medios masivos hay un dueño, con intereses muy particulares, posturas políticas muy definidas y finalmente con el interés de mantener contentas a las personas que compran espacios publicitarios

o que tienen poder político y económico. Estos dueños ganan mucho dinero y suelen hacerse ricos porque ven la comunicación como un negocio, no como un servicio.

Todo esto es importante conocerlo y tomarlo en cuenta a la hora que recibimos información de algún medio masivo de comunicación, ya que así podremos entender que hay “detrás” de la información que nos presentan.

Como comunicadora popular, también es importante ir afinando la mirada, el oído y la vista, y preguntarnos siempre ¿dónde están las mujeres en la información que estamos recibiendo? Más adelante platicaremos con detalle sobre este punto, pero por lo pronto es bueno tenerlo en cuenta.

Las mujeres en los medios:

Es un hecho que las imágenes presentadas en los medios con relación a las mujeres tienden a ser estereotipadas y les restan autoridad. Ahora fijemos nuestra atención en el escaso acceso que las mujeres tienen a los lugares sociales donde se toman decisiones, se definen las políticas editoriales, se prioriza lo importante, lo que es noticia.

Los datos muestran que si bien ha aumentado el número de mujeres periodistas y comunicadoras en todo el mundo, la visión prevaleciente en el día a día de los medios es masculina, ya que continúan siendo excepcionales las mujeres que ocupan puestos de dirección en los periódicos, revistas, canales de televisión, estaciones de radio, el cine, y también en las editoriales. Es decir, que los espacios donde se concentra el poder que impone ideas, discursos y costumbres son básicamente masculinos.

Memorias del porvenir. 10 años de Voces de Mujeres
Ana Silvia Monzón

LOS MEDIOS MASIVOS BAJO LA LUPA

ACTIVIDAD

¿QUÉ SON LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN?



Vamos a tomarnos un tiempo para ver a detalle los medios de comunicación que conocemos y reflexionar sobre: ¿A través de qué medios de comunicación nos informamos?, ¿qué tipo de información estamos recibiendo a través de ellos y qué impacto tiene en nuestras vidas esta información?

Objetivo: Reflexionar sobre los medios de comunicación a nuestro alcance y determinar si nos informan, desinforman o mal informan.

Material necesario: Tabla con formato y lápiz para anotar.

Metodología: Trabajo en grupo

Indicaciones: En grupo piensen y definan que sería para ustedes “Informar”, “Desinformar” y “Mal informar”. Anótenlo en un papelógrafo para que todo el grupo pueda ver las definiciones.

Después, piensen en cuáles son los medios de comunicación a los que tienen acceso (periódico, radio, televisión, etc.), contabiliza cuántas horas al día te expones a ellos, y evalúa si con ellos te informas, te desinformas o te mal informas; también analicen cómo influye esa información en sus vidas.

Reflexión final: La información que recibimos no siempre es completa ni con la intención de que sea de beneficio para nosotras. Hay veces que una información es presentada de una manera falsa o manipulada para que pensemos de una cierta manera. Si hacemos este ejercicio con los diferentes medios masivos a los que tenemos alcance, podremos ver si su tendencia es presentar información verdaderamente informativa y útil para nosotras, o si su tendencia es presentar información manipulada.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

LOS MEDIOS MASIVOS BAJO LA LUPA

Tipo de medio	¿Cuántas horas al día nos exponemos a este medio?	¿Informa, desinforma o mal informa?	¿Por qué?	¿Cómo influye o qué impactos tiene en nuestras vidas esta información?

¿QUÉ SON LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN?

ACTIVIDAD



Para nosotras es importante ir un pasito más allá en cómo definimos a los medios masivos de comunicación, y agregarle la dimensión comercial que está presente en todo lo que hacen y en cómo presentan la información.

La comunicación comercial tiene como objetivo principal el generar dinero, y los medios masivos comerciales generalmente son vistos como empresas o negocios, dentro de muchos otros negocios que le pertenecen a un sólo dueño.

Es muy común que el o los dueños de una radio, por ejemplo, también sean dueños de canales de televisión, cines, tiendas de aparatos electrónicos, almacenes de ropa, equipos deportivos, plantas procesadoras de alimentos, y todas las ramas de la industria presentes en nuestros países.

Al tener intereses en todas estas empresas e industrias, utilizan sus medios de comunicación tanto para hacer publicidad, como para presentar información que beneficie sus intereses.

Y sin darnos cuenta, resulta que estos medios están rodeando nuestra vida. Desde niños y niñas nos llegan sus mensajes a través de la radio, la televisión, las vallas publicitarias, los grandes periódicos... ¡Cuentan con un sinfín de recursos para “bombardearnos” con sus mensajes!

Cuando los medios de información comerciales hablan del pueblo, lo hacen de manera general, como si fuera algo lejano. Casi nunca dan cabida a la organización popular, menos aún a la de las mujeres. Se lee todo de manera rápida, a un mismo nivel sin sentir, sin resaltar todo

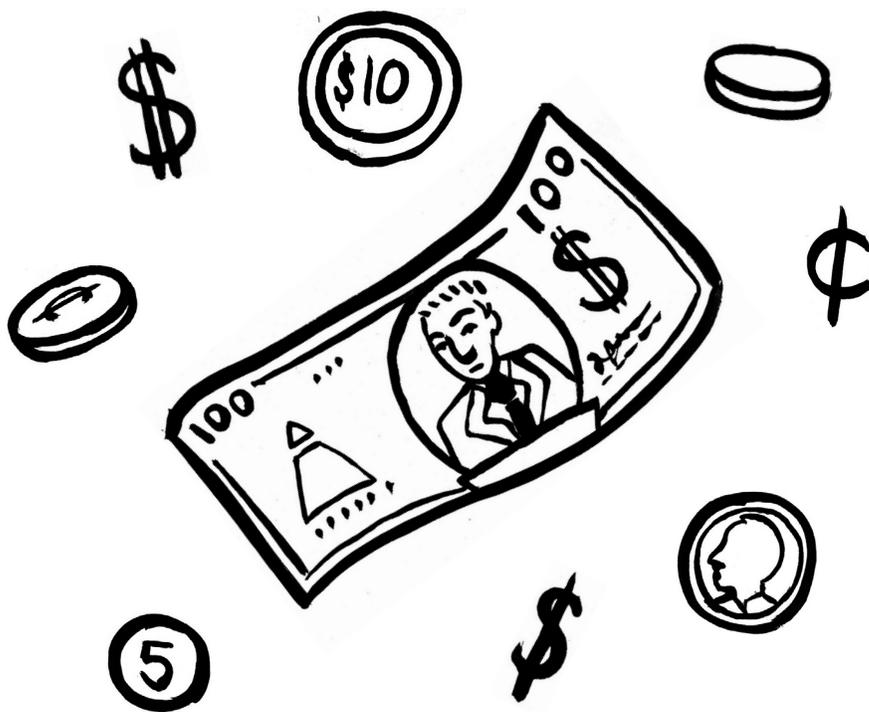
LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

aquello donde estamos nosotras comprometidas. No se ocupan de los pueblos más lejanos, no llegan a ellos. A no ser que pase algo muy grave y escandaloso. Allí sí corren.

La mujer participa muy poco. Sólo aparece con bastante frecuencia en las propagandas, por un afán comercial. Somos casi siempre sólo oyentes. Y la mayoría de las pocas locutoras mujeres que aparecen son sensuales, románticas, refinadas o muy técnicas. Se da una idea de pasividad de la mujer, como si en la vida no significásemos nada y eso no es cierto.

Por todo esto, en COMPPA les hemos dado el nombre de “pulpos de la comunicación” a los principales dueños de los medios de comunicación. El pulpo es un animal con varios brazos, y por eso vemos que los “pulpos de la comunicación” están acaparando con sus brazos a una gran cantidad de empresas, territorios, y medios de comunicación.

¿Qué “pulpos de la comunicación” están presentes en tu comunidad? En nuestra siguiente actividad tendrás oportunidad de conocerlos e identificarlos.



LOS PULPOS DE LA COMUNICACIÓN

ACTIVIDAD

LA COMUNICACIÓN COMERCIAL



¿Cuánto conocemos a los medios de comunicación comerciales?, ¿sabemos cuáles son los intereses ocultos (y ni tan ocultos) que los mueven?, ¿cuáles son sus intenciones reales? Te proponemos hacer esta reflexión colectiva para que cada vez podamos ser más críticas ante lo que nos presentan los medios masivos.

Objetivo: Identificar a los principales dueños de los medios comerciales, junto con las diferentes empresas que manejan.

Material necesario: Varias compañeras que puedan aportar a la reflexión con sus opiniones y una computadora con conexión a internet.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Entre todas vamos a pensar sobre las siguientes preguntas generadoras, si creemos que nos hace falta información, la buscaremos en internet. Luego, con las reflexiones de todas, vamos a llenar la tablita de abajo.

LOS PULPOS DE LA COMUNICACIÓN

ACTIVIDAD

Preguntas:

- ¿Cuáles son los principales periódicos del país?, ¿quiénes son sus dueños?, ¿con qué tipo de empresarios tienen relación?, ¿de qué otras empresas son dueños?
- ¿Cuáles son las principales cadenas de televisión del país?, ¿quiénes son sus dueños?, ¿con qué tipo de empresarios tienen relación?, ¿de qué otras empresas son dueños?
- ¿Cuáles son las principales cadenas de radio del país?, ¿quiénes son sus dueños?, ¿con qué tipo de empresarios tienen relación?, ¿de qué otras empresas son dueños?

#	Nombre del medio	Dueño(s)	Intereses que defienden	Posición ante temas de mujeres y/o género	¿De qué otras empresas son dueños?
1					
2					
3					
4					
5					

LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

LOS PULPOS DE LA COMUNICACIÓN

ACTIVIDAD

LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

Nota metodológica: Otra forma de hacer esta actividad es hacer un dibujo grande de un pulpo, y en cada uno de sus brazos anotar las diferentes empresas o negocios de los que son dueños. Esto hará muy visible todo lo que acaparan junto con los medios de comunicación.

Reflexión final: Todos estos empresarios mezclan muchos negocios con la propiedad de los medios de comunicación: bancos, aseguradoras, exportadoras, procesadoras, empresas de teléfono, celulares, internet y televisión por cable, embotelladoras de refrescos, comercializadoras de agua y un largo etcétera. Al tener control de la información, pueden mantener su dominio al ejercer una gran influencia sobre la opinión general del público, y no sólo esto. También controlan los recursos naturales a través de sus empresas, e influyen fuertemente en las decisiones políticas de sus países.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo? ¿Cómo podemos utilizar esta información en nuestro trabajo u organización?

LOS PULPOS DE LA COMUNICACIÓN EN MESOAMÉRICA

El pulpo ha sido una imagen usada para representar a los acaparadores, que con sus múltiples brazos son dueños de una gran cantidad de empresas y extensos territorios en costas, montañas y valles, a costa del hambre de millones de personas.

Comúnmente también son dueños de los medios de comunicación, de esta forma

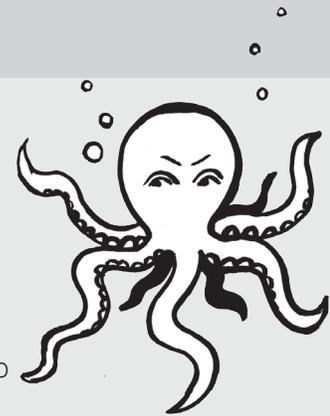
pueden hacer grandes campañas publicitarias al menor costo, para justificar sus intereses, mientras amplios sectores de la población no pueden manifestar su opinión, negándoseles así la libertad de expresión, derecho a la comunicación esencial. Pero estos acaparadores también tienen nombres- ¡conozcámoslos y denunciémoslos!

4

MÉXICO

En México, hay dos grupos en particular que dominan los medios televisivos y radiofónicos e incluso tienen acciones en la prensa escrita, los cuales son conocidos como el duopolio mediático:

TV Azteca es una de las dos cadenas televisivas a nivel nacional. TV Azteca pertenece al **Grupo Salinas**, fundado y manejado por **Ricardo B. Salinas**, tienen dos de los canales abiertos de televisión (**7** y **13**) y 39% de las concesiones audiovisuales en todo el país con más de 300 emisoras propias a lo largo de México. Aparte, tiene las empresas de telefonía móvil **Iusacell** y **Unefon**.



En el sector financiero y comercial tiene al **Banco Azteca** y la cadena comercial **Grupo Elektra**, aparte de múltiples inversiones en otros sectores audiovisuales y comerciales, incluyendo un equipo de fútbol en la Liga Mexicana (**Monarcas**). Sus acciones y actividades no sólo tienen lugar en México, sino también en Estados Unidos, Guatemala, El Salvador, Honduras, Panamá, Argentina, Brasil y Perú.

El **Grupo Televisa**, con presidente **Emilio Azcárraga Jean**, es la empresa productora de medios en español más grande en todo el mundo, con presencia en México, Estados Unidos, Sudamérica, Europa, Asia y parte de África. Con **258 emisoras propias, 14 canales locales**, además de los canales de **televisión abierta 2, 4, 5, y 9**, mas acciones masivas en Cablevisión (grupo de televisión por cable más grande del país) y **SKY** (grupo de televisión satelital más grande de México) que suman 51.7% de las concesiones audiovisuales del país - su programación y publicidad alcanza diariamente a millones de televidentes. Aparte de la televisión, tiene inversiones en **Televisa Cine, Radio Televisa** (más de 88 emisoras) y el Editorial Televisa, la empresa de revistas en español más grande a nivel mundial.

Aparte de este duopolio, se encuentra el **Grupo Carso**. Este grupo económico es encabezado

LOS PULPOS DE LA COMUNICACIÓN EN MESOAMÉRICA

por **Carlos Slim Helú**, uno de los hombres más ricos del mundo. Sus acciones en los medios están concentradas en la telefonía e internet de fibra óptica, después de adueñarse de **TELMEX** durante la presidencia de Carlos Salinas de Gortari en una ola de privatizaciones que precedieron la entrada de México en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (**TLCAN**).

América Móvil y **Carso Global Telcom** son dos empresas proveedoras de internet de fibra óptica e inalámbrica con servicios en México, Argentina, Brasil, Colombia y Chile. La lista de empresas pertenecientes a este grupo es muy grande e incluye empresas financieras, comerciales e industriales (entre ellos **Banco Inbursa** e **Inmobiliaria Carso**) en casi todos los países de América Latina.

GUATEMALA



En Guatemala los pulpos de la comunicación son:

Familias Gutiérrez-Bosch:

Propietarios de los diarios **Prensa Libre**, **Nuestros Diario** y **El Quetzalteco** (junto con las familias Girón, Sandoval, Zarco y García quienes son dueños de Guatevisión). Los Gutierrez-Bosch además tienen inversiones en restaurantes (Pollo Campero), construcción (centros comerciales, complejos de vivienda y edificios), energía (hidroeléctricas), alimentos (harinas, pastas, galletas, carne de pollo, cerdo, embutidos y camarones), así como empaques (bolsas, empaques para alimentos y envases farmacéuticos). Su grupo empresarial se llama **Corporación Multi Inversiones**.

Carlos Paíz y sus amigos Alvaro Castillo, Ramón Campollo y Juan Luis Bosch:

Este grupo pertenece a la Corporación de Noticias que edita el **Diario Siglo XXI** y **Al Día**. Son accionistas del **Grupo Nación de Costa Rica** quien a su vez es propietario de periódicos, revistas, radios y trabajos publicitarios.

Carlos Paíz es el empresario que impulsó las tiendas **Paiz** e **Hiper Paiz**, y luego la alianza con Wal Mart Centroamérica (Despensa Familiar, Maxi Bodega y Club Co.)

La familia de **Alvaro Castillo Monge** es una de las principales dueñas de la Embotelladora La Mariposa (Pepsi).

Ramón Campollo dirige ingenios, una compañía petrolera, y es socio de la empresa eléctrica EESA, además de ser dueño de plantaciones de palma africana en Petén.

Juan Luis Bosch, es co-presidente de Corporación Multi Inversiones (CMI).

LOS PULPOS DE LA COMUNICACIÓN EN MESOAMÉRICA

El Pulpo de la Televisión y la Radio:

Ángel González:

Empresario mexicano dueño de **El Grupo Radial El Tajín** (Radio Éxitos, Radio Ranchera, Radio Joya, y Radio fiesta) y Central de Radio (Alfa 97.3 FM, Tropicalida 104.9 FM, Xtrema 101.3 FM, Disney 92.9 FM, Galaxia 85.5 FM, 94 FM Reggaeton, Sonora 96.9 FM). Juntas Central de Radio y Grupo Radial El Tajín controlan 20 frecuencias de radio. También es dueño de los cines Circuito ALBA y dueño del monopolio televisivo en Guatemala (**Canal 3, 7, 11 y 13**)

Otros pulpos radiofónicos:

Familia Liu:

Forman el Grupo Alius y son dueños de frecuencias en FM y cinco en AM. Tienen la franquicia de Televisa Radio con las marcas VOX FM y Ke-Buena. Sus radios son Exa FM 101.7, Ke Buena 91.3 FM, 92.5 Eradical, Radio Viva 95.3FM, entre muchas otras.

Edgar Archila Marroquín:

Su familia controla el **Grupo Emisoras Unidas** con un total aproximado de 41 frecuencias (Emisoras Unidas 89.7, Yosi Sideral 90.1, Atmosfera 96.5, Kiss FM 97.7, La Grande 99.3, Fabuestereo 88.1 y YosiKids.com, entre otras). Emisoras Unidas es una de las principales fuentes de noticias por la radio. Desde el 2008 el Sr. Archila es presidente de la Cámara de Radiodifusión de Guatemala.

Familia Alcázar:

Guillermo Alcázar y Minerva Solís establecieron **Radio Corporación Nacional**, y actualmente tienen 31 frecuencias de radio en todo el país.

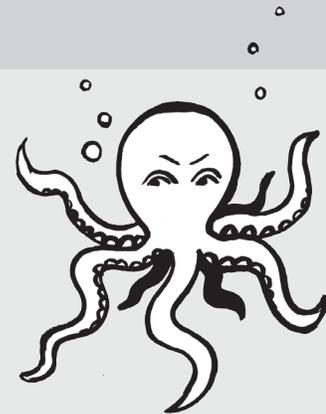
Familia Bocaletti:

Dueños de la emisora La Sabrosona. En 2002 **Grupo Radio Rumbos** se fusiona con **Grupo Nuevo Mundo**, ampliándose a 17 frecuencias

HONDURAS

En Honduras son cinco los grandes pulpos de la comunicación, cada uno proveniente de las familias más poderosas de la oligarquía de ese país.

Jaime Rosenthal Oliva y familia, tienen inversiones en **Diario Tiempo**, **Canal 11** (compartido con Gilberto Goldstein) y **Cable Color**. Tienen además inversiones en: Grupo Continental (Banco Continental, Café Continental, Cacao Continental, Empacadora Continental, Cocodrilos Continental), Azucarera Chumbagua,



LOS PULPOS DE LA COMUNICACIÓN EN MESOAMÉRICA

Bananeros Naco, Banco de Occidente, Con-Delta y otras empresas.

Rafael Ferrari, Manuel Villeda Toledo y familias, con inversiones en Emisoras Unidas (17 radioemisoras) y Televisión (canales 3, 5, 7, 9). Tienen además inversiones: Multidata y Multivisión (Internet), Telecadena (canales 7 y 4), Banco Mercantil y Multifón, entre otras.

Jorge Canahuati Larach y familia, con inversiones en **La Prensa** y **El Heraldito**. Tienen además inversiones en: Laboratorios Finlay (farmacéutico), Sulatel (telefonía), Pizza Hut, Kentucky, Embotelladora Sula, Franquicias de Pepsi, Quanta y Aguazul en Honduras, Corporación Industrial del Norte, entre otras.

El ex-presidente de Honduras (2002- 2006) **Carlos Flores Facussé**, tiene inversiones en **La Tribuna**. Tiene además inversiones en **Periódicos y Revistas S.A.** (que incluye La Tribuna junto con Lithopress Industrial). Poco se sabe de sus inversiones, siendo ex-presidente de Honduras y sobrino del magnate Miguel Facussé. Es muy reconocido su poder tanto en los medios de comunicación como en los sectores políticos y económicos del país.

Miguel Andoníe Fernández, con inversiones en Audiovideo (Radio América) y otras radioemisoras.

EL SALVADOR



Boris Esersky encabeza una de las empresas grandes de telecomunicaciones: Telecorporación Salvadoreña, que tiene en sus múltiples brazos a los canales abiertos **Canal 2, Canal 4 y Canal 6**, más un nuevo canal **VTV**, además de **2 estaciones de radio**.

La empresa mexicana del Grupo Salinas, **TV Azteca**, aparece de nuevo en El Salvador con la nueva adquisición de otro canal de televisión abierto, **Canal 12**.

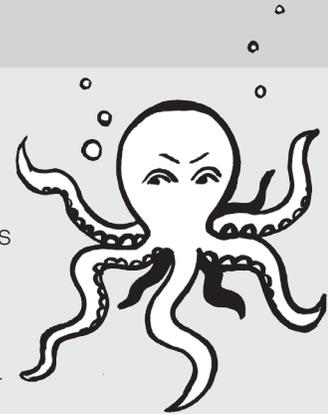
Antonio Safie, otro empresario proveniente de una de las familias más poderosas de El Salvador, es presidente del Grupo **Megavisión**: que aparte de sus **7 estaciones de radio** (más de 20 emisoras en total), es dueño de los **Canales 19 y 21**, que a su vez tienen alianzas estratégicas compartiendo programación con **Canal 63, Canal 62, Canal 9, Canal 23 y Canal 24**.

Otra poderosa familia de la oligarquía salvadoreña, los Saca, tienen acciones fuertes en los medios de comunicación: **José Luis Saca** encabeza **Radio Corporación FM** que cuenta con 6 estaciones radiales, mientras **Antonio Saca**, presidente de El Salvador durante el período 2004-2009, tiene otras **9 estaciones de radio** con el **Grupo Samix**.

LOS PULPOS DE LA COMUNICACIÓN EN MESOAMÉRICA

NICARAGUA

Desde la entrada de Daniel Ortega a la presidencia en Nicaragua, se ha desatado una polémica constante sobre los medios de comunicación en Nicaragua y el derecho a la libertad de expresión. Sin embargo vemos las mismas pautas de concentración que en los demás países mesoamericanos/ya mencionados.



Grupo Editorial La Prensa:

El sector de prensa escrita está casi completamente dominado por lo que alguna gente le llama la dinastía de los Chamorro, con los diarios de mayor circulación (**Diario La Prensa, Hoy**), siendo controlados por las familias Chamorro-Argeñal, Chamorro-Barrios y Holmann-Chamorro. Por otro lado, Xavier Chamorro Cardenal con Daniel Aguirre controlan **El Nuevo Diario**. Este grupo, que encabeza las quejas contra las violaciones a la libertad de expresión, es de la misma familia que uno de los grupos económicos más poderosos de Nicaragua, **Grupo Pellas** (presidente **Carlos Pellas Chamorro**), que tiene acciones fuertes en las industrias automotriz, constructoras, bancos, aseguradoras, internet, computación y más.

Ángel González:

Este magnate que tiene una serie de canales televisivos y radiales a lo largo de América Latina, es dueño de **Canal 4** (copropietario junto con el FSLN), se dice que **Canal 10** ahora tiene 8 frecuencias radiales, lo cual viola las leyes que regulan las telecomunicaciones en Nicaragua

Grupo Familia Sacasa:

Es otro grupo de familias que tiene bajo su control **Televisión de Nicaragua, Canal 2**, además de **3 frecuencias radiales**. Y el grupo **Nicavisión**, del empresario **Mario Valle Peters**, tiene **Canal 12** y algunas emisoras radiales.

COSTA RICA

El caso de Costa Rica es emblemático en Centroamérica por los niveles de concentración en los medios tanto impresos, como de televisión y radio, con unas familias dominando casi exclusivamente la difusión de información en el país.

El prominente empresario costarricense **William Gómez**, tiene conglomerados a **Radio América, Diario Extra, La Prensa Libre y el canal 42** de televisión en el **Grupo Multimedia**. Mientras otra familia de esta clase dominante, Picado Cozza, concentra tres



LOS PULPOS DE LA COMUNICACIÓN EN MESOAMÉRICA

canales de televisión: **Teletica, Canal 7 y Cabletica.**

Aquí también aparece el empresario mexicano, conocido como “el fantasma”, **Ángel González** con el **Grupo REPRETEL**, que concentra los canales de televisión abierta **Canal 4, Canal 6 y Canal 11**, además de una de las empresas radiofónicas más grandes del país, **Monumental Radio.**

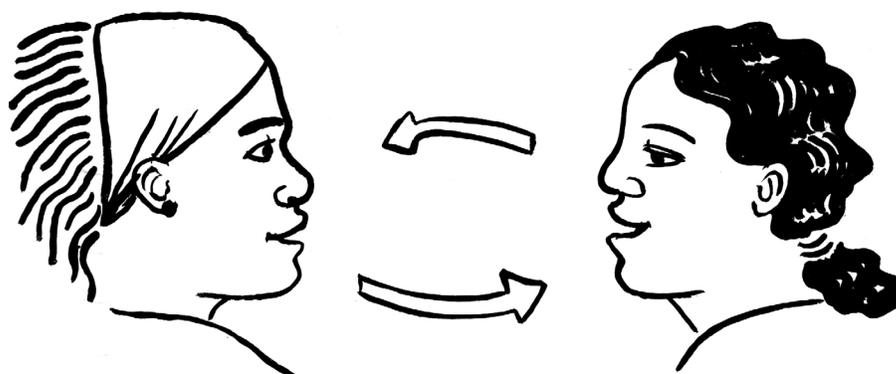
Y por último, la gran mayoría de la prensa escrita con mayor circulación, que domina alrededor del 90% del mercado entre los diarios **La Nación, Al Día, El Financiero**, y **Revista La Nación**, está controlada por el mismo grupo de accionistas encabezado por **Jaime Solera Bennett, Manuel Jiménez de la Guardia, Francisco Mendiola Bengoechea** y **Fernando Madrigal Antillón**, que además controlan otra de las empresas más grandes de radio, el **Grupo Latino de Radio.**

Todos estos propietarios mezclan una gran variedad de negocios- bancos, aseguradoras, exportadoras, procesadoras, importadoras, empresas de telefonía y cable, transmisión de datos inalámbricos, gaseosas, comercializadoras de agua, etc. - con la propiedad de los medios masivos de comunicación. Reconocen que mantener un cerco mediático, donde no permiten que hablemos los pueblos, es fundamental para seguir sus atropellos y despojos sin que nadie los cuestione.

Si se fijan, la mayoría de estos pulpos son hombres. Evidenciando

así, otro espacio más que es dominado por ellos. Aunque no cualquier hombre, son hombres ricos que pertenecen a grupos pequeños y muy poderosos que tienen una influencia fuerte en la política de sus países.

Pero nada es irremediable, y no hay silencio que dure cien años, ni pueblos que lo aguanten. Por eso, te invitamos a construir medios de comunicación populares, comunitarios, libres e independientes, que defiendan los intereses de las mujeres, sus comunidades, pueblos y organizaciones populares e indígenas.



Como ya hemos ido platicando y reflexionando a través de los ejercicios anteriores, los medios masivos de información (el periódico, la televisión, la radio, etcétera), lo que hacen es dar monólogos, donde ellos hablan y nosotros y nosotras escuchamos, sin posibilidad de dar retroalimentación. Hay mucha gente que no está de acuerdo con esto. Primero se empezó a cuestionar si lo que estos medios hacen es realmente comunicación (¡nosotras ya sabemos que no lo hacen!), y empezaron a surgir propuestas de cómo podrían llegar a ser realmente medios “de comunicación”, pero para ello tendrían que transformarse profunda y radicalmente.

Había entonces que rescatar el antiguo concepto de comunicación, o crear uno nuevo donde tuvieran espacio todas las manifestaciones de comunicación que nacen desde el pueblo, buscando expresar sus sentires y sus sueños, pero también sus preocupaciones y

denuncias, aquellas a las que no se da lugar en otros medios masivos comerciales. Entonces surgió la comunicación popular. La comunicación popular es sinónimo de diálogo, comunidad, horizontalidad, un canal de doble vía, participativa y al servicio de las mayorías.

Como decíamos anteriormente, en el proceso de comunicar hace falta una persona emisora y una persona receptora. En los medios masivos de información, los emisores son ellos, y no hay posibilidad de que cambien los roles. En la comunicación popular, todos y todas tenemos la oportunidad de ser tanto emisores y emisoras como receptores. Algunas personas han utilizado el término “emirec”: combinación de emisor o emisora y receptor o receptora. Todas las personas tenemos la capacidad para ejecutar ambas funciones, y tenemos derecho a participar en el proceso de la comunicación actuando alternadamente como emisoras y emisores y como receptoras y receptores.

LA COMUNICACIÓN POPULAR

En este modelo de comunicación, los medios se hacen para el pueblo y por el pueblo. Otra característica importante es que en la comunicación popular no se lucra, pues podría haber una inclinación hacia los intereses de unas cuantas personas. Si los medios masivos comerciales ocultan la verdad, deforman los hechos, mantienen al pueblo dormido, desinformado, y alienado. Entonces, nuestros medios populares deben transmitir otros mensajes al pueblo, mensajes con otro contenido. Nuestros mensajes deben llevar la verdad al pueblo, despertarlo.

La experiencia de medios comunitarios, populares y alternativos en nuestro continente es muy amplia, rica y diversa. La participación de las mujeres ha sido también muy fuerte dentro de los medios comunitarios, muchas veces existiendo proyectos de comunicación comunitarios impulsados y manejados en su totalidad por compañeras. En ellos han hablado desde sus derechos como mujeres, hasta el impacto de megaproyectos en sus comunidades, y un sin fin de temas que no solo interesan a las mujeres, sino que aportan a todos y todas en la comunidad.

LA BOTELLA PREGUNTONA

Objetivo: Unir criterios en cuanto a la comunicación popular y reflexionar sobre la importancia de la información y la comunicación popular para las mujeres.

Material necesario: Una botella, papelógrafo, cinta y marcadores.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Hacemos un círculo y la persona que facilita pide al grupo que alguien le de vuelta a la botella, la persona que quede frente a la punta de la botella contestará la primer pregunta, y así damos vuelta a la botella un par de veces hasta que tengamos una buena definición de la comunicación popular. Podrán anotar en el papelógrafo las respuestas o al final anotar la definición que hayan acordado.



Preguntas:

- ¿Qué se te viene a la mente cuando escuchas la palabra popular?
- ¿Qué se te viene a la mente cuando escuchas la palabra comunicación?
- ¿Qué se te viene a la mente cuando escuchas la palabra información?
- ¿Qué se te viene a la mente cuando escuchas la comunicación popular?
- ¿Qué piensan las mujeres de la comunicación popular?

Reflexión final: Lo popular viene de “pueblo”, entonces la comunicación popular nace y se hace para beneficio de nuestros pueblos. De acuerdo a las necesidades particulares de nuestro pueblo o comunidad vayamos desarrollando nuestra comunicación popular.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

HERRAMIENTAS DE LA COMUNICACIÓN POPULAR

6



Como platicamos antes, la comunicación popular al ser una comunicación de la gente y para la gente, que busca su participación, la reflexión y el diálogo, necesita de una serie de “herramientas” para poder llevarse a cabo. Así como un carpintero usa el martillo, la sierra y los clavos para hacer muebles, los y las comunicadoras populares tenemos nuestras propias herramientas que nos ayudarán a expresar, informar y comunicar. Muchas de ellas seguramente las usas o tienes a tu alcance casi diario, y quizás ni las hayas considerado como una herramienta de comunicación.

¿Alguna vez has cantado un corrido donde se platica la historia de algo importante que pasó en la comunidad?, ¿has participado en alguna marcha y llevado pancartas, mantas, afiches o volanteado?, ¿hay algún

mural en alguna de las paredes de la comunidad?

Estos son solo algunos ejemplos de las muchas formas que los pueblos y las comunidades nos hemos comunicado sin tener que hacer uso de los “medios masivos de comunicación”. La música, los festejos, las asambleas, los afiches, los esténciles y pintas en las paredes, los periódicos murales, los volantes, el teatro, las manifestaciones, y hasta las mantas, han sido utilizadas como herramientas de trabajo de comunicadoras y comunicadores populares a lo largo de nuestro continente.

Queremos que como comunicadora popular estés enterada y hagas uso de esta rica tradición de herramientas para continuar expresando el sentir de tu pueblo y de las mujeres que pertenecen a él.

NUESTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN POPULAR

ACTIVIDAD

Objetivo: Reconocer las herramientas de comunicación popular presentes o que han sido utilizadas en la comunidad.

Material necesario: Papelógrafos y marcadores.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: En nuestro grupo hagamos memoria y empecemos haciendo un listado de todas las herramientas de comunicación popular que recordemos se hayan usado o estén presentes en la comunidad. Después pensemos en cuáles nos parecen más efectivas o útiles, aquellas que consideremos han funcionado mejor en la comunidad, y por qué. Finalmente discutimos entre nosotras si hay algunas de estas herramientas de comunicación popular que nos llamen más la atención y si podrían ser herramientas que podamos empezar a utilizar nosotras.

Preguntas:

- ¿Cuáles herramientas de comunicación popular se han usado o están presentes en la comunidad?
- ¿Cuáles de estas herramientas nos parece que han funcionado mejor en la comunidad, y por qué?
- ¿Hay algunas de estas herramientas de comunicación popular que nos llaman más la atención a las compañeras?
- ¿Cuáles podríamos empezar a usar nosotras y de qué manera?

Nota metodológica: Para hacer más dinámico este tipo de actividades, podemos hacer rondas donde pongamos música y, mientras, pasamos cualquier objeto de una persona a otra, cuando pare la música, la persona que haya quedado con el objeto en la mano, es quien contesta la pregunta.

Reflexión final: Las herramientas de comunicación popular siempre están presentes a nuestro alrededor, es sólo cuestión de identificarlas y pensar cómo las podemos seguir usando para nuestro trabajo de comunicación. O también pensar en otras herramientas que quizás no hayamos usado antes, pero que hemos visto que funcionan en otros lugares y que podrían ayudarnos en nuestro trabajo como comunicadoras.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

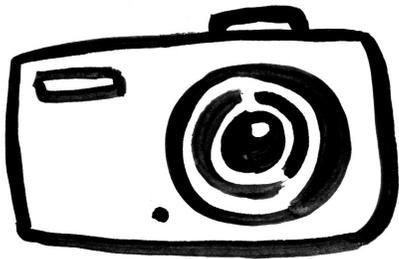


Pueden fotocopiar los dibujos de las herramientas de comunicación popular que están en las páginas siguiente, recortarlos y tenerlos listos para que entre todo el grupo los vean y seleccionen de entre ellos las herramientas que han usado. Luego los pegan en un papelógrafo y van anotando ahí las reflexiones del grupo. ¡Si falta alguna herramienta hagan su propio dibujo!

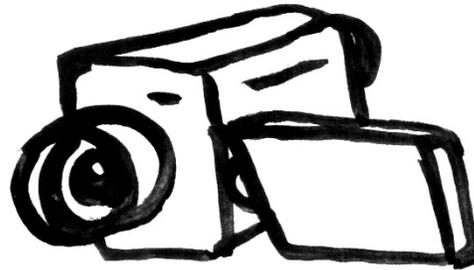
HERRAMIENTAS DE LA COMUNICACIÓN POPULAR

NUESTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN POPULAR

PARA FOTOCOPIAR O CALCAR



CÁMARA DE FOTO



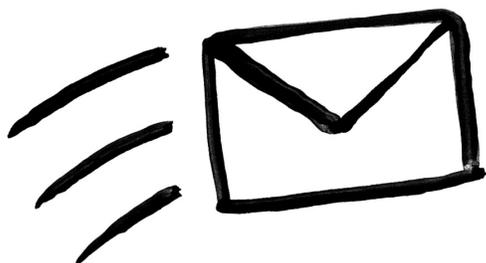
CÁMARA DE VIDEO



**CONFERENCIA
DE PRENSA**



TELÉFONO CELULAR



**CORREO
ELECTRÓNICO**



DANZA

NUESTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN POPULAR

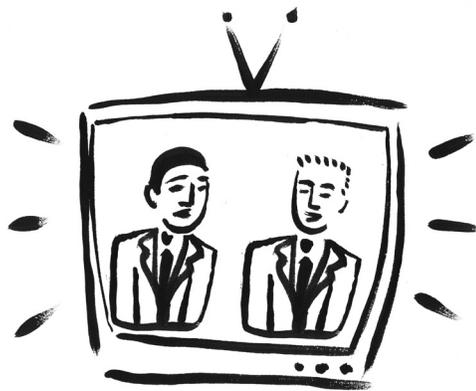
PARA FOTOCOPIAR O CALCAR



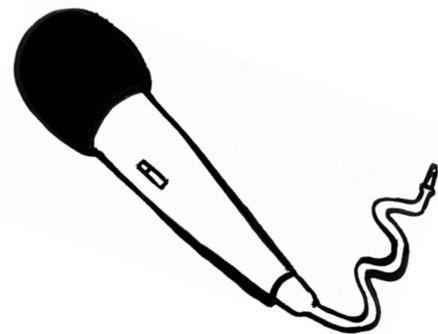
AUDÍFONOS



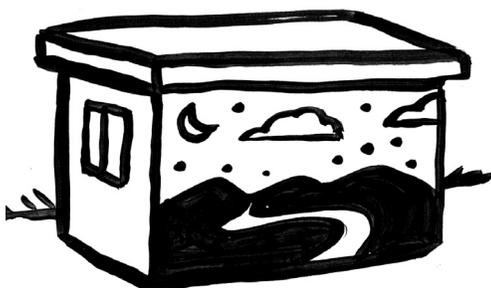
MEGÁFONO



TELEVISIÓN



MICRÓFONO



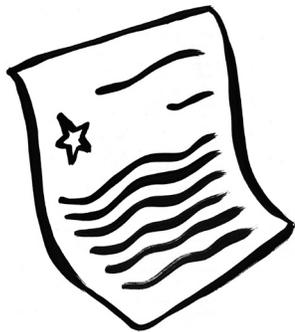
MURAL



LA COMUNIDAD

NUESTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN POPULAR

PARA FOTOCOPIAR O CALCAR



BOLETÍN DE PRENSA



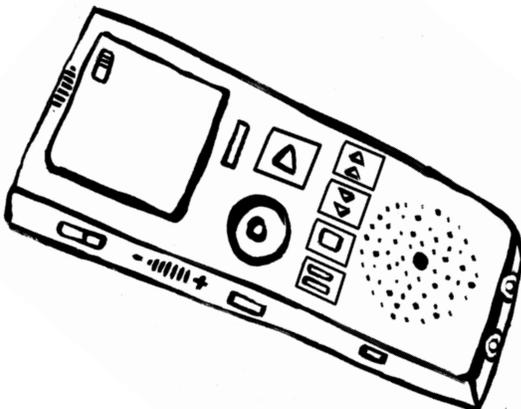
PERIÓDICO



**PÁGINAS WEB Y
BLOGS**



PERIÓDICO MURAL



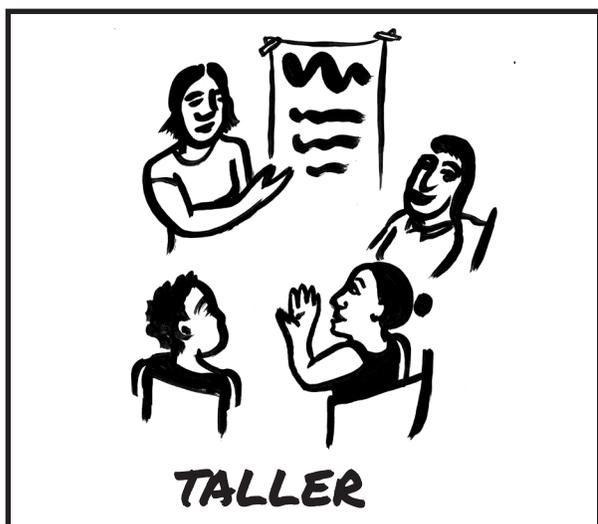
GRABADORA



VOLANTE

NUESTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN POPULAR

PARA FOTOCOPIAR O CALCAR



LA COMUNICACIÓN EN LA COMUNIDAD



Practicar una buena comunicación en nuestra comunidad es vital para su buen funcionamiento. Si no hay comunicación, no hay participación, no hay lucha, no hay unión. En cambio, cuando entre vecinos y vecinas nos comunicamos, podemos enterarnos de cuáles son las necesidades de la comunidad, y entre todos y todas podemos intercambiar posibles soluciones y abrir espacios de diálogo donde puedan surgir propuestas y acciones.

La comunicación también nos ayuda a enterarnos de cuáles son las actividades que se hacen en nuestra comunidad y cuáles son los logros que como comunidad hemos conseguido. Nos ayuda a conocer cuáles son los derechos de los que gozamos como integrantes de la comunidad y

comprender cómo funciona (qué instancias públicas hay, cuáles son los espacios y formas de participación de la ciudadanía, cómo se responde a sus necesidades, etcétera). Cuando conocemos cómo funciona nuestra comunidad, podemos dar seguimiento y control al manejo de sus recursos y estar al tanto de cómo funciona lo que es de todos y todas, preguntando lo que consideramos cuestionable y denunciando aquello que pensamos no está funcionando bien.

La comunicación en nuestra comunidad nos sirve, sobre todo, para relacionarnos y fortalecer los vínculos que nos unen, no sólo entre nosotros y nosotras, sino también con poblaciones vecinas que pueden estar viviendo situaciones parecidas a las que vive nuestra comunidad.

MAPA VISUAL DE LA COMUNICACIÓN EN LA COMUNIDAD

Objetivo: Hacer un diagnóstico de la comunicación en nuestras comunidades para visualizar qué herramientas y medios de comunicación tienen mayor presencia, y cómo los utilizamos.

Material necesario: Papelógrafos, marcadores, cinta y/o pegamento.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Colocar un papelógrafo grande y explicar al grupo que van a elaborar un mapa de la comunicación en la comunidad. Se pide al grupo que dibujen un mapa muy sencillo de la comunidad, recordando incluir los lugares que consideren más importantes donde se dé una comunicación.



Pueden contestar las siguientes preguntas generadoras para ayudarles a recordar cómo es la comunicación en la comunidad, y anotarlas en otro papelógrafo:

- ¿Cómo nos comunicamos en la comunidad?
- ¿Quiénes participan en esta comunicación?
- ¿Qué medios de comunicación existen en la comunidad?
- ¿Cuáles son los que más nos sirven y por qué?
- ¿Cuáles son los que menos nos sirven y por qué?

Una vez terminado el mapa podrán ver y ubicar los lugares, así como las herramientas y medios de comunicación que más se utilizan en la comunidad.

Reflexión final: En nuestra comunidad siempre hay espacios donde se está en comunicación constante. También hay ciertas formas, herramientas y medios de comunicación que más usamos y que nos son verdaderamente útiles. Otras veces podrá haber presencia grande de algún medio de comunicación pero no necesariamente nos ayuda a comunicarnos o nos presenta información que nos es útil para nosotras o nuestra comunidad. Conocer cómo es la comunicación en nuestra comunidad es uno de los conocimientos básicos que debe tener una comunicadora o comunicador popular, para que así pueda hacer un mejor uso de las herramientas, los medios y las formas de comunicación que realmente van a ayudar a nuestra comunidad.

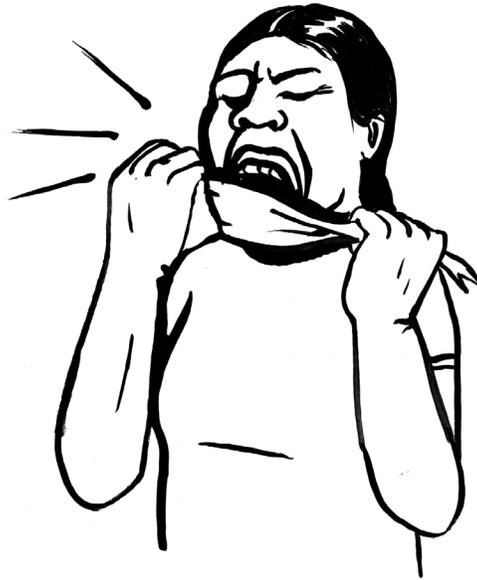
Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



* Podrán usar los dibujos de las herramientas de comunicación utilizados en la actividad anterior, fotocopiarlos y pegarlos en el papelógrafo en el lugar que consideren importante ubicar en el mapa.

¿PARA QUÉ NOS SIRVE LA COMUNICACIÓN A LAS MUJERES?

8



Esperamos que después de platicarte que la comunicación es mucho más que los medios masivos, ahora podamos acercarnos más a casa y encontrar cómo es la comunicación en nuestra comunidad, en nuestra colonia, o en nuestra ciudad. Seguramente vas a encontrar que las estaciones de radio, la prensa o periódicos y la televisión están presentes en casi cada una de las casas, pero también encontrarás que tal vez hay un comité de vecinos, equipos deportivos, algún grupo o comité que se encarga de las ferias o algunos eventos y festejos de la comunidad. Tal vez encuentres que hay carteles en los postes, o algún letrero con información para las familias de la comunidad, si estás en la ciudad tal vez encuentres pintas o graffitis en las paredes ¿Qué crees que nos estén diciendo, qué

nos están comunicando todas estas formas de expresión?, ¿será que las mujeres tenemos cosas en especial que decir?, ¿algunos temas que nos afecten más que otros?

Durante nuestros años de trabajo con compañeras de diferentes comunidades y países, muchas de ellas han encontrado que la comunicación es un elemento central en sus vidas, ya que por medio de la comunicación, las mujeres tienen acceso a información sobre asuntos que les afectan directamente.

Estos asuntos son tan variados como tan variadas somos las mujeres y nuestras circunstancias, pero muchas compañeras han encontrado que cuando se trata de temas relacionados con nuestra salud, con la tierra y los recursos naturales, con la educación, con las formas de organización, con el dinero y gasto o lo que much@s llaman “temas financieros”, o nuestros derechos como personas y mujeres, y viéndolo más a detalle básicamente encontraron que TODOS los temas nos afectan e interesan como mujeres. Por eso la importancia de adentrarnos en la comunicación, conocer sus herramientas y usarlas tanto para informarnos, como para dar a conocer nuestras perspectivas, preocupaciones, propuestas y luchas.

¿PARA QUÉ NOS SIRVE LA COMUNICACIÓN A LAS MUJERES?

Otra cosa que encontramos en nuestras reflexiones entre compañeras, fue que la idea más generalizada sobre para qué nos sirve la comunicación a las mujeres, según lo que dan a entender los medios de comunicación comerciales por las secciones “especiales de mujeres” que manejan, es que a las mujeres solo nos interesa información sobre la moda, la cocina, los consejos para ser atractivas o para ser mejores madres o esposas, y sobre todo la que pasa en el mundo de las telenovelas, el espectáculo y la música. Seguramente hay muchas mujeres – y hombres – que se entretienen con estos temas, pero encontramos que se dejan de lado muchos – casi la mayoría – de los temas que realmente nos afectan y de los que es importante estar informadas.

Las mujeres, como personas que somos, nos estamos comunicando siempre. No sólo con la palabra, sino con nuestro cuerpo y con nuestro silencio también. Por ejemplo, cuando estamos teniendo un buen día, probablemente caminemos por la calle bien erguidas, sonrientes y alegres, y de esta forma estamos comunicando al mundo lo bien que nos sentimos ese día. Cuando callamos también estamos comunicando. Por ejemplo, si al finalizar un taller el facilitador o facilitadora dice: “¿Alguien tiene alguna pregunta?”,

y nadie contesta, el facilitador o la facilitadora dará por hecho que todo el mundo entendió y que entonces nadie tiene ninguna pregunta que hacer.

Pero nuestro silencio no siempre es voluntario, hay muchas veces que no somos incluidas en las decisiones que tienen que ver directamente con nosotras. Ese silencio no quiere decir que no tengamos voz, más bien quiere decir que hemos sido excluidas de los espacios de diálogo. Existen muchos hogares en donde quien toma las decisiones en la casa es el hombre. Es él quien decide en qué se gasta el dinero, con quién se va a casar su hija, si la esposa puede trabajar o no.

Por eso es importante que dentro de nuestras familias aprendamos a comunicarnos de manera consciente e inclusiva. Nosotras tenemos derecho a participar y dar nuestra opinión en las decisiones importantes que se toman en casa, no sólo las que tienen que ver con el cuidado de nuestros hijos e hijas, o las que tienen que ver con la cocina. Nadie tiene derecho a tomar decisiones que tengan que ver con nosotras sin antes preguntarnos. A veces los maridos dicen que “la mujer es para la casa”, y ya con esa regla impuesta, a las mujeres no nos dejan salir. Nosotras tenemos derecho a decidir si queremos salir o no, a trabajar, a estudiar o a divertirnos. Debemos de

¿PARA QUÉ NOS SIRVE LA COMUNICACIÓN A LAS MUJERES?

empezar a alzar nuestras voces y comunicarle a nuestra pareja y al resto del mundo lo que queremos o no queremos.

A veces pasa que en nuestros hogares, nuestro marido ya entendió que la mujer no tiene que pedirle permiso para salir, y él se queda en casa cuidando a l@s niñ@s para que nosotras podamos participar en las organizaciones de lucha de nuestra comunidad. Pero nos encontramos con la sorpresa que en la organización tampoco nos escuchan y no participamos en la toma de decisiones, sino más bien nos encargamos de trabajos administrativos o de limpieza. Como si estuviéramos relegadas a un segundo plano. Pero nosotras también tenemos algo que decir sobre lo que pasa en nuestra comunidad. Las mujeres tenemos un punto de vista que puede ser complementario al punto de vista de los hombres. Por ejemplo, en una comunidad campesina donde la mayoría de los hombres han migrado, los hombres dirán que la plantación ha bajado porque ya no hay quien siembre. Ese es un lado de la historia. Una mujer podrá decir que desde que se fue su marido y los demás hombres de su comunidad, ahora ella y otras mujeres se han organizado para salir a pescar al río y traer alimento a casa. Y ese, es otro

lado de la historia. Entonces, por el bien de las mujeres y nuestras comunidades, es importante que participemos activamente en nuestras organizaciones y así demos voz a los conflictos que nos interesa resolver como mujeres y que quizás los hombres no ven.

La comunicación con otras mujeres también es muy importante. ¿Alguna vez te ha pasado que tienes un problema, se lo cuentas a la vecina, y ella te entiende perfectamente? Es probable que el mismo problema que tienes tú, lo tenga alguna o varias otras mujeres de la comunidad, ¡pero no lo podremos saber si no nos comunicamos entre mujeres! Cuando encontramos a alguien más que nos entiende porque ha pasado por la misma situación por la que estamos pasando en ese momento, nos sentimos comprendidas. A veces la persona a quien le confiamos lo que nos sucede no ha vivido la misma situación, pero nos escucha atentamente y nos sentimos apoyadas. Es importante que empecemos a buscar espacios donde como mujeres podamos organizarnos para tomar conciencia de nuestros problemas, de por qué ocurren, qué podemos hacer al respecto, y no quedarnos con los brazos cruzados y llorando nuestras desgracias.



Después de haber leído sobre la importancia que tiene la comunicación para nosotras las mujeres, y de haber elaborado el mapa de la comunicación de nuestra comunidad, paremos un momento y reflexionemos acerca de ¿cuál ha sido nuestra experiencia como mujeres dentro de esta comunicación?

Objetivo: Visibilizar cuáles son los espacios que utilizamos las mujeres para comunicarnos, y cuáles son esos espacios de comunicación de los que somos excluidas.

Material necesario: Mapa de la comunicación en la comunidad elaborado previamente.

Metodología: Trabajo en grupo e individual.

Indicaciones: Pegar en una pared o ubicar en una mesa el mapa que elaboraron sobre la comunicación en la comunidad. Se explica al grupo que vamos a trabajar sobre este mismo mapa, pero ahora nos vamos a enfocar especialmente en la comunicación de las mujeres. Se indica a las compañeras del grupo que vamos a discutir y reflexionar sobre las siguientes preguntas, anotándolas en un papelógrafo:

- ¿Cómo nos comunicamos las mujeres en la comunidad?
- ¿Para qué nos sirve esta comunicación?

LA COMUNICACIÓN PARA LAS MUJERES

ACTIVIDAD

¿PARA QUÉ NOS SIRVE LA COMUNICACIÓN A LAS MUJERES?

¡OJO! Recordar dibujar o pegar en el mapa estas formas de comunicación en caso de que no las hayan puesto antes.

Después revisemos el mapa que hicimos sobre la comunicación en la comunidad y reflexionemos sobre estas preguntas:

- ¿Qué acceso tenemos las mujeres a estos medios?
- ¿Cuáles son los problemas de comunicación que viven las mujeres en nuestra comunidad?
- ¿Qué podemos hacer frente a esta situación?, ¿cómo la podemos mejorar?

Pregunta individual: ¿Qué piensas y sientes sobre esta situación? ¿Qué otras preguntas o inquietudes te surgen sobre la comunicación de las mujeres? Anota tu reflexión en el siguiente espacio:

Nota metodológica: Es importante que para contestar las preguntas nos reunamos y demos espacio para que todas aporten su punto de vista.

Reflexión final: Es muy probable que encontremos que en nuestra comunidad las mujeres tenemos ciertos lugares o formas particulares para comunicarnos, es importante conocerlos para hacer un uso efectivo de ellos. También es importante empezar a identificar en qué otros lugares donde se da la comunicación en la comunidad, generalmente no tenemos acceso o somos excluidas de ellos. Reflexionar sobre qué información se maneja en estos espacios y por qué no somos incluidas nos ayudará a entender por qué las voces, propuestas o problemáticas de las mujeres no están reflejadas en ciertos espacios de nuestra comunidad, y empezar a tomar acciones para que nuestras voces y perspectivas estén incluidas.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

NUESTROS DERECHOS HUMANOS COMO MUJERES

En 1947 se firmó la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que incluía a hombres, mujeres, niños, niñas, jóvenes, ancianos, ancianas, en fin, ¡a todas las personas! Aún así, es probable que cada una de nosotras recordemos alguna ocasión en que estos derechos no han sido respetados. Parece que la necesidad de hacer que los derechos fueran universales, ha dejado fuera a las particularidades de las mujeres. En 1993, las Naciones Unidas hizo en Viena el Congreso Internacional de Derechos Humanos, en el cual señaló que los derechos de las mujeres son derechos humanos. Entonces, si los derechos

humanos son de todas y todos, ¿por qué tenemos que hablar de derechos humanos de las mujeres?, ¿acaso los derechos de las mujeres son mejores, peores o diferentes a los derechos de los hombres? En realidad no. Lo que pasa es que las mujeres, por nuestras condiciones sociales, culturales o físicas, estamos más expuestas a que se violen nuestros derechos humanos. Las mujeres constituimos la mitad de la humanidad, históricamente amenazadas por la discriminación, la violencia de género y la falta de disfrute de los derechos sexuales y reproductivos, por eso requerimos de reconocimientos específicos y protección especial.

9



Las mujeres tenemos derecho a...

- Vivir libres de maltrato y de violencia.
- No recibir ningún tipo de agresión.
- Tomar nuestras decisiones y ejercer control de nuestras vidas.
- Ser tratadas como personas.
- Vivir sin miedo, sin amenazas, sin humillación.
- Ser respetadas, vivir con dignidad.
- Equivocarnos, a cometer errores, a no ser perfectas.
- Superarnos, a elegir nuestra profesión u oficio.
- Sentir y expresar nuestros sentimientos e ideas.
- Valernos por nosotras mismas.
- El control sobre nuestros cuerpos y nuestra sexualidad.
- Defendernos del maltrato y la agresión.
- Denunciar la agresión.
- Un trato justo y digno en los servicios legales y policiales.
- Participar en actividades recreativas, culturales, sociales, deportivas, políticas, económicas, religiosas u otras que estemos interesadas.
- Amar y ser amadas.
- Vivir en paz y libertad.

¿Yo sexista? Material de apoyo para una educación no sexista

Las Dignas

NUESTROS DERECHOS HUMANOS COMO MUJERES

Aquí nombramos algunos de los derechos de las mujeres.

DERECHO A UNA VIDA LIBRE DE VIOLENCIA



Señala que cualquier forma de violencia contra las mujeres atenta contra los Derechos Humanos fundamentales, debiendo garantizarse el derecho a una vida libre de violencia, tanto en el ámbito público como en el privado. Plantea la participación de las mujeres en la resolución de conflictos armados y en la construcción de la paz.

DERECHOS SOCIALES



Incluye entre otros: igualdad de derechos para el acceso a tener servicios sociales, educación, salud y vivienda.

DERECHOS SEXUALES Y REPRODUCTIVOS



Los pilares en este eje son la autodeterminación en el ejercicio de la sexualidad, lo que comprende la libertad en cuanto a la orientación sexual y los derechos a la información y educación sobre la sexualidad. La autonomía reproductiva que comprende la posibilidad de elegir tener o no tener hijas e hijos, la elección del número de hijas e hijos y el tiempo de distanciamiento entre los mismos. Derecho a recibir información sobre métodos de planificación familiar seguros, tener acceso a ellos y poder elegirlos libremente sin ningún tipo de imposición o represión.

NUESTROS DERECHOS HUMANOS COMO MUJERES

DERECHOS CULTURALES



Incluye el derecho a tener una identidad propia y una vida libre de prejuicios o discriminación cultural, lingüística, geográfica, religiosa y racial.

DERECHOS ECONÓMICOS



Comprende la igualdad de derechos para el acceso a la propiedad de la tierra, de la vivienda y de los bienes en general. También incluye los derechos laborales, en cuanto a elegir profesión, las mismas oportunidades de trabajo, ascenso, estabilidad y seguridad social que los hombres, al igual que semejante remuneración por igual trabajo, prestaciones e igualdad de trato y NO sufrir NINGÚN tipo de ACOSO SEXUAL.

DERECHOS CÍVICOS-POLÍTICOS



Entre estos derechos se encuentra el derecho a elegir y ser electa; derecho a desempeñar cargos públicos en todos los niveles del gobierno y en igualdad de condiciones; derecho a participar en organizaciones y asociaciones no gubernamentales que se preocupen de la vida pública y política del país.

¿DERECHOS GANADOS O NO CUMPLIDOS?

ACTIVIDAD

NUESTROS DERECHOS HUMANOS COMO MUJERES

Ya hemos visto y leído acerca de los distintos derechos que como mujeres debemos gozar: derecho a una vida libre de violencia; derechos cívico- políticos, derechos económicos, sociales y culturales; y derechos sexuales y reproductivos. Sabemos que aunque tenemos derechos, muchas veces no son respetados. Pero sabemos también que entre más mujeres conozcamos cuáles son nuestros derechos, más fuerte será la lucha por alcanzarlos.

Objetivo: Reflexionar en torno a cuáles derechos humanos ejercemos libremente las mujeres de mi comunidad, y cuáles no.

Material necesario: Cuaderno de trabajo y equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas).

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Entre las compañeras reunidas vamos a releer los derechos mencionados más arriba. Cada compañera puede leer uno. Después de leer cada uno de los derechos, entre todas comentamos:

- ¿Qué nos parece este derecho?
- ¿En nuestras comunidades es un derecho ganado o un derecho no cumplido?

Ahora, después de haber reflexionado entre nosotras, vamos a salir a nuestra comunidad buscando mujeres que nos respondan a las siguientes preguntas:

- ¿Qué derechos como mujeres hemos ganado o tenemos en nuestra comunidad?
- ¿Qué derechos como mujeres nos han sido negados en nuestra comunidad?

Vamos a grabar sus respuestas, recordando grabar cada respuesta por separado.

Reflexión final: Es importante que reconozcamos cuáles son los derechos que ejercemos plenamente, y sobre todo, es importante reconocer cuáles no. Pues teniendo consciencia de ello, y sabiendo que tenemos derecho a tener “derechos”, podremos exigirlos.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

DERECHOS ESPECÍFICOS COMO MUJERES INDÍGENAS

10



Si eres integrante de un pueblo originario, como mujer tienes una serie de derechos específicos que ayudan a proteger tu identidad y tus prácticas culturales,

siempre y cuando te favorezcan y dignifiquen como mujer.

Conociendo estos derechos podrás defender y hacer respetar tu dignidad como mujer indígena:

- Derecho al respeto de la identidad cultural del pueblo al que pertenecemos.
- Derecho a identificarnos como integrantes de un pueblo indígena específico.
- Derecho a no ser asimiladas ni obligadas a aceptar prácticas culturales ajenas y que atenten contra nuestra identidad cultural.
- Derecho a modificar costumbres y tradiciones -sociales, culturales, económicas- ya sean propias o ajenas, que dañen o afecten nuestra dignidad.
- Derecho a recuperar, como integrantes de un pueblo indígena, ciertas prácticas y tradiciones que nos favorecen y dignifican como mujeres.

Varios de estos derechos son centrales para la comunicación, por ejemplo el derecho a hablar en tu idioma o vestir tu ropa tradicional, sin ellos, tu derecho a expresarte como integrante de un pueblo originario queda limitado.

NUESTROS DERECHOS COMO MUJERES INDÍGENAS

ACTIVIDAD

DERECHOS ESPECÍFICOS COMO MUJERES INDÍGENAS

Objetivo: Profundizar más sobre el tema de los derechos como mujeres indígenas basándonos en nuestra propia experiencia.

Material necesario: Lápiz para anotar.

Metodología: Trabajo individual y en grupo.

Indicaciones: De forma individual, observa los dibujos de la página siguiente y piensa a qué derechos se refieren. Anótalos debajo de cada dibujo.

Después, nos vamos a ir a buscar en nuestra experiencia, en nuestros recuerdos, e intentar acordarnos de alguna situación en la que hemos sentido que alguno o algunos de nuestros derechos NO fueron respetados. Relatemos:

- ¿Cómo fue la situación?
- ¿Cómo nos sentimos?
- ¿En qué me limitó o perjudicó?

Ahora vamos a regresar a nuestros recuerdos, y esta vez intentemos pensar en alguna ocasión en que uno o algunos de nuestros derechos SI fueron respetados. Y relatemos:

- ¿Cómo fue la situación?
- ¿Cómo nos sentimos?
- ¿En qué me benefició o mejoró mi vida?

Reflexión final: La última parte de esta actividad vamos a hacerla en grupo. Vamos a compartir nuestras experiencias con otras compañeras y así comparar si hemos ubicado los mismos derechos en cada una de las ilustraciones, y compartir también nuestras reflexiones sobre los otros ejercicios acerca de nuestros derechos.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

NUESTROS DERECHOS COMO MUJERES INDÍGENAS

ACTIVIDAD

DERECHOS ESPECÍFICOS COMO MUJERES INDÍGENAS









EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN



Comunicación viene de comunidad. Comunicar es poner en común, compartir, ponerse de acuerdo, o por qué no, tener diferencias pero dialogando. Y no solo la radio, la televisión o la prensa sirven para comunicar, sino que también en nuestro hablar y convivir diario con las demás personas estamos comunicándonos. Podemos decir entonces que la comunicación es central para el desarrollo de nuestras vidas. Es decir, la comunicación viene siendo un DERECHO HUMANO.

Un derecho es el poder o la capacidad de hacer que tenemos las personas, pero cuando hablamos de DERECHOS HUMANOS, esto quiere decir que como seres humanos tenemos que tener garantizadas ciertas condiciones materiales, emocionales y sociales que nos permiten tener una vida digna, sana, segura y completa.

Nuestros derechos humanos nadie nos los puede ni debe quitar, por eso están protegidos dentro de las constituciones y leyes, y los mismos Estados deben respetarlos y asegurar que sean cumplidos.

¿Y cuáles son nuestros derechos humanos? Vida, educación, alimentación, salud física y salud mental, vivienda, trabajo y salario justo, seguridad, integridad, dignidad, libertad (de la persona, pensamiento, circulación, expresión, asociación) y organización.

Serie Derechos Humanos
Gustavo Castro

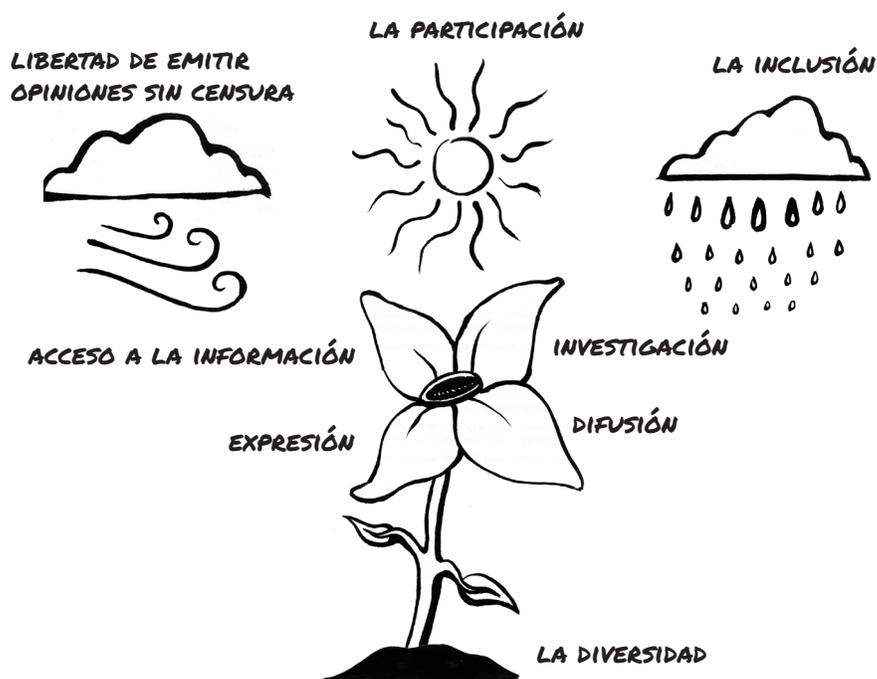
¿Crees que sin comunicación podríamos tener una vida digna, con acceso a la educación, a una vivienda, a la salud, a un trabajo y salarios justos, y ser libres para reunirnos, movernos de un lugar a otro o expresarnos?

Muchos pueblos, comunidades y personas alrededor del mundo han pensado que nada de esto sería posible si no tenemos las condiciones y la posibilidad de comunicarnos. Por eso han luchado y trabajado duro para tener acceso a la información, por tener libertad de expresión, y para que la misma gente (no solo empresarios ricos) sea dueña de sus propios medios de comunicación, y administre, controle y decida sobre el uso y manejo de la información.

“Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión; ese derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.
Artículo 19, 1948.

Declaración Universal de los Derechos Humanos
Organización de las Naciones Unidas

EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN



Recordemos entonces que COMUNICAR es un conjunto de DERECHOS:

- Acceso a la información
- La investigación
- La expresión
- La difusión

Y que la comunicación tiene cuatro guías o principios:

1. La **LIBERTAD** de emitir opiniones sin censura.
2. La **INCLUSIÓN** relacionada al acceso universal a la educación, la protección a la cultura de las comunidades y el intercambio equitativo de los avances en ciencia y tecnología.
3. La **DIVERSIDAD** cultural, lingüística y de información es clave para la democracia y la participación política.
4. La **PARTICIPACIÓN** de las personas y los pueblos en los procesos políticos, en la toma de decisiones sobre la vida, el ambiente, el presente y el futuro.

Aquí es importante la equidad de participación de las mujeres y los grupos marginados, y no solamente de unos cuantos empresarios. Como ya hemos visto, la comunicación atraviesa muchas dimensiones de nuestra vida y por eso trabajamos para que se respete este derecho y también para ejercerlo plenamente.

EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN

Legalidad Vs. Legitimidad

Existe un gran debate en torno al derecho a la comunicación que tiene que ver con la legalidad y la legitimidad, y que es importante conozcamos.

Pero, ¿qué será eso de la legalidad?, ¿y la legitimidad? Si buscamos estas palabras en el diccionario, podemos encontrar lo siguiente:

Legal: Principio jurídico en virtud del cual los ciudadanos y todos los poderes públicos están sometidos a las leyes y al derecho.

Legítimo: Justo, lícito, conforme a la moral, genuino, verdadero.

Según lo que nos enseñan en las escuelas, las leyes fueron creadas para el beneficio de la sociedad en general, para regir las formas en que actuamos e interactuamos, y asegurar que ninguna persona pudiera ir cometiendo barbaridades contra otra gente sin que se le castigara.

Nos dicen que las leyes siempre están basadas en la razón, en el sentido común que poseemos tod@s como seres racionales y por lo tanto son necesariamente legítimas. Pero, ¿será esto cierto? Qué me dicen de las leyes que protegen a unos cuantos ricos para que saqueen los recursos naturales de la madre tierra, de las leyes que permiten la explotación de los y las campesinas en el campo y de los y las obreras en las ciudades, de una ley que castiga a una persona que roba comida para dar de comer a su familia, o de aquellas leyes que prohíben que un hombre o una mujer tengan un pedazo de tierra para cultivar y vivir. Muchas veces, las leyes sirven para defender los intereses de unos cuantos a costo de las necesidades de la mayoría. ¿Será esto legítimo?

Podríamos decir, entonces, que no todo lo legal es legítimo, ni todo lo legítimo es legal.

Hay muchas radios comunitarias, indígenas, libres o alternativas en nuestras regiones que no están respaldadas por ningún reconocimiento legal. Las llamadas fuerzas del orden se aprovechan de ello para amenazarlas, hostigarlas y atacarlas, con el único objetivo de “callarlas”. Sin embargo, debemos saber que estos son proyectos comunitarios, participativos y legitimados por nuestras comunidades.

En toda América Latina hay pueblos que están encaminando luchas no sólo para defender la legitimidad de sus radios, sino para exigir que éstas sean reconocidas legalmente como manifestaciones legítimas del ejercicio al derecho a la comunicación que tenemos como campesin@s, indígenas, obrer@s, estudiantes, jóvenes, ancian@s, hombres y mujeres.

¿TENEMOS UNA LEY PARA LA COMUNICACIÓN?



Todos los países tienen algún tipo de ley que garantiza las diferentes dimensiones de los derechos a la comunicación, ¿tú conoces estas leyes?

Objetivo: Identificar si contamos con marcos legales que garanticen y protejan nuestros derechos a la comunicación.

Material necesario: Una constitución política de tu país, o acceso a internet.

Metodología: Trabajo individual o en grupo.

Indicaciones: En grupo o de forma individual haz una revisión de las leyes de tu país y contesta las preguntas de la página siguiente.

Reflexión final: Es probable que tu país aún no cuente con alguna ley que respalde un libre ejercicio de los derechos a la comunicación. Sin embargo, aunque no contemos con un respaldo legal, es importante que reconozcamos la legitimidad para ejercerlos pues la difusión de nuestras voces es fundamental para nuestras luchas.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

¿TENEMOS UNA LEY PARA LA COMUNICACIÓN?

ACTIVIDAD

EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN

¿Desde cuándo existe el derecho a la comunicación?

¿En qué ley está escrito?

¿Qué dice esta ley?

¿Se cumplen en su totalidad estas leyes?

¿De qué manera nos ayuda su cumplimiento o perjudica su incumplimiento?



Ya que vimos que a la comunicación pertenecen un conjunto de derechos, vamos a pensar como los vivimos y tratar de expresarlos mediante dibujos.

Objetivo: Reflexionar en torno a situaciones en donde hemos ejercido, o no, nuestros derechos a la comunicación.

Material necesario: Papel, marcadores o colores.

Metodología: Trabajo individual o en grupo.

Indicaciones: Repasen el texto donde se habla del conjunto de derechos que pertenecen a la comunicación, y piensen en momentos importantes de sus vidas donde los han hecho valer, o donde no han sido respetados. Luego haz un dibujo para cada uno de esos momentos, y entre todas reflexionen sobre lo que observan.

Nota metodológica: Una variante de esta actividad es que en lugar de hacer dibujos, hagan pequeñas dramatizaciones que representen la situación vivida.

Otra opción es hacer “estatuas humanas”, que es hacer una dramatización, pero sin movimiento. Van a pensar en una forma de representar la situación con sus cuerpos en una imagen fija. Como si estuvieran retratando la situación en una “fotografía”.

Reflexión final: A pesar de que la comunicación es un conjunto de derechos humanos, la realidad es que existen contextos y situaciones en donde no son respetados. Es importante tomar consciencia que tenemos derecho a difundir nuestras voces.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplieron los objetivos?



El conjunto de derechos a la comunicación son vitales para nosotras como mujeres, y no sólo como comunicadoras, ya que nos permiten las condiciones para que seamos protagonistas de nuestra vida y nuestra sociedad. Esto quiere decir que tomamos parte y participamos activamente en dar voz a nuestras preocupaciones, nuestras propuestas e ideas; también investigamos y demandamos tener acceso a información que es clave para nosotras, sea en el tema de la salud y el cuidado de nuestro cuerpo, hasta en lo que

se refiere al acceso a la tierra y los recursos naturales; significa que la diversidad de nuestras culturas e idiomas debe ser respetada; y que para que participemos en procesos políticos, exista la democracia y tengamos elementos para tomar decisiones sobre nuestra vida, debe de existir una pluralidad de información.

Es decir que a través del ejercicio de nuestros derechos a la comunicación hacemos visibles nuestras demandas, nuestros aportes, nuestros pensamientos y nuestros sueños.

LOS DERECHOS A LA COMUNICACIÓN Y LAS MUJERES

Las mujeres queremos comunicarnos para ejercer nuestro derecho a la palabra.

La palabra es la vía para recuperar nuestra dignidad.

Es un paso para sentirnos sujetos/ personas con derechos (a la salud, el trabajo, la tierra, el salario, la educación, la libertad, la vida, la seguridad, una vida sin violencia).

Con la palabra ampliamos nuestras capacidades de comunicarnos dentro de una sociedad determinada.

Por la palabra, construimos nuestra identidad, decimos quiénes somos, qué hacemos y hacia dónde vamos.

En otras palabras...

“Sin el derecho a la palabra no puede haber educación, ni derechos humanos, ni paz, ni justicia social, ni nada”.

María Suárez
Radio FIRE Costa Rica

La comunicación, un derecho muy nuestro
Patricia Galicia

YO ME COMUNICO PARA...

ACTIVIDAD

LOS DERECHOS A LA COMUNICACIÓN Y LAS MUJERES

Objetivo: Hacer explícitas nuestras intenciones para comunicarnos y generar un sentido común de nuestro proyecto de comunicación.

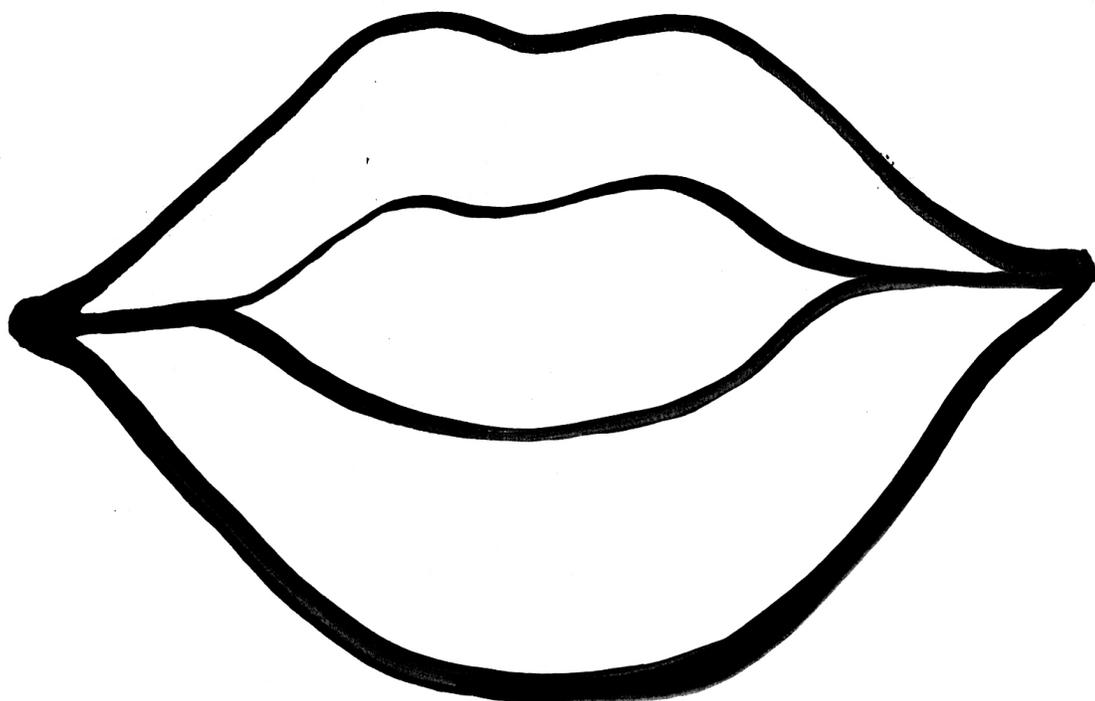
Material necesario: Papelitos o tarjetas con una boca dibujada. Pueden usar la que incluimos aquí, y copiarla a una hoja o fotocopiarla. Y, un papelógrafo con el dibujo de un aparato de radio.

Metodología: Trabajo individual y reflexión en grupo.

Indicaciones: Escribimos en un papelógrafo: “Yo me comunico para...” y lo pegamos en la pared. Luego pedimos que cada quien piense en la respuesta a esta frase y lo escribe en la boquita. Luego lo pegan alrededor de su radio (la que previamente dibujaron en un papelógrafo) y poco a poco se va rodeando la radio con las bocas y reflexiones de todas. Después, pedimos que una por una pase al frente y comparta con el grupo su respuesta.

Reflexión final: Este ejercicio nos permite nombrar y hacer explícita nuestra razón, nuestro deseo o nuestra necesidad para comunicarnos, lo cuál puede ser muy poderoso porque nos da una guía que puede ayudar a impulsar nuestro trabajo de comunicación, además de nuestra fuerza personal.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplieron los objetivos?





La historia debe ser reescrita, porque la que existe es una historia sin mujeres. Nosotras han estado presentes, pero atrás del escenario de las guerras y de las conductas “heroicas” de algunos hombres. Ya se debe abrir el telón y escribir la historia de la convivencia humana.

En la historia se nos habla de “los” campesinos, de “los” obreros, de “los” presidentes. En ese “los”, ¿entran las mujeres? Al intentar una re-lectura de la historia de nuestros pueblos, nos encontramos ante un gran vacío: nadie da fe del papel de las mujeres. No hay investigaciones, no hay datos, no hay fotografías y poca gente se hace la pregunta sobre el papel que juegan las mujeres.

La historia de nuestros pueblos resalta el afán más que todo masculino, de dominio, de agresividad, de fuerza, de violencia, de destruir y matar por las guerras.

Pero cabe preguntar: ¿quién y en función de qué se decide que los hechos de fuerza y de poder son los únicos importantes?, ¿quién decide que las miles de horas que las mujeres dedicamos al trabajo dentro y fuera de casa no contribuyen a mover el mundo?

En este sentido, el papel de las comunicadoras es importantísimo para ayudar a rellenar y completar la otra mitad de la historia.

LAS MUJERES TAMBIÉN HACEMOS HISTORIA

ACTIVIDAD

MEMORIA HISTÓRICA DE LAS MUJERES



Las mujeres hemos sido protagonistas de la historia, pero hemos sido invisibilizadas por la historia oficial. Pensemos, ¿quiénes aparecen en los libros de historia que se estudian en la escuela? ¡Las mujeres queremos sacar del silencio y del anonimato nuestros aportes!

Objetivo: Analizar qué tanto conocemos en cuanto a los aportes de las mujeres en la historia.

Material necesario: Lápiz para anotar.

Metodología: Trabajo en grupo e individual.

Indicaciones: De manera individual, cada una va a reflexionar sobre las siguientes preguntas:

- ¿Qué nombres de hombres conoces dentro de la historia de tu país? Anota sus nombres en la tabla y por qué es conocido.
- ¿Qué nombres de mujeres conoces dentro de la historia de tu país? Anota sus nombres en la tabla y por qué es conocida.

Ahora, a partir de tus reflexiones, rellena las siguientes tablas:

Hombre	¿Por qué es conocido?	Mujer	¿Por qué es conocida?

Para finalizar, compartamos nuestro trabajo con las demás compañeras y preguntémonos:

- ¿Hay una lista más larga que otra? Si es así, ¿por qué pensamos que pasa esto?

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

RASTREANDO NUESTRAS HUELLAS

ACTIVIDAD

Objetivo: Visibilizar la importancia del papel de las mujeres en la historia y nuestro compromiso como comunicadoras para difundir esta “otra historia” invisibilizada.

Materiales: Dependiendo del número de participantes, hacer dos tarjetas de papel en forma de huella del pie (de dos colores distintos) para cada compañera. Marcadores y cinta para pegar.

Indicaciones: A cada participante se le entrega un juego de tarjetas de papel en forma de huellas de dos colores.

Después, preguntar al grupo:

- ¿Qué nombres de hombres conocen ustedes dentro de la historia de su país?
- ¿Qué nombres de mujeres conocen ustedes dentro de la historia de su país?

Las respuestas deben escribirlas en las huellas, una respuesta por huella, en un color los nombres de mujeres y en otro color los nombres de hombres. Añadir en las huellas de manera breve una frase que identifique el hecho protagonizado por cada persona que se nombra (por ejemplo: Dolores Bedoya –prócer de la independencia de Guatemala/ Juan José Arévalo –presidente de la revolución del 44 en Guatemala).

Quien facilita va formando con las huellas dos caminos, uno por cada color.

Al finalizar quien facilita pregunta ¿por qué resultaron tan pocos nombres de mujeres?

Reflexión Final: Algunas ideas para el cierre de la actividad podrían ser el hablar de que:

- La historia no es neutra.
- Las mujeres hemos sido protagonistas de la historia, pero invisibilizadas por la historia oficial.
- Queremos sacar del silencio y del anonimato nuestros aportes.

Nota Metodológica: Esta actividad tiene una segunda parte que va a usar los caminos de huellas que hicieron, por lo que recomendamos no quitarlos ya que los usarán en la siguiente actividad.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

MEMORIA HISTÓRICA DE LAS MUJERES

EL VUELO DE LAS MARIPOSAS

ACTIVIDAD

MEMORIA HISTÓRICA DE LAS MUJERES



* Estas actividades fueron tomadas de la *Guía para facilitadoras de Talleres Pregoneiras de Nuestra Historia*. Lilian Vega, Maya Cú, Ana Silvia Monzón y Patricia Galicia.

(Segunda parte de la actividad “Rastreado nuestras huellas”).

Objetivo: Ubicar entre las mujeres que nos rodean, de nuestras comunidades, ejemplos de luchadoras por nuestros derechos para revalorizar su historia.

Material necesario: Tarjetas en forma de mariposas, de diferentes colores y tamaños. Puedes calcar o fotocopiar las que vienen en la página siguiente.

Indicaciones: Quien facilita pide que, por grupos según región (o individualmente, depende del tiempo y energías) que escriban en las mariposas nombres y situaciones de mujeres conocidas por ellas, en su localidad o comunidad de pertenencia, que han luchado o abierto brecha para que otras puedan ejercer sus derechos (se trata de ubicar a mujeres cercanas, de nuestro entorno, no aquéllas que, por una u otra razón, aparecen en el registro de la historia).

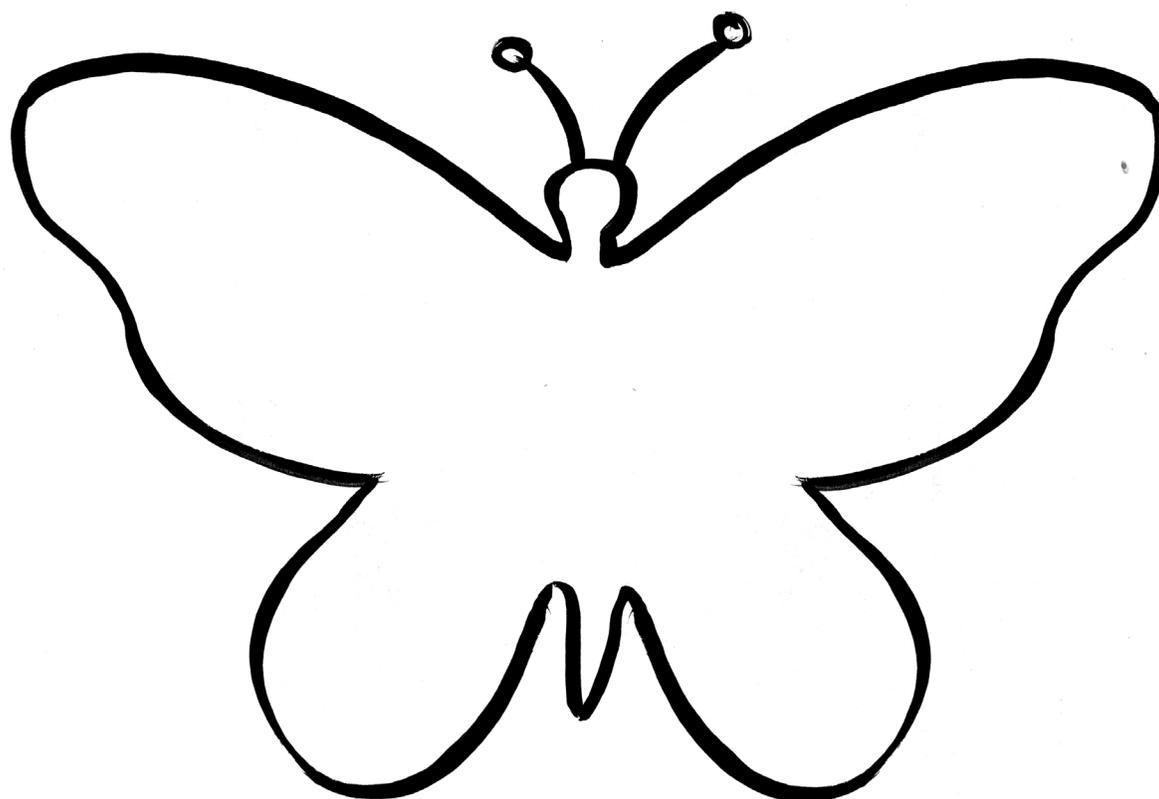
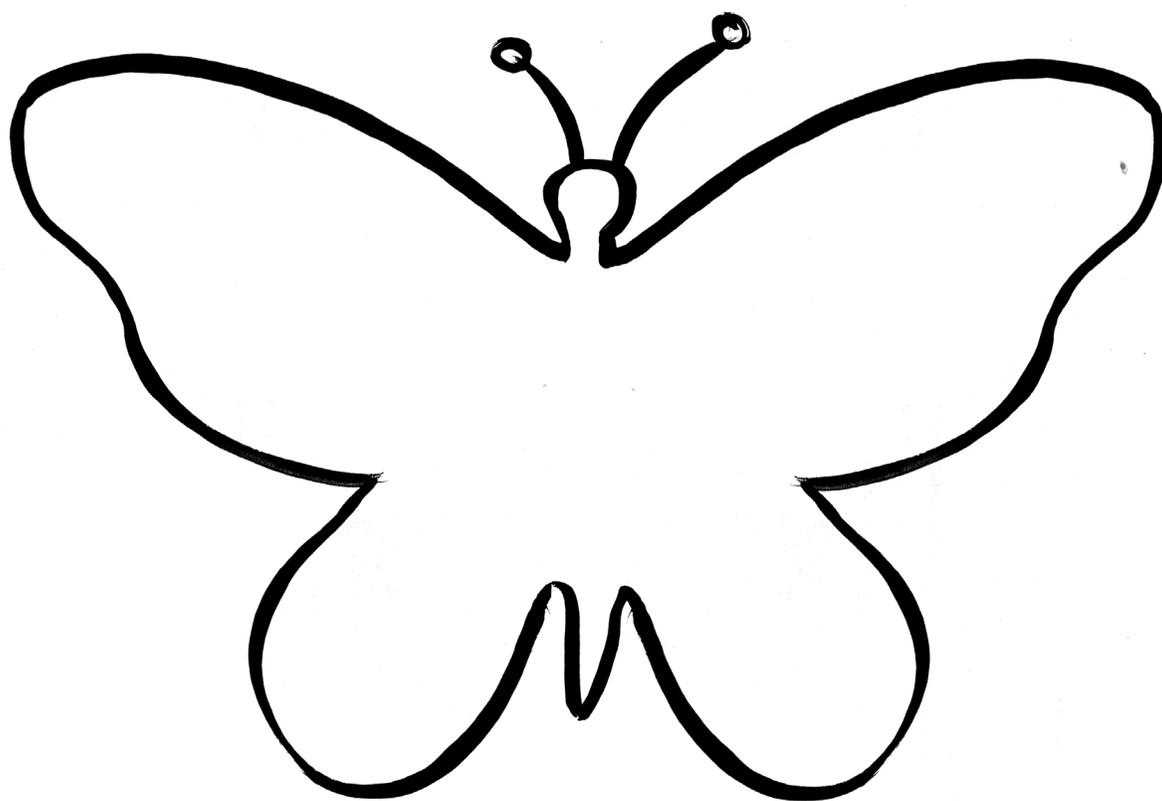
Al finalizar, las participantes van colocando las mariposas, de manera dispersa, sobre el camino de huellas (el de las mujeres) construido en el primer momento del taller.

Poco a poco vamos viendo como las mariposas con los nombres de las mujeres van completando el camino incompleto de la huellas.

Reflexión final: Este ejercicio nos ha permitido recuperar protagonistas de ciudadanía en nuestra localidad. Por lo general, pensamos que quienes hacen la historia están lejos de nosotras, generalmente son personas “importantes” y en su mayoría hombres. Una de las críticas más importantes que se le ha hecho a la historia oficial es que ha sido escrita, principalmente, por hombres historiadores en posiciones privilegiadas quienes han enfocado su mirada a los acontecimientos en los que participan otros hombres. Otra de las críticas es que dejan fuera la historia de los pobres, de los pueblos originarios y de otros grupos de personas, además de las mujeres.

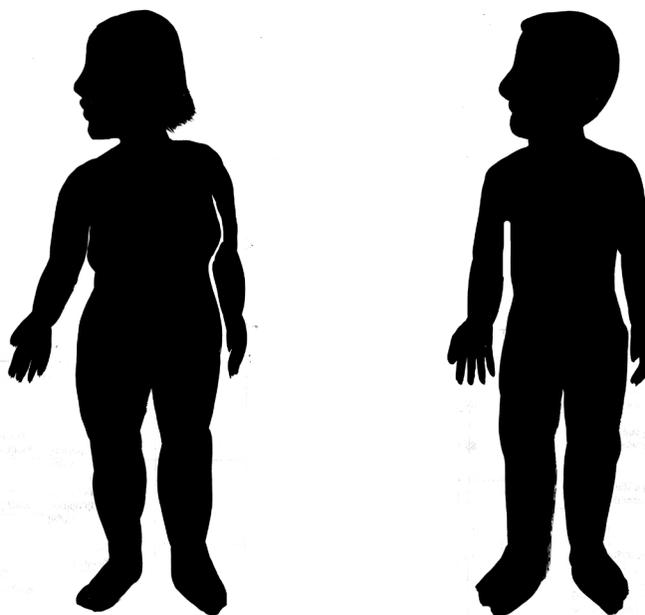
Nuestra labor como comunicadoras es sacar de la sombra y del no-reconocimiento a aquellas mujeres que día a día, en nuestros propios espacios y comunidades, se encuentran luchando para que las mujeres podamos poner a la práctica nuestros derechos.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



SEXO Y GÉNERO

14



Como punto de partida para entender nuestra situación como mujeres, queremos presentarte dos conceptos que creemos están al fondo de cómo la sociedad nos asigna e impone nuestros papeles como hombres y mujeres, resultando ello en relaciones injustas y discriminatorias.

Pero, ¿qué es eso exactamente que es creado por la sociedad y que nos es impuesto? Para continuar profundizando un poco más, vamos a analizar los conceptos de sexo y género.

SEXO

Tiene raíces biológicas y debe ser visto como “natural”. El sexo determina biológicamente la función de la reproducción humana y, parcialmente, una serie de características corporales. Sin embargo, esta base física dice muy poco sobre los comportamientos y las capacidades de las personas.

Ejemplo: Los hombres tienen pene y las mujeres vagina.

GÉNERO

Este concepto se refiere a las diferencias socialmente construidas entre los sexos. Es una noción que apunta a características que tienen que ver con la cultura, la ideología y la socialización. Tiene profundas relaciones con lo material. El género es un concepto relacionado al cambio. Cada sociedad construye un conjunto de comportamientos y capacidades de los cuales unos serán considerados propios de los hombres y otros de las mujeres.

Ejemplo: Los hombres trabajan fuera de casa/en la fábrica/en el campo, y las mujeres cocinan, limpian, cuidan a los y las hijas, etc.

¡OJO! La sociedad define los roles de género, pero cada quien tiene la libertad de construir su propia identidad de género.

Para distinguir esa diferencia entre lo que es biológico y las costumbres, es que aparece el concepto “Género”. Con esa palabra se quiere acabar con la confusión que causa nombrar de la misma manera a dos cosas tan diferentes.

El sexo es una palabra útil para identificar una característica biológica, la diferente función reproductiva de los machos y las hembras de la especie humana.

El género nombra las ideas que cada sociedad tiene sobre esa diferencia biológica. Señala el hecho de que las diferentes conductas y actividades de las mujeres y hombres son hechos sociales, contruidos, que se pueden cambiar, y no formas biológicas con las que se nace. (...)

En otras palabras, el que las mujeres puedan parir no significa que nazcan sabiendo cómo chinear a un bebé, cómo preparar un atol de elote, o cómo hacer que las tortillas les salgan redondas. Todo eso lo van a aprender desde muy pequeñas.

El que los hombres puedan embarazar no significa, tampoco, que nazcan sabiendo jugar fútbol o que sepan cómo hablar en público o que no puedan aprender a cocinar. Todo eso también lo van a aprender y lo harán, al igual que las niñas, desde muy pequeños, sin que se den cuenta cómo.

El ABC del Género
Equipo Maíz

Teniendo más clara la diferencia entre un concepto y otro, las realidades que encierran y cómo nos afectan, es más fácil luchar contra ellas y cambiarlas para establecer relaciones y actitudes más igualitarias y respetuosas entre compañeros y compañeras en el espacio de la radio (y en cualquier otro espacio). A veces, vemos que en las mismas radios comunitarias se hacen afirmaciones acerca de las habilidades y aptitudes de compañeros y compañeras que, si las analizamos bien, vemos que responden a desigualdades en razón del GÉNERO, desigualdades creadas social y culturalmente, más que a desigualdades en razón del SEXO, biológicas o físicas.

¡OJO! Hablar de dos sexos y dos géneros para diferenciar física y socialmente a hombres y mujeres puede ayudarnos a entender mejor cuáles son aquellos comportamientos que se nos han enseñado por nacer hombre o por nacer mujer. Sin embargo, sabemos que hablar de sólo dos sexos y dos géneros puede excluir a muchas personas que no caben en esta clasificación. Un ejemplo que corresponde a parte de un espectro de la diversidad sexual y de género son las **muxes**. En la población zapoteca de Juchitán, Oaxaca, México, se les llama muxes a las personas que nacen con sexo masculino y que desde niños asumen roles femeninos en cualquiera de los ámbitos social, sexual y/o personal. En esta comunidad zapoteca no hay solo dos sexos. Hay hombres, mujeres y muxes.

LA OPRESIÓN, EL PODER Y LAS DIFERENTES FORMAS DE EJERCERLOS

15



No existe un solo poder, sino más bien un sinfín de ellos y variadas formas de ejercerlo. Sin embargo, el poder más conocido es el del dominio, que tiene como propósito intervenir en la vida de otros, castigar, arrebatarse

derechos o bienes ajenos. A lo largo de la historia han habido muchas formas en que a nuestros pueblos y a nosotras las mujeres nos han explotado, marginalizando e intentado dominar.

INSTITUCIONAL

Esta forma de poder viene de instituciones sociales como el gobierno, el ejército o los medios de comunicación.

INTERPERSONAL

Se trata de relaciones entre personas que no están equilibradas pues hay una persona o grupo de personas quienes ejercen poder sobre otras.

INTERIOR

Cuando nos atacamos a nosotras mismas, es decir, que las formas de poder a las que hemos estado expuestas han sido tan fuertes que se nos han metido hasta las entrañas y nos cuesta salir de ellas. Por ejemplo, cuando a veces sentimos que nos merecemos lo que nos ha pasado.

LA TRIPLE OPRESIÓN DE LAS MUJERES

16



¿Sabes qué significa opresión?, ¿te has sentido alguna vez oprimida?, ¿has oprimido alguna vez a otra persona?

Quizás te preguntarás: “¿qué tiene que ver esto con la comunicación?” Pues tiene mucho que ver. Sabemos que dentro de nosotras hay comportamientos que desde chicas nos ha impuesto nuestra familia, nuestra comunidad, la escuela, los medios de comunicación, y muchos otros espacios.

Estas instituciones, y sobre todo los medios de comunicación, han sido responsables de reproducir falsas imágenes de las mujeres que chocan con los ideales de lucha por la autonomía, que

muchos grupos de mujeres organizadas y no organizadas compartimos. Esas imágenes contienen mensajes que contribuyen a reforzar relaciones de poder y generar situaciones de opresión de los hombres hacia las mujeres. Al recibir estos mensajes, es probable que las mujeres terminemos asumiéndonos inferiores a los hombres, y que los hombres se crean superiores a nosotras. Y lo peor, es que en ocasiones nosotras mismas reproducimos esta visión del mundo en la que los hombres están arriba y las mujeres abajo.

Por eso creemos muy importante dejar nuestras grabadoras de lado por un momento y darnos

LA TRIPLE OPRESIÓN DE LAS MUJERES

un tiempo para reflexionar sobre este tema. Pues como comunicadoras, el contenido de nuestras producciones y las formas de relacionarnos en la radio son muy importante. Además, es necesario detenernos y ver cuáles son las situaciones en donde nos sentimos oprimidas, en qué momento somos nosotras quienes

ejercemos opresión, y buscar la manera de combatirlas.

Podemos decir que la exclusión y la opresión que sufrimos las mujeres puede ser reconocida desde la perspectiva de una triple opresión: por nuestra clase (clasismo), por nuestro género (sexismo) y por nuestra condición étnica (racismo).

RACISMO

Es el sistema de opresión basado en el color de la piel, la etnia y la raza. Es una ideología que nació del colonialismo en donde la gente blanca o ladina cree que son superiores a la gente indígena, morena o afrodescendiente.

SEXISMO

Es el sistema de opresión en el que las personas ejercen dominación sobre otras en función de su sexo. Históricamente, sobre todo han sido hombres quienes ejercen dominación sobre las mujeres. Este sistema niega los derechos de las mujeres como la libertad, la igualdad, y una vida sin violencia.

CLASISMO

Es el sistema de opresión en que las y los ricos y terratenientes dominan a la gente pobre y sin tierra. Incluye la discriminación diaria de gente pobre, y la exclusión de la política y otros espacios públicos. El capitalismo apoya esta relación de poder ya que es un sistema en donde las personas ricas se hacen más ricas a costa de la gente pobre.

¡OJO! No todas las mujeres sufrimos la misma opresión por el solo hecho de ser mujeres. Como explicamos arriba, la raza y la clase tienen mucho que ver. Una mujer blanca europea de clase media es víctima de opresiones distintas a las que puede sufrir una mujer indígena mesoamericana. Es importante, siempre, considerar la raza y la clase cuando queremos analizar situaciones de discriminación.

LA TRIPLE OPRESIÓN DE LAS MUJERES

“Oprimir es imponer por la fuerza” dicen las mujeres mayas del grupo Kaqla.

La opresión también puede ser entendida como ejercer **PODER SOBRE**:

El **Poder Sobre** “consiste fundamentalmente en la posibilidad de decidir sobre la vida del otro; en la intervención con los hechos que obligan, circunscriben, prohíben o impiden. Quien ejerce el poder somete e interioriza, impone hechos, ejerce el control, se arroga el derecho al castigo y a conculcar bienes reales y simbólicos, en definitiva domina.” Lagarde, 1990.

Para Franz Fanon y las mujeres Maya de Kaqla: “los oprimidos

interiorizamos la visión que el opresor tiene de nosotros.” Así, unas más que otras, de una manera u otra, hemos sido oprimidas porque somos parte de una relación de poder, en la que nosotras “no somos”, no ejercemos el poder. Esa relación de poder de años, de siglos, hace que introduzcamos en nuestro interior elementos de la visión del opresor y eso se lo transmitimos a nuestros hij@s, niet@s y bisniet@s. Lo peor es que, cuando alguien se libera de esos elementos opresores, nosotras mismas como seres oprimidas, decimos: ¡eso no se hace!, ¡cuidadito te sales de las costumbres! sin darnos cuenta que muchas de esas conductas, las hemos aprendido de los opresores.

Franz Fanon, un hombre afrodescendiente de Martinica fue un pensador y escritor que se enfocó en el tema de la descolonización y psicopatología de la colonización. Sus trabajos, principalmente *Los condenados de la tierra*, han inspirado movimientos de liberación anticolonialista durante más de cuatro décadas.

El grupo de Mujeres Maya de Kaqla nace en Guatemala en 1996 como un grupo desde y para las mujeres mayas, con el objetivo de promover la reflexión, el debate y generar propuestas acerca de diversos temas y fenómenos relacionados con género, etnicidad y clase. La “internalización del opresor” fue uno de los temas abordados, y del cual rescatamos las siguientes reflexiones de las compañeras:

“Es interesante cómo todas nosotras transmitimos *los valores dominantes* y cómo desde nuestro rol de género transmitimos esos *valores*.”

“La internalización de las ideas opresoras es lo que nos marca, por ello ya no nos vemos como somos, porque hemos aprendido a vernos a través de los ojos de los opresores”.

LA TRIPLE OPRESIÓN DE LAS MUJERES

En el terreno del convencimiento, la comunicación juega un papel central. Por un lado quienes han tenido en sus manos el poder de la palabra, han podido decir su versión de las cosas, dar a conocer sus ideas, sentimientos y opiniones, las cuales la mayoría de las veces recibimos como si fueran verdades, sin hacer mucha pregunta o reflexión sobre eso que nos están presentando o diciendo. Con el paso del tiempo

y el desarrollo de diferentes herramientas de comunicación, las palabras e ideas han sido difundidas a través de diferentes medios de comunicación, llegando así a mucha gente. Estos medios de comunicación – la televisión, la radio, la prensa, el cine, la música – han sido usados por los grupos de poder para imponer su visión del mundo y hacer que veamos como “normal” el vivir en desigualdad y opresión.

PODER SOBRE

Capacidad de tomar decisiones y de decidir sobre qué se decide (poder invisible). Se trata de un poder controlador, que puede tener una respuesta de aceptación o resistencia o también de manipulación.

PODER PARA

Capacidad de hacer, crear, producir. Ayuda a facilitar, y crea nuevas posibilidades y acciones sin dominación.

PODER CON

Multiplica poderes individuales en el sentido de que el todo puede ser superior a la suma de las partes individuales.

PODER DESDE DENTRO

Capacidad de construir a partir de sí mismo, pues el poder surge del mismo ser y no es dado o regalado.

Los últimos tres poderes son considerados positivos, basados en relaciones sociales más democráticas y en el impulso del poder compartido.

LOS CÍRCULOS DE OPRESIÓN

ACTIVIDAD

LA TRIPLE OPRESIÓN DE LAS MUJERES

¿Alguna vez te has sentido oprimida?, ¿puedes recordar alguna situación de opresión que quieras compartir con tus compañeras? Si sí, haz memoria, intenta recordar qué sucedió exactamente y cómo te sentiste.

Objetivo: Identificar situaciones de opresión que hayamos vivido y compartir cómo nos hemos sentido.

Material necesario: Papel, lápiz para anotar, y el dibujo de “Los Círculos de Opresión” hecho en un papelógrafo y pegado en la pared.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Ahora que has pensado en una situación particular de opresión que hayas vivido, anótala en un papelito. Cada compañera deberá de anotar su situación de opresión en un papelito.

Luego, cada una compartirá su experiencia y decidirá en qué círculo situarla. Recuerden que una situación de opresión se puede dar en varios niveles y puede situarse en más de un “círculo de opresión”. En ese caso, busca los espacios donde los círculos se unen y coinciden para ubicar tu opresión.

¡OJO! Recordar y revivir alguna situación de opresión puede ser difícil para más de una. Nadie está obligada a compartir algo que no quiera. Procuremos establecer un ambiente de confianza y sin juicios en donde nos sintamos acogidas.

Reflexión final: La opresión que llegamos a vivir puede ser de diferentes maneras y al mismo tiempo, habrá veces que por ejemplo, una mujer sea discriminada por ser indígena y hablar su lengua materna, pero al mismo tiempo es oprimida porque es pobre.

Todas las personas estamos involucradas de alguna manera u otra en estos círculos de opresión. A veces somos quienes ejercemos el poder de oprimir a otras personas y otras veces nos toca vivir o experimentar la opresión desde diferentes lugares o personas. Algunas veces las tres opresiones van de la mano, otras veces nos toca solamente experimentar una, o dos a la vez.

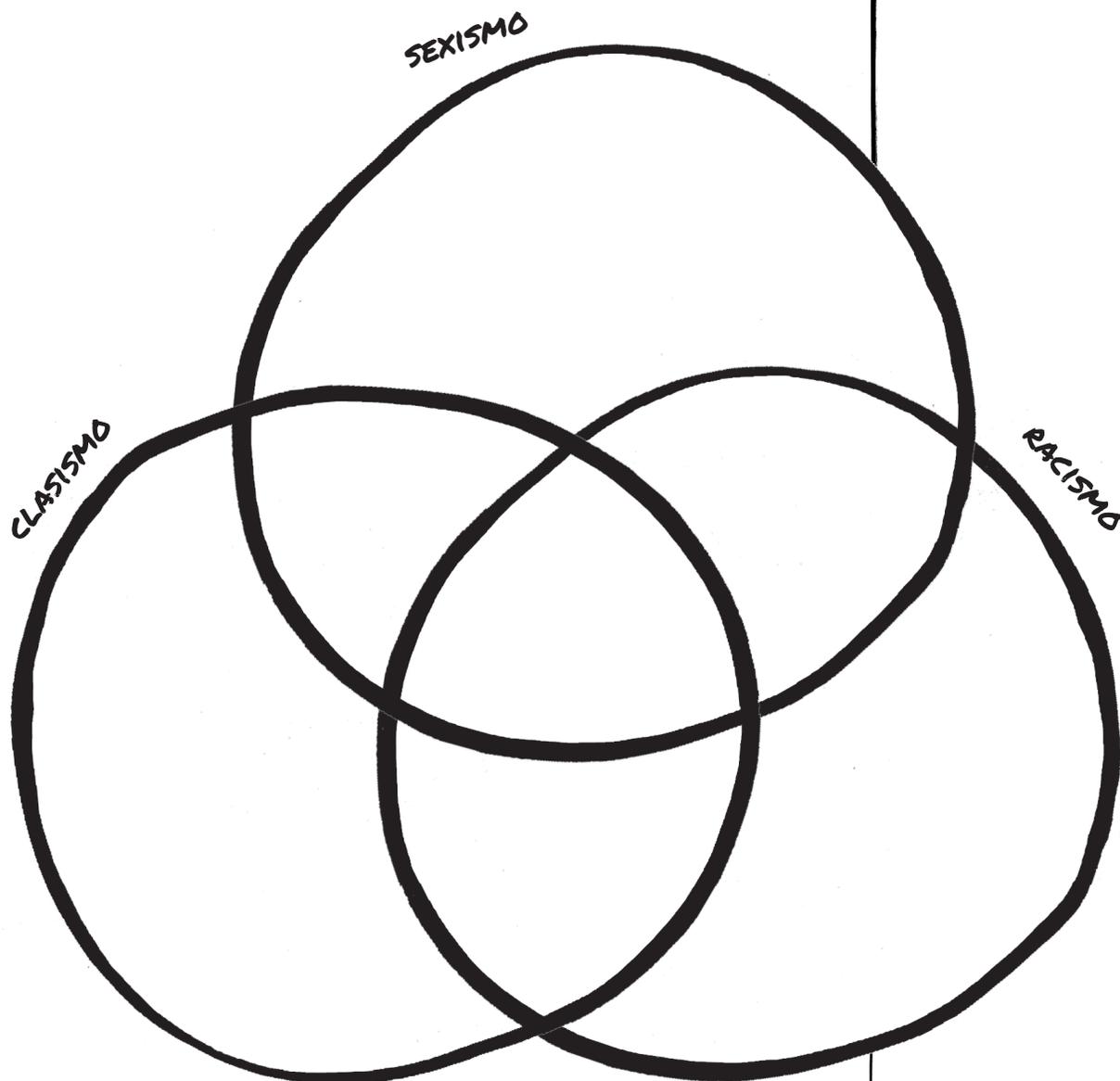
Identificar el origen de nuestra opresión es un primer paso para terminar con esa situación de manera propositiva. Esta actividad puede traer a la memoria experiencias difíciles y dolorosas, por lo que es importante preguntar a las compañeras ¿cómo respondieron ante

LOS CÍRCULOS DE OPRESIÓN

ACTIVIDAD

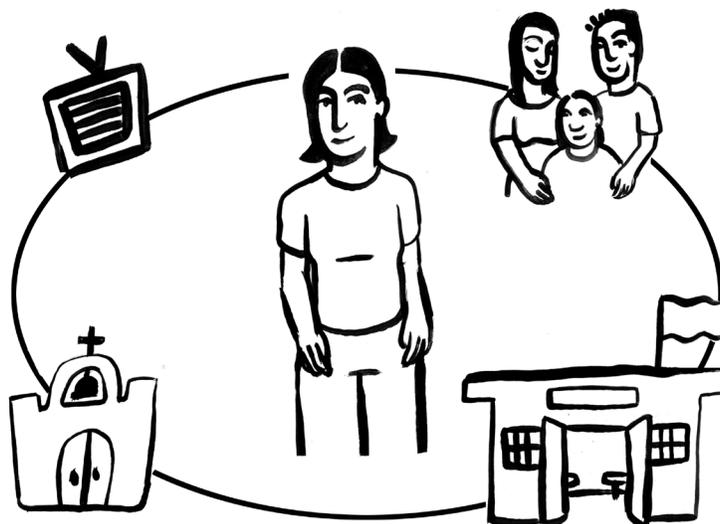
esa situación?, ¿o sabiendo lo que saben ahorita, cómo responderían o cómo ven la situación ahora? Esto ayuda a que veamos de manera distinta una situación que fue difícil para nosotras, y nos centremos en cómo logramos salir o responder a ella, y saquemos de ella un aprendizaje.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



LA TRIPLE OPRESIÓN DE LAS MUJERES

EL PATRIARCADO Y LOS CÍRCULOS SOCIALES QUE LO REFUERZAN



¿Y cómo aprendemos estas formas de opresión y desigualdad?

Hablábamos de que estas opresiones se pueden dar en distintos niveles, tanto en lo personal, como en lo interpersonal y en lo institucional. Cuando hablamos de instituciones queremos decir grupos bien establecidos de la sociedad en donde se practican actividades y se promueven ciertas ideas, valores, actitudes, y reglas o normas. Algunas de las instituciones sociales más cercanas son la familia, la escuela, la comunidad, la iglesia y los medios de comunicación. Cada una de estas instituciones enseñan, promueven y refuerzan ciertos roles, es decir, conductas, actitudes, valores e ideas que son aceptables o que se rechazan.

En nuestro día a día, lo común

es que estemos constantemente en contacto con varias de estas instituciones que ejercen un fuerte poder e influencia sobre nosotros y nosotras.

Nos rodean y, desde que nacemos, nos hacen llegar sus mensajes. Ahora vamos a pensar: *¿qué me decía la escuela sobre cómo debía ser como mujer?, ¿y cómo hombre?* Vamos a hacernos la misma pregunta con el resto de Instituciones, haciendo memoria, buscando en los recuerdos de cuando éramos niños y niñas, y también pensando en cómo es la situación en el presente.

En un taller con compañeras radialistas en Guatemala, al recordar qué les decía la escuela, la familia, la iglesia, la comunidad y los medios de comunicación sobre cómo debían comportarse por ser mujeres, las compañeras escribieron cosas como éstas:

EL PATRIARCADO Y LOS CIRCULOS SOCIALES QUE LO REFUERZAN

“En mi casa me decían cuando era niña que las mujeres nacieron para servir y que no valen”.

“Mi mamá no me mandaba a la escuela, porque decía que no, que las mujeres no tienen derecho a la educación”.

“En la comunidad decían que las mujeres no teníamos que ir a estudiar, porque sólo a buscar hombres vamos”.

Cuando desde los diferentes espacios en que nos movemos y nos rodean, nos están enviando el mensaje de que las niñas, las mujeres, tienen menos oportunidades que los niños; que las mujeres tienen que aprender a hacer el oficio de la casa pues ahí es su lugar; que es nuestra obligación cuidar a los niños y niñas porque para eso nacimos; que no tenemos derecho a la educación, y así una serie de ideas. De tanto repetirlo, nos lo empezamos a creer nosotras mismas.

Entonces se crea una situación de opresión, donde las oprimidas son sobre todo las mujeres, porque se les están limitando sus potencialidades, lo que son capaces de hacer, y se les hace creer que, “por naturaleza”, están incapacitadas para hacer unas cosas (hablar en público, participar en actividades comunitarias, estudiar y formarse, ser autoridades, divertirse, entre otras) y capacitadas para hacer otras (limpiar, cocinar, cuidar a las niñas, niños y el esposo, guardar silencio, aguantar los golpes, etc.).

De igual manera, hay una serie

de mensajes que se dan a los hombres desde las mismas instituciones, y que también limitan la vida de los compañeros, les impiden ser libremente. Por ejemplo, se dice que “por naturaleza”, el hombre es de la calle, es quien trabaja fuera de casa, quien tiene capacidad de hablar en público, de tomar decisiones, de ser autoridad. Y que no puede cuidar a un bebé, cocinar, limpiar, llorar o expresar sus sentimientos, entre otras cosas.

Todos estos mensajes no es que nos los transmita una persona, o dos, o tres, es que vienen de todos lados, como la luz del sol, que lo inunda todo y llega hasta el último rincón, ejerciendo su influencia sobre todas las cosas sobre la tierra.

Entonces hay que entender esa situación de opresión, no como un hecho aislado, que sólo me pasa a mí, que sólo me pasa una vez, sino como un SISTEMA PATRIARCAL, en el que se da una situación de dominación que se repite una y otra vez, en la que las oprimidas son el conjunto de las mujeres, pero que, bajo la influencia de ese mismo sistema, también los hombres se ven afectados.

EL PATRIARCADO Y LOS CIRCULOS SOCIALES QUE LO REFUERZAN

El patriarcado es una ideología, una construcción cultural, cuya práctica divide al mundo en dos: la esfera pública y la esfera privada. En esta partición, a cada sexo se le asigna un ámbito determinado. Lo público- es decir, lo laboral, lo político, lo económico, etc.- es de dominio masculino; mientras, lo privado, lo doméstico, los hijos, los afectos primarios, etc., corresponden al mundo femenino.

Lenguaje no sexista para la comunicación
Carmen Laviña

Este sistema podría parecerse muy natural, pues desde que nacemos estamos expuestas a él, cuando estamos en casa, cuando vamos a la escuela, a la iglesia, cuando escuchamos la radio o vemos la tele, y así en un sinnúmero de espacios más. En estos espacios se promueven ideas, comportamientos y creencias que, como mencionamos arriba, pueden reflejar situaciones de dominación hacia las mujeres. Pero, también debemos saber, que ello tiene un origen social y

cultural. Tanto las identidades como los papeles asignados socialmente a ambos géneros, son APRENDIDOS y, por tanto CAMBIABLES. De todas y todas dependerá –en mayor o menor medida- romper moldes, cambiar actitudes, no limitar potencialidades o capacidades a ninguno de los dos géneros, etc., en definitiva, seguir apostándole a la construcción de sociedades más justas y respetuosas de las personas independientemente de su sexo.

Objetivo: Reflexionar sobre las creencias que hay en torno a cómo “se supone” son las mujeres y los hombres y sobre la necesidad de cambiarlas para construir relaciones nuevas.



Material necesario:

Papelógrafo, plumones y cinta maskin.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Una de las compañeras va a ser la facilitadora y va a decir:

“Ha llegado a la tierra un extraterrestre. En el lugar donde vive no existen ni hombres ni mujeres, sino que todos son seres iguales. El extraterrestre pregunta:

- ¿Cómo puedo distinguir aquí en la tierra a una mujer de un hombre?

En plenaria, las demás compañeras deben ir diciendo cómo es una mujer, se anota en un papelógrafo, y cómo es un hombre y se anota en otro papelógrafo.

Sobre las características que hayan dicho de las mujeres, el extraterrestre pregunta:

- ¿Todas las mujeres son así?
- ¿Ningún hombre es así?, ¿no hay lugar a equivocarme?

Deberán tachar las características que podrían ser iguales tanto para hombres y mujeres.

Sobre las características que hayan dicho de los hombres, el extraterrestre pregunta:

- ¿Todos los hombres son así?
- ¿Ninguna mujer es así?

Deberán tachar las características que podrían ser iguales tanto para hombres como para mujeres.

EL EXTRATERRESTRE

ACTIVIDAD

EL PATRIARCADO Y LOS CÍRCULOS SOCIALES QUE LO REFUEZAN

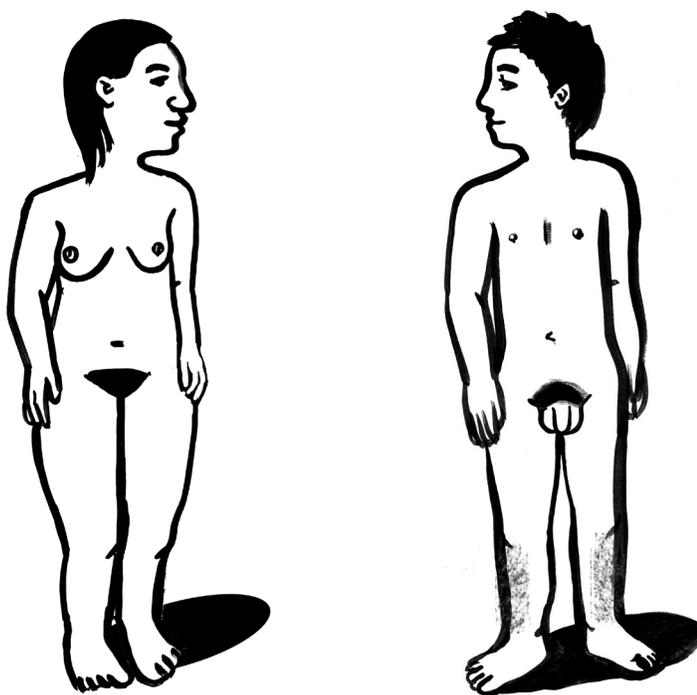
Reflexión final: Lo que diferencia a una mujer de un hombre son algunas características y funciones físicas. A partir de estas diferencias y funciones físicas entre mujeres y hombres se construye toda una desigualdad social, que discrimina a las mujeres a lo largo de su vida en relación con los hombres.

Al sistema social y económico que llamamos sistema patriarcal le conviene que estas desigualdades se sigan manteniendo, ya que así las mujeres realizan de forma gratuita una gran cantidad de trabajos que son vitales para que funcione una sociedad.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



¿HAY DIFERENCIA ENTRE SEXO Y GÉNERO?



Ya hemos visto que sí que hay diferencia entre los conceptos de sexo y género, pero, ¿seremos capaces de diferenciarlos?

Objetivo: Plasmar nuestras creencias en torno al sexo y el género.

Material necesario: Diagrama con dibujo de un cuerpo de hombre y un cuerpo de mujer, y lápiz para anotar.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: En base a los dibujos del cuerpo del hombre y el cuerpo de la mujer, hagan una lista de las características distintivas que definen el SEXO de las mujeres y el de los hombres. Después hagan otra lista con las características distintivas que definen el GÉNERO de mujeres y hombres.

Nota: Pueden basarse en las reflexiones que les surgieron de la actividad anterior para trabajar esta actividad.

ACTIVIDAD

EL PATRIARCADO Y LOS CÍRCULOS QUE LO REFUEZCAN

¿HAY DIFERENCIA ENTRE SEXO Y GÉNERO?

ACTIVIDAD

SEXO

Mujer	Hombre

GÉNERO

Mujer	Hombre

¿HAY DIFERENCIA ENTRE SEXO Y GÉNERO?

ACTIVIDAD

Ahora, entre todas reflexionen y anoten:

¿Qué diferencias hay?

De esas diferencias, en cuanto al SEXO y al GÉNERO de hombres y mujeres, ¿cuáles creemos que tienen que ver con las funciones biológicas o físicas de unos y otras?, ¿cuáles creemos que tienen que ver con los papeles que la sociedad nos da a unos y otras?

¿Qué características distintivas de hombres y mujeres pensamos que NO se pueden cambiar?, ¿cuáles pensamos que SI se pueden cambiar?

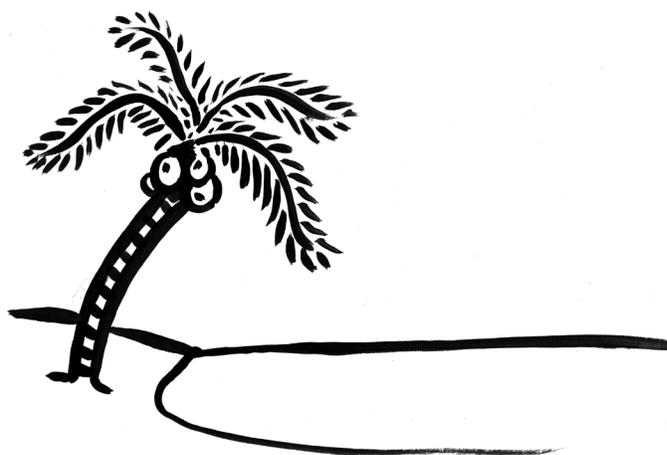
Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

EL PATRIARCADO Y LOS CÍRCULOS QUE LO REFUERZAN

EL NAUFRAGIO

ACTIVIDAD

EL PATRIARCADO Y LOS CÍRCULOS QUE LO REFUEZAN



Objetivo: Reflexionar sobre las creencias que tenemos del papel de las mujeres y de los hombres en la sociedad y sobre la necesidad de cambiarlas.

Material necesario: Lápiz para anotar.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Juntas lean el siguiente texto:

“Había una vez, un grupo de personas que iban en un barco que se hundió. Sólo lograron sobrevivir 7 personas: 3 mujeres, 3 hombres y un bebé de 6 meses. Llegaron a una isla desierta. Tienen que organizarse para vivir y decidir quién hace qué cosa, con qué y con quién. Se quiere construir una nueva sociedad en este lugar”.

Las cosas que estas personas deben hacer son:

- Buscar la comida.
- Preparar la comida.
- Buscar el agua.
- Buscar la leña.
- Construir la casa.
- Limpiar la casa.
- Vigilar la casa.
- Cazar animales.
- Hacer señales por si pasa algún avión.
- Trabajar la tierra.
- Cuidar al bebé de 6 meses.

Ahora, pónganle nombre a cada una de las 7 personas, y decidan quién va a hacer cada una de las tareas. Recuerden que todas las personas deben participar (¡quizás el bebé no tanto!), que habrán actividades que requieran a más de una persona, y que una persona puede estar en más de una actividad.

Una vez que hayan asignado lo que le toca a cada quien, lean las siguientes preguntas y reflexionen juntas:

- ¿Todos los tipos de trabajo se repartieron equitativamente, tanto los domésticos como los no- domésticos?
- ¿Te parece justa la repartición de tareas entre hombres y mujeres?
- En esta nueva sociedad, ¿han variado las tareas tradicionalmente asignadas para hombres y para mujeres?, ¿por qué sí?, ¿por qué no?
- ¿Sería posible construir una nueva sociedad donde desaparezcan las relaciones desiguales entre sexos, razas y clases?

Nota metodológica: Es importante que la compañera que facilite esta actividad, fomente la reflexión cada vez que surjan creencias basadas en supuestos culturales.

Reflexión final: Es probable que aunque se nos dé la oportunidad de crear una nueva sociedad, nos cueste romper con las creencias en cuanto al papel que deben cumplir las mujeres y el papel que deben cumplir los hombres, pues son prejuicios que vamos alimentando desde nuestra infancia. Este tipo de ejercicios son importantes porque nos pueden ayudar a tomar consciencia de ello.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA DESIGUALDAD ENTRE HOMBRES Y MUJERES

18



¿Y los medios de comunicación también están metidos en este rollo?

En estos tiempos, los medios de comunicación tienen la capacidad de llegar a mucha gente en tiempos cada vez más cortos. Desde la aldea o comunidad más apartada, hasta las grandes ciudades, podemos decir que hay contacto con por lo menos un medio de comunicación, ya sea la radioemisora, una televisión, el diario o periódico, o hasta la

música, ya sea la de última moda o del recuerdo, pero nos llega y la escuchamos. En ciudades o poblados más grandes, podemos también incluir el internet, el cine y otras formas de comunicación que usan tecnología más nueva.

Lo que tienen en común estos medios de comunicación, es que a través de ellos se dan a conocer mensajes que promueven y reafirman ideas, normas y valores de la sociedad, muchas veces usando **estereotipos**.

ESTEREOTIPO: Creencia generalizada acerca de las cualidades, características o habilidades de un grupo de personas, aunque estas creencias no están confirmadas ni basadas en hechos reales, ni tomando en cuenta el contexto ni las circunstancias particulares al grupo.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA DESIGUALDAD ENTRE HOMBRES Y MUJERES

Por ejemplo, en la televisión las telenovelas generalmente tienen como personajes a una mujer rica, de piel blanca, maquillada y vestida a la última moda, y a la mujer de piel morena, la ponen como personaje de sirvienta, con un cierto tipo de peinado y vestido, forma de hablar, etcétera.

En la televisión, las telenovelas generalmente usan estereotipos racistas, basados en el color de piel, clasistas, basado en el sistema de clases, y sexistas, presentando a las mujeres y hombres en cierto tipo de roles. El mensaje que nos está dando esta ilustración es que las mujeres blancas son las ricas y de mayor valor, y que las mujeres de piel morena son las trabajadoras domésticas y de menos importancia. ¿Qué otros mensajes ven que nos está enseñando esta simple y sencilla telenovela?

Entender y reflexionar sobre los mensajes que salen a través de los medios, la forma en que presentan esos mensajes, y quiénes controlan y se adueñan de los medios de comunicación, nos permite ver que la comunicación y los medios están ligados con el poder. Poder de hablar, poder de decidir, poder de rechazar, poder de hacer.

Conocer el impacto que han tenido los medios de comunicación y el uso que se les ha dado para continuar oprimiendo a los pueblos y

reforzando las desigualdades es un trabajo básico para cualquier comunicador o comunicadora popular.

A su vez, también tenemos más recursos para transformar esta situación y buscar maneras distintas de usar los medios de comunicación para dar a conocer la palabra de nuestros pueblos y como herramientas de concientización, liberación y justicia.

Experiencias hay bastantes, de ahí nace la comunicación popular, haciendo uso de diferentes formas y herramientas de comunicación que están al servicio de los pueblos, dando espacio y haciendo circular la palabra, difundiendo mensajes que hacen reflexionar, buscar y encontrar respuestas, rompiendo con las opresiones y las desigualdades.

La representación de las mujeres en los medios

Piensa un momento en el último comercial que hayas visto en la televisión. La última noticia que oíste en el noticiero de la radio más grande de tu país. La última foto que viste en el periódico. ¿De qué hablan? ¿Cómo son las mujeres que aparecen? ¿Son como tú? ¿Como otras mujeres de tu comunidad?

Rara vez las mujeres aparecemos en los medios de comunicación...

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA DESIGUALDAD ENTRE HOMBRES Y MUJERES

Seguramente pensarás: “¿Las mujeres? ¡Si aparecen un montón!” Y si, las mujeres ocupan bastante espacio en los medios, generalmente aparecen con poca ropa, resaltando sus atributos físicos de “barbies”, y pocas veces se le da espacio a la diversidad de las figuras femeninas, a lo que hacemos, a lo que pensamos, a nuestras luchas y a cómo nos organizamos. Los medios y la publicidad suelen reproducir una visión estereotipada y subordinada de la mujer. Desde un principio, los medios han considerado a la mujer como la mejor de sus conquistas, pero también la han visto como el mejor medio para conseguir sus metas y vender sus productos. Y esto en un doble sentido:

Como destinataria de los productos que se quiere vender; porque las mujeres son las principales compradoras y quienes deciden sobre el gasto familiar. Son el ejemplo de ama

de casa, convivencia familiar y madre ejemplar (compramos el jabón que lava más blanco, la licuadora especial para hacer el mejor jugo y la crema más suave para el bebé).

Como adorno bello y seductor para promocionar los más variados objetos de consumo; desde bebidas alcohólicas hasta automóviles, pasando por cigarrillos, prendas íntimas masculinas... llegando a todos los hogares a través de la televisión, las revistas, los diarios y los carteles publicitarios en las calles.

Entonces, vemos como los medios nos representan a las mujeres de forma distorsionada y según sus intereses. Por eso, ahora que nos estamos capacitando para participar en un medio de comunicación comunitario, hecho por el pueblo y para el pueblo, tomémonos un tiempo y pensemos cómo queremos ser representadas en él.

COLLAGE DE REPRESENTACIONES

Objetivo: Analizar como los medios de comunicación representan a las mujeres de forma clasista, sexista y racista.

Material necesario: Revistas, periódicos, tijeras, pegamento y cartulinas.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Formar equipos para que cada grupo revise periódicos y revistas para recortar titulares, fotos, anuncios, etcétera, y hacer un collage que represente los aspectos siguientes:



Los medios de comunicación

- ¿Cómo representan a las mujeres?
- ¿Cómo representan a las mujeres pobres? ¿Y a las mujeres indígenas?
- ¿En qué tipo de noticias aparecen la mayoría de las mujeres?
- ¿Qué temas están hechos específicamente para las mujeres?
- ¿Cuántas de las notas, reportajes o fotografías están hechas por mujeres reporteras, escritoras, fotógrafas, comunicadoras?

Una vez terminados los collages, se colocarán los carteles y se dará tiempo para ver el collage de cada grupo. Luego en plenaria se compartirá: ¿Qué les llamó la atención? ¿Qué cosas parecidas vemos entre cada collage? ¿Qué diferencias? ¿Por qué a las mujeres se nos representa de esta forma?

La pregunta generadora principal es:

- ¿Qué nos enseñan los medios de comunicación de cómo debemos ser las mujeres?
- ¿Qué nos enseñan los medios de comunicación de cómo debemos ser los hombres?

Reflexión final: Quien esté facilitando, ayudará a que el grupo identifique la relación de la triple discriminación por ser mujer, indígena y pobre (sexo, género y clase), así como el uso de

COLLAGE DE REPRESENTACIONES

ACTIVIDAD

estereotipos, y un lenguaje sexista. Haciendo este ejercicio podemos ver con más claridad cómo los medios de comunicación comerciales juegan un papel importante en mantener la desigualdad entre los géneros y hacer parecer esta situación como lo más común y normal.

Como comunicadoras es nuestro trabajo identificar esta situación y tomar acciones para “completar” la historia y sobre todo desde un inicio hacer producciones, noticias e información que refleje la realidad y las contribuciones de las mujeres, además de contribuir desde la labor informativa a que se conozcan y respeten nuestros derechos como mujeres.

Nota metodológica: Si hay tiempo o como continuidad a esta actividad, podemos pedir al grupo que a partir de sus reflexiones hagan un nuevo collage de cómo les gustaría ser representadas, o cómo cambiarían la presentación de la información, reportajes y fotos que encontraron.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



Las palabras son el espejo de nuestras realidades, a través de la palabra es que definimos y expresamos la manera como vemos el mundo. Por eso decimos que la palabra y la lengua son los espejos en los que la sociedad se refleja. También decimos que la lengua no es neutra y refleja la relación de los sexos en la sociedad y la posición de la mujer en dicha relación. El predominio de lo masculino en la sociedad significa que lo masculino determina el uso de la lengua. De hecho el género masculino ha prevalecido sobre lo femenino.

Por este motivo es que decimos que existe un “lenguaje sexista” que nos da a entender a través de sus palabras que existe una cierta ideología de dominación

sobre las mujeres. A lo mejor pensamos: “¡Pero si son solo palabras!” Aunque, como ya dijimos, las palabras son un espejo de las ideas. Por ejemplo, cuando se habla de “los derechos de los hombres” para referirse a los derechos de hombres y mujeres, estamos haciendo invisibles los derechos de las mujeres. Lo que no se nombra... ¡no existe!

Por ello es importante no hacer de menos el poder de las palabras, sobre todo porque como comunicadoras, son nuestra principal herramienta de trabajo. ¡Nuestra voz es escuchada por muchas personas! Por eso debemos cuidar no estar reforzando estereotipos y modelos de opresión.

SEXISMO EN EL LENGUAJE

“Decir niños y niñas o madres y padres no es una repetición, no es duplicar el lenguaje. Duplicar es hacer una copia igual a otra y éste no es el caso. La diferencia sexual está ya dada, no es la lengua quien la crea. Lo que debe hacer el lenguaje es nombrarla, simplemente nombrarla puesto que existe. No nombrar esa diferencia es no respetar el derecho a la existencia y a la representación de esa existencia en el lenguaje.”

Sexismo en el lenguaje: Apuntes básicos
Teresa Meana

“¿[Cuando hablas o escribes] Utilizas siempre masculinos y femeninos?”

Si lo utilizo y, además, si escucho a otra mujer que no lo hace, la corrijo y le pido que por favor lo haga, que se dé su lugar. Ellas, con una sonrisa, me hacen caso, cuando menos en ese momento. Además peleo que se diga en los medios, sobre todo con el término de jueza, que han tenido que aceptármelo”. María Guadalupe, periodista de CIMAC.

Tejedoras de la palabra
Sara Lovera

Es común que mientras vemos la tele o escuchamos la radio, oigamos mensajes androcéntricos y sexistas. ¿Qué quiere decir esto? Que usan términos, conceptos y palabras globalizadores de género y sólo masculinos para referirse tanto a

hombres como a mujeres, dando así una visión incompleta del mundo al considerar que lo que han hecho los hombres, es lo que ha hecho la humanidad, es creer que la experiencia masculina incluye y es la medida de las experiencias humanas.

Recomendaciones para practicar un lenguaje no sexista:

- Hacer referencias constantes a los dos géneros por igual: los padres y las madres; las alumnas y los alumnos; maestros y maestras, etcétera.
- Una de las formas de evitar la ocultación de las mujeres dentro del masculino es utilizar términos genéricos “neutrales” o “colectivos”, sean femeninos o masculinos, que representan a un conjunto de mujeres y hombres:

SEXISMO EN EL LENGUAJE

Uso común	Recomendación
El hombre	El ser humano, la persona, la gente, la humanidad
Los profesores, los docentes	El profesorado, el personal docente
Los maestros	El magisterio
Los alumnos	El alumnado
Los maestros, alumnos y padres	La comunidad escolar
Los adolescentes	La adolescencia
Los jóvenes	La juventud
Los salvadoreños	El pueblo salvadoreño, la población salvadoreña
Los ciudadanos	La ciudadanía

Buscar la forma femenina o masculina de los cargos, oficios y profesiones:

Se dice	Se debe decir
La juez	La jueza
La alcalde	La alcaldesa
La presidente	La presidenta
La testigo	La testiga
La médico	La médica
La abogado	La abogada
La notario	La notaria

Como mujeres, cuando hablamos refiriéndonos a nosotras mismas, practiquemos diciendo: “nosotras” en lugar de “nosotros pensamos”; “Una pensaría o una creería”, en vez de “uno piensa, o uno cree”; “para una misma es...” en lugar de “para uno mismo es...”

SEXISMO EN EL LENGUAJE

Un uso del lenguaje que representa a las mujeres y a los hombres y que nombra sus experiencias es un lenguaje sensato:

No oculta.

No subordina.

No infravalora.

No excluye.

No quita la palabra a nadie...

¿Yo sexista? Material de apoyo para una educación no sexista
Las Dignas

Cada vez que hacemos uso de un lenguaje incluyente, ya sea en nuestro platicar diario, en lo que hablamos en la radio y en nuestras producciones, estamos dando pasos hacia el reconocimiento de la otra mitad

de la humanidad, haciendo que las mujeres estemos presentes y constantemente integradas en el nombrar de nuestra realidad. Como comunicadoras, ¡esta es una de nuestras tareas más importantes!

¡CUIDADO CON LOS REFRANES SEXISTAS!



Ya hemos dicho que en la comunicación popular lo importante es utilizar lenguaje sencillo y claro para que se transmita nuestro mensaje. El uso de refranes y dichos populares es una forma de ser creativas a la hora de comunicar algo. Pero ¡cuidado!, hay muchos que son machistas, ofensivos y ridiculizan a las mujeres.

Objetivo: Comenzar a revisar si tenemos formas “sexistas” para expresarnos.

Material necesario: Lápiz para anotar.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Revisa los refranes, piensa y anota si te parecen sexistas o no.

“La suerte de la fea la bonita la desea”-

¿Te parece sexista?, ¿por qué?

¡CUIDADO CON LOS REFRANES SEXISTAS!

ACTIVIDAD

SEXISMO EN EL LENGUAJE

“A las mujeres, ni todo el amor ni todo el dinero”-

¿Te parece sexista?, ¿por qué?

“La guitarra y la mujer para hacerlas vibrar hay que saberlas tocar”-

¿Te parece sexista?, ¿por qué?

“La mujer y el vidrio, siempre en peligro”-

¿Te parece sexista?, ¿por qué?

“El amor entra por la cocina”-

¿Te parece sexista?, ¿por qué?

¡CUIDADO CON LOS REFRANES SEXISTAS!

Ahora, con tus compañeras reflexiona y responde a las siguientes preguntas:

¿Te parece casualidad que casi todos los refranes que son sexistas infravaloren o subestimen a las mujeres? ¿Por qué?

¿Por qué crees que hay más refranes que infravaloran o subestiman a las mujeres que a los hombres?

¿Crees que tienen algo que ver estos refranes con las actitudes y pensamientos machistas en nuestra cultura?

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

HABLAMOS COMO PENSAMOS Y PENSAMOS COMO HABLAMOS

ACTIVIDAD

SEXISMO EN EL LENGUAJE

La mayor expresión de sexismo en el lenguaje es el uso del genérico masculino para representar tanto a hombres como a mujeres. Seguro que más de una vez habrás oído a alguien hablar de “los derechos del hombre” para referirse a los derechos tanto de hombres como mujeres. Y, ¿si cambiamos nuestro lenguaje y lo hacemos más inclusivo de las mujeres, por ejemplo diciendo “los derechos de las personas”?

Objetivo: Buscar alternativas en el lenguaje para utilizarlo de manera no- sexista.

Material necesario: Lápiz para anotar.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Cambia las frases con tal de hacerlas más inclusivas para las mujeres.

“Los centroamericanos protestan contra la violencia hacia las mujeres”.

¿Cómo re- escribirías esta frase utilizando un lenguaje no sexista?

“En la escuela de la comunidad de La Cruz, hay 15 profesores y 100 alumnos”.

¿Cómo re- escribirías esta frase utilizando un lenguaje no sexista?

HABLAMOS COMO PENSAMOS Y PENSAMOS COMO HABLAMOS

ACTIVIDAD

SEXISMO EN EL LENGUAJE

“La mitad de los pacientes sufren de depresión y estrés, según un estudio realizado por los profesores del departamento de psiquiatría, José Antonio Navarro y Blanca Morales”.

¿Cómo re- escribirías esta frase utilizando un lenguaje no sexista?

“Los bebés deben asistir a guarderías estatales para que ambos padres puedan trabajar”.

¿Cómo re- escribirías esta frase utilizando un lenguaje no sexista?

“Todos los ciudadanos tienen derecho a manifestarse”.

¿Cómo re- escribirías esta frase utilizando un lenguaje no sexista?

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



Ya hemos hablado de comunicación comercial y comunicación popular, pero ¿qué es una radio comunitaria?, ¿qué la hace diferente de una radio comercial? Las radios comerciales nacen de una lógica del mercado, con un dueño o una dueña (aunque generalmente es dueño) que contrata a gente que administre y venda espacios publicitarios a las grandes empresas para anunciarse en la radio. En pocas palabras, les interesa hacer negocio, hacer billete.

Las radios comunitarias, esas son otra historia. Ellas están al servicio de nuestra comunidad. Es radio hecha por el pueblo y para el pueblo, que apoya procesos organizativos y apoyan nuestras luchas.

Ya bien lo dijo un poeta, “la mitad del mundo tiene algo que decir, pero no puede; la otra mitad no tiene nada que decir

pero no calla”. Por eso, la radio comunitaria es una herramienta que favorece la difusión de las voces de los pueblos y grupos marginados que históricamente han estado excluidos de los medios comerciales. A lo mejor pensarás, “pero las mujeres, l@s indígenas y personas pobres sí que salen en los medios”, y sí, es cierto, sí que salen, pero salen representados desde la visión de quienes tienen el control de los medios: “los poderosos”. A lo mejor sale la gente de los barrios pobres cuando hay inundaciones a causa de un huracán, o la mujer asesinada por su pareja en un “crimen pasional”, o el candidato dándole una canasta de víveres a un indígena.

La radio comunitaria es una oportunidad para apropiarnos de un medio de comunicación, de representarnos a nosotras mismas y hablar de cómo nosotras vemos y entendemos el mundo.

LA RADIO COMUNITARIA

Entonces, la radio comunitaria se caracteriza por lo siguiente:

- La radio se encuentra dentro de la comunidad a la que pertenece.
- La radio no tiene dueño ni dueña, es de la comunidad.
- Es operada por integrantes de la comunidad.
- La radio atiende a las necesidades de su comunidad.
- Las voces de las y los integrantes de la comunidad pueden salir al aire.
- Se usa un lenguaje popular que la comunidad entienda.
- Es participativa.

Aunque estemos impulsando un proyecto comunitario que busca la transformación, muchas veces caemos en papeles tradicionales que discriminan en base a nuestro sexo. Es importante hacer un trabajo fuerte para identificar estas actitudes y comportamientos, para que nuestra radio comunitaria sea realmente participativa e incluyente. Aquí te presentamos algunas pautas:

¿Cómo construir una radio no sexista?

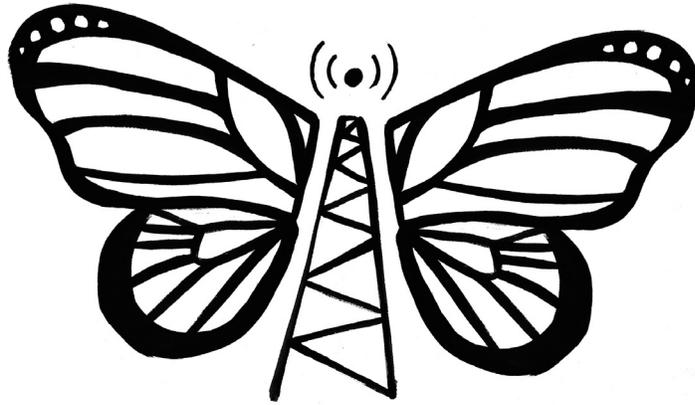
1. Amarás la equidad entre hombres y mujeres como valor ético fundamental para la sociedad.
2. No dirás “hombres” cuando te refieras a “hombres y mujeres”. Lo que no se nombra no existe.
3. Varía tus fuentes informativas. En las noticias y entrevistas que mujeres y hombres sean protagonistas por igual.
4. Denunciarás la discriminación de las mujeres en el poder y en la vida pública. Si la mujer no participa en igualdad de condiciones, no hay democracia.
5. No reducirás la información sobre mujeres a la farándula y la nota roja. El feminicidio no es “crimen pasional” ni la violencia intrafamiliar es natural.
6. No sacarás al aire música con letras ofensivas ni chistes o refranes groseros contra las mujeres. Haz humor sin vulgaridad.
7. No aceptes publicidad machista. Las mujeres no son anzuelo para vender mercancías.
8. Presentarás a los varones sin estereotipos, con cualidades humanas de respeto, ternura, sensibilidad. Con una nueva masculinidad.
9. Hablarán en tu radio indígenas, afrodescendientes, lesbianas y gays, migrantes, personas de distintas religiones, niñas y niños, jóvenes y gente de la tercera edad, personas con discapacidad, etc., a quienes históricamente se les ha negado el derecho a la palabra.
10. Ni más hombres ni más mujeres en la radio. La equidad comienza por casa.

Manual de Derechos Sexuales y Reproductivos para Radialistas del Paraguay
UNFPA

¿QUÉ ES LA RADIO COMUNITARIA PARA MÍ?

ACTIVIDAD

LA RADIO COMUNITARIA



Objetivo: Definir desde las mujeres la diferencia entre la radio comercial y la radio comunitaria.

Material necesario: Papelógrafo preparado con un dibujo grande de una radio, tarjetas de tres colores diferentes y cinta para pegar.

Metodología: Trabajo individual y en grupo.

Indicaciones: Colocar un papelógrafo preparado con un dibujo grande de una radio. Entregar a cada participante 3 tarjetas de colores diferentes. En cada tarjeta contestará:

1. ¿Qué es la radio para mí?
2. ¿Qué es la radio comercial para mí?
3. ¿Qué es la radio comunitaria para mí?

Las primeras 2 tarjetas (que contestan a las primeras dos preguntas) se colocarán alrededor del dibujo de la radio, mientras la última se colocará sobre la radio.

Una vez que se tengan todas las tarjetas en la radio, podremos hacer una definición colectiva de lo que es la radio comunitaria para nosotras. Esta definición podrá ayudarnos como guía cuando tengamos que definir temas a tratar en la radio, para nuestras producciones, y hasta para cuando más compañeras se quieran integrar al equipo.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

¿PUEDE UNA RADIO COMUNITARIA SER SEXISTA?

ACTIVIDAD

LA RADIO COMUNITARIA

La radio comunitaria tiene su casa, se llama cabina. Así como nuestras casas requieren de orden, limpieza y mantenimiento, ¡la cabina de la radio también! Es común que en la casa haya tareas para el hombre y tareas para la mujer, aunque bien sabemos que esa es una creencia mal fundada, y que se puede cambiar. Ahora pensemos en la cabina de la radio, ¿cómo nos repartimos las tareas los hombres y mujeres de nuestra radio comunitaria?

Material necesario: La radio comunitaria en la que participas (o, una visita a la radio comunitaria más cercana), libreta y lápiz para anotar.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Diríjense a la radio comunitaria en la que participas (o bien, haz una visita a la radio comunitaria más cercana), y hagan una lista de todas las tareas que se llevan a cabo diariamente en la radio. No olviden ninguna, desde las que tienen que ver con el mantenimiento del espacio hasta la operación, locución y reporteo. Al lado de cada tarea, anoten si es un compañero o una compañera quien se hace cargo.

Tarea	¿Quién la realiza?

Después de hacer la lista, reflexionen sobre lo siguiente:

- ¿Qué observamos?
- ¿Qué tipo de tareas acostumbran hacer los hombres en la radio?
- ¿Qué tipo de tareas acostumbran hacer las mujeres en la radio?
- ¿Los hombres SÓLO pueden hacer esas tareas?
- ¿Las mujeres SÓLO pueden hacer esas tareas?
- A compañeros y compañeras que participan en la radio, ¿les gustaría hacer otras tareas, además de las que generalmente hacen?

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplieron los objetivos?

¿QUÉ PAPEL JUEGA LA RADIO EN LA VIDA DE LAS MUJERES? ¿QUÉ PAPEL JUEGAN LAS MUJERES EN LA VIDA DE LA RADIO?



“¿Qué le voy a decir a un micrófono?”, era lo que se preguntaba nuestra compañera garífuna Fanny Solórzano, cuando recién empezó a participar en la radio comunitaria. ¡Tal vez tú también te estés preguntando lo mismo!

Pero como ya hemos empezado a ver y seguiremos viendo a lo largo de este cuaderno de trabajo, la palabra resulta, para nosotras las mujeres una herramienta que desata nuestra fuerza, que nos ayuda a liberarnos, nos empodera y nos permite ser partícipes de nuestra sociedad.

Fanny Solórzano nos cuenta “me di cuenta que la radio es un medio sumamente importante para que te expreses, para que aconsejes, y que las otras personas también tengan

oportunidad de decir lo que piensan, dar a conocer los problemas de la comunidad.”

Por medio de la radio se abre un espacio para que las mujeres participemos, para que demos a conocer nuestros derechos y para que generemos contenidos diferentes, sin usar estereotipos o lenguaje sexista, y más bien proyectando a las mujeres como son, como viven, como sueñan, como participan y contribuyen diariamente a la construcción de nuestra sociedad.

Al interior de las radios, la presencia de compañeras con una visión crítica de la comunicación ayuda a que tanto los contenidos como las prácticas cotidianas de la radio se lleven a cabo de manera justa, con dignidad y sin opresiones.

¡Nuestras voces valen! ¡Estamos haciendo historia!
Tenemos derecho a hacer radio, porque nuestras voces también construyen la historia y un mundo mejor.

Guía para facilitadoras de Talleres Pregoneras de Nuestra Historia
Patricia Galicia

21

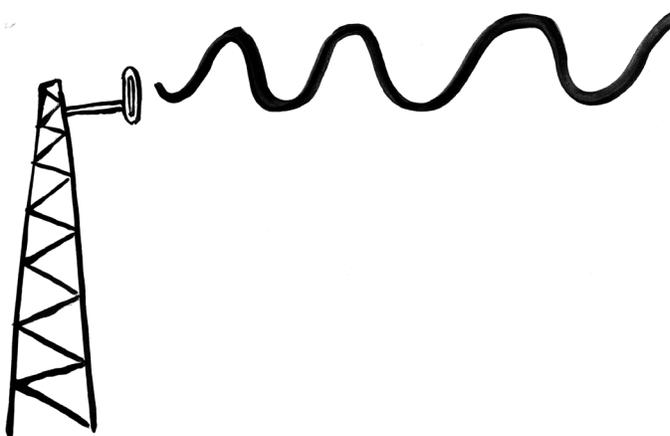
LOS PILARES DE LA RADIO COMUNITARIA

22

A sí como una casa necesita de cimientos bien puestos y columnas resistentes para que esta no se caiga, la radio comunitaria también necesita de pilares sólidos que la sustenten, la alimenten y le den vida. Entonces, podríamos decir que tanto para que la casa, como para que la radio comunitaria se mantengan, es importante un equilibrio entre todos sus pilares. Bien sabemos cómo cuando una

de las columnas de la casa se debilita, la misma casa comienza a sufrir averías. Lo mismo ocurre con la radio comunitaria: si uno de los pilares no está funcionando como debería, es muy probable que, tarde o temprano, la radio comunitaria quede fuera del aire.

Aquí te enumeramos los seis pilares de la radio comunitaria que en nuestra experiencia nos parecen los más básicos:



Equipos técnicos: Torre, antena, cabina, transmisor, mezcladora, computadoras, grabadoras y demás chunches.

Locutor@s: Siempre debe de haber alguien en cabina, tengamos programa o no. Esta persona se encargará de cuidar la transmisión.

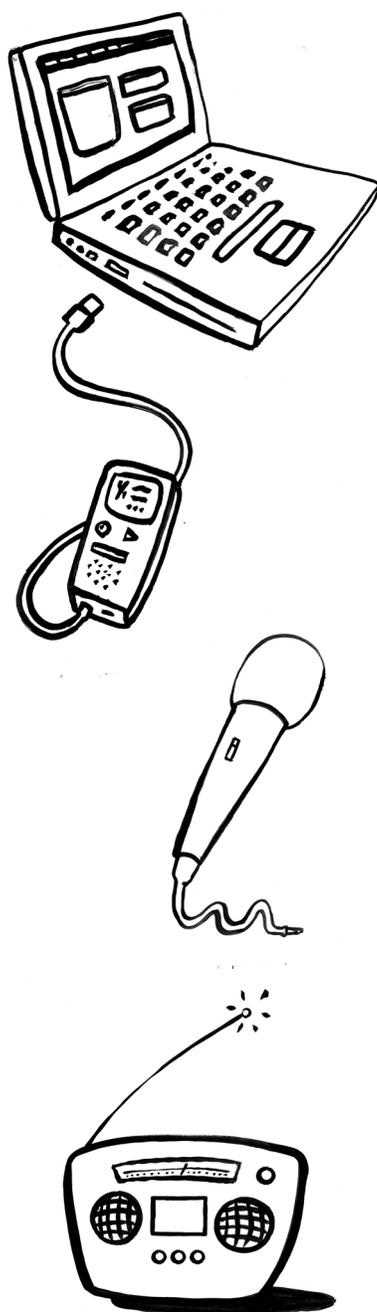
Corresponsales: Es importante tener corresponsales en cada una de las distintas comunidades donde llega la transmisión de nuestra radio para que nos mantenga informados e informadas de cualquier novedad que suceda por aquellos rumbos.

LOS PILARES DE LA RADIO COMUNITARIA

Capacitación: Es muy importante que haya gente capacitada para llevar a cabo el funcionamiento total de una radio. Esto nos da autonomía. Para esto también es importante que quienes tengan más conocimiento, lo compartan con quienes tienen menos, y de esta forma ir capacitando futuras generaciones de comunicadores y comunicadoras populares, y así seguir fortaleciendo nuestro trabajo.

Contenido: Para sólo pasar música, mejor prender la rocola en vez de la radio. Con nuestras radios comunitarias estamos ejerciendo el derecho a la comunicación, así que pongámoslo en práctica y hagamos de nuestra transmisión un reflejo de nuestras realidades (muchas veces ignoradas por los medios masivos).

Público: Si no atendemos a nuestro público, entonces no estamos haciendo comunicación popular. La radio comunitaria es hecha para el pueblo y por el pueblo. Para lograr eso debemos abrir nuestros medios, nuestras cabinas y micrófonos para que quien, generalmente solo ha escuchado, ¡ahora hable! Queremos escuchar las voces no solo de l@s poc@s que se la pasan en la cabina, sino las de todo el pueblo.



EL "HUEVO" COMUNITARIO



La radio comunitaria funciona con el esfuerzo de varias personas que deben organizarse para estar al tanto de la radio. Deben encargarse de la programación, de la limpieza del espacio, de la gestión de fondos, de producir material radiofónico, etc. Se trata de un verdadero trabajo en equipo, en donde, si las tareas no están bien repartidas y atendidas, el proyecto no "jala". Entonces, para entender mejor este tipo de trabajo en equipo, practiquemos con un proyecto más chico.

Objetivo: Tomar conciencia de la importancia del trabajo en equipo, la organización y repartición de tareas del mismo.

Material necesario: Un huevo de gallina.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Con el grupo de compañeras con quienes están trabajando esta guía práctica, se van a organizar para que entre todas cuiden de su huevo durante una semana, como si se tratara de un bebé. Le van a poner nombre, lo van a vestir, hacerle una camita, lo que quieran. Aquí lo importante es que entre todas busquen cuál es la mejor forma en que lo pueden cuidar, ya que NUNCA se puede quedar solo. Recuerda que el huevo será como un bebé, que necesitará de tu cuidado todo el tiempo.

Si se pueden ver cada día para evaluar cómo les está yendo mucho mejor, si no, establezcan qué días de la semana se van a ver. El último día de la semana evaluarán cómo les fue y si el bebé logró sobrevivir. ¡Muchas veces se rompen o pierden los huevos-bebés!

Reflexión final: El huevo-bebé es como nuestra radio comunitaria, no podemos abandonarlo ni encargarlo a una sola persona, hay que cuidarla entre todos y todas.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA Y SUS INGREDIENTES

23

Así como la panadera o el panadero usa huevos, harina, sal, levadura, etc. para hornear sus pasteles y panes, nosotras las comunicadoras populares, también contamos con distintos ingredientes básicos que nos sirven para producir los distintos formatos que vamos a pasar a través de la radio



¿Cuáles son estos ingredientes para hacer radio?



Estos cuatro ingredientes se pueden combinar de una infinidad de maneras, para hacer producciones como las cápsulas, las cuñas, las identificaciones, campañas, hasta programas de radio completitos, o radionovelas. ¡Las posibilidades son tan grandes como sea nuestra imaginación!

En cada lugar “las producciones” tienen distintos nombres,

hay quienes les dicen “spots” por ejemplo. Aquí les decimos **“producciones radiofónicas”** porque son grabaciones que hacemos, que trabajamos y que producimos especialmente para la radio.

Poco a poco iremos trabajando y jugando con los diferentes ingredientes para que animen, complementen, completen nuestras producciones.

IDENTIFICANDO LOS INGREDIENTES DE LA PRODUCCIÓN DE RADIO

ACTIVIDAD

LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA Y SUS INGREDIENTES



Ahora que sabemos cuáles son los ingredientes de la producción de radio, ¡veamos si somos capaces de identificarlos cuando los escuchamos!

Objetivo: Lograr identificar los cuatro ingredientes de la producción de radio.

Material necesario: Una radio.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Sintoniza una frecuencia de radio, escucha, pon atención y trata de identificar los cuatro ingredientes básicos que vimos anteriormente: música, efectos de sonido, palabra y silencio. Luego, comparte con tus compañeras lo que cada una logró escuchar.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

COCINANDO CON LOS INGREDIENTES DE LA RADIO



24

Ahora que ya conocemos cuáles son los ingredientes con los que podemos “cocinar”, pensemos ¿qué se nos antoja comer? ¡Las posibilidades son infinitas! Aquí lo más importante es echar a volar nuestra creatividad. Existen formatos de producción para la radio como existen recetas de cocina, o sea, ¡muchas! Más adelante conoceremos algunos de ellos. Aquí de lo que se trata es de

combinar todos los ingredientes.

Juega haciendo combinaciones con la voz, la música, los silencios, y los efectos de sonido. Si ya manejas la grabadora, o alguien de tu grupo la sabe usar, ahora es el momento de sacarla y ¡comenzar a grabar! Si aún no sabes usar una grabadora de audio, ve a la página 116 para que te familiarices más con su uso, y luego vuelve a esta sección.

¡VAMOS A GRABAR EFECTOS!

ACTIVIDAD

COCINANDO CON LOS INGREDIENTES DE LA RADIO



Para que nuestras producciones radiofónicas sean más ricas y logremos transmitir a nuestra audiencia lo que queremos, es muy importante ser capaces de crear efectos sonoros que suenen reales. ¡Para ello es muy importante la imaginación y la creatividad! Recuerda que para hacer efectos puedes utilizar tu boca (¡pero no para hablar!), otras partes de tu cuerpo, o todos los objetos que quieras.

Objetivo: Seguir ejercitando nuestra creatividad sin utilizar la palabra.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas).

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Vamos a pensar efectos para imitar los siguientes sonidos:

- Una persona torteando.
- Una gota de agua cayendo en una cubeta.
- Una gota de agua cayendo sobre una hoguera.
- Un gato al que le pisan la cola.
- Un bebé que se despierta y empieza a llorar.
- Lavando ropa.
- Un gallo cantando y alguien que se despierta.

Una vez que hayan terminado, escúchenlos en grupo y hagan críticas constructivas, ¡claro!, esto es que vamos a dar sugerencias de cómo ir mejorando y dando propuestas para hacer mejores grabaciones. Si nos gusta como quedaron nuestros efectos, hay que asegurar que los guardemos bien y sepamos dónde están para que los podamos usar en futuras producciones.

Reflexión final: Parte del trabajo bonito de la radio es que podemos echar a volar nuestra imaginación y creatividad para hacer sonidos. Se vale usar todo lo que esté a nuestro alcance para lograr ese sonido que estamos buscando. No nos detengamos y hagamos muchas pruebas, poco a poco nuestro oído se irá entrenando y escuchará hasta el más mínimo sonido.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplieron los objetivos?

Para enriquecer nuestras producciones radiofónicas podemos usar efectos sonoros. Tenemos que recordar que nuestra audiencia no nos ve, ¡sólo nos escucha!

Objetivo: Empezar a jugar con los ingredientes de la producción radiofónica, soltar la creatividad y experimentar con el potencial que tienen estos cuatro elementos.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas).

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Vamos a inventar y grabar una historia de pocos minutos utilizando solamente sonidos. Ya que tengan lista su grabación, la escuchan en grupo y tratan de identificar cómo fueron utilizados los ingredientes, y (si hiciera falta), de qué otra manera los podrían usar para mejorar sus producciones.

Reflexión final: Aunque solamente empezamos con cuatro ingredientes, con ellos podemos hacer cosas increíbles. Todo es cuestión de imaginación y creatividad. En este primer momento de acercamiento a los ingredientes es importante experimentar y practicar con ellos, para que ya una vez que se empiecen a hacer producciones más completas se tenga práctica y afinado el oído.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



25

Hacer producciones radiofónicas puede ser tan simple o tan sofisticado como queramos hacerlas. Todo depende de las herramientas que tengamos a nuestro alcance y cómo las queramos usar. Podemos hacer algo súper complejo usando la computadora, efectos de sonido, música y muchas voces por ejemplo, o podemos jugar simplemente con nuestra voz o las voces de personas que nos estén apoyando, y pedirle a un grupo de músicos de nuestra comunidad que al mismo tiempo toque algo de su buena música para acompañar las voces. Cada producción tendrá su sonido muy particular, hay quienes dirán que una es mejor que otra, pero en realidad, simplemente son diferentes.

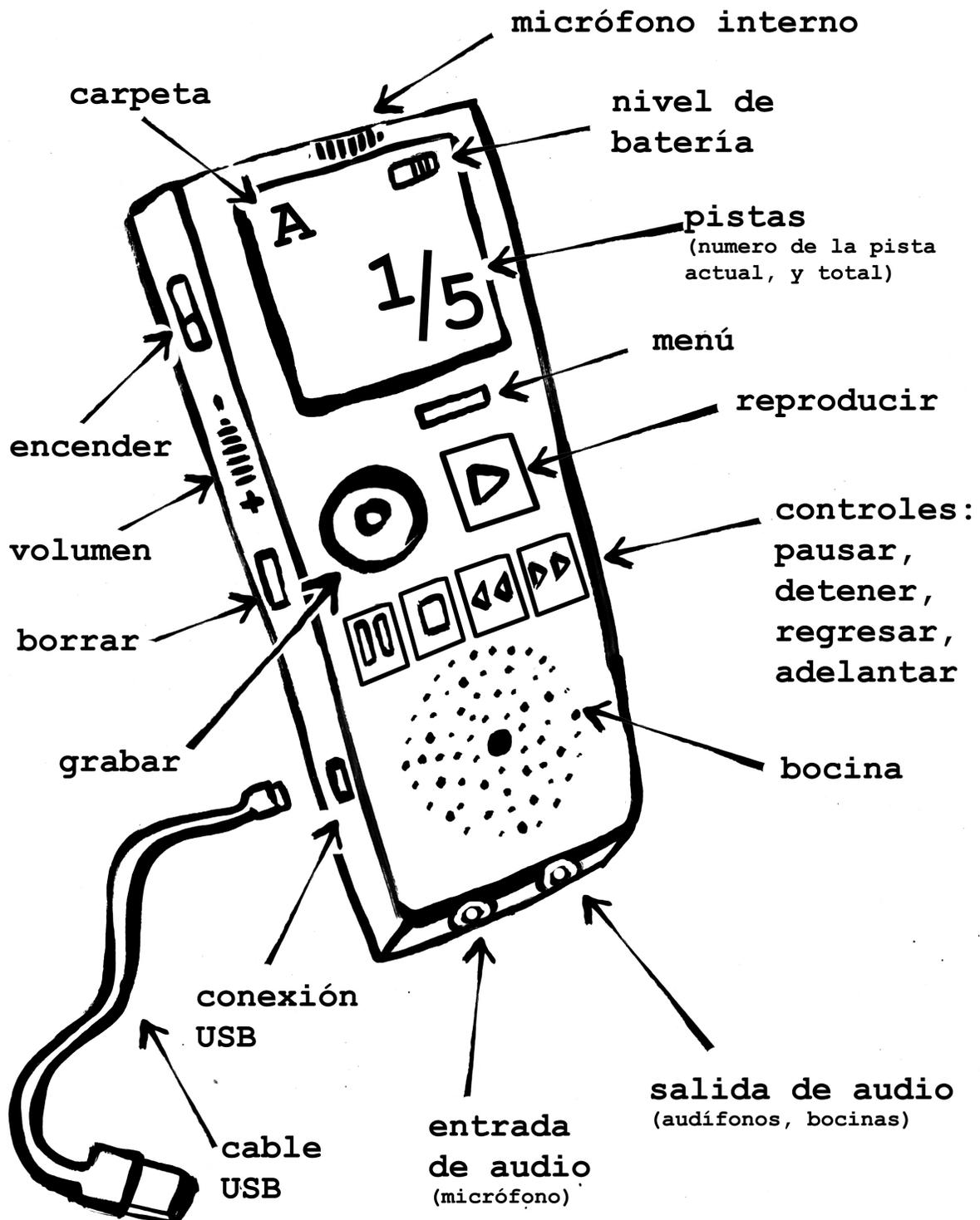
Aquí lo que queremos resaltar es que para hacer las producciones, necesitamos contar con los ingredientes para la producción radiofónica, y una que otra herramienta. De entre ellas, la que consideramos más importante es la grabadora.

Escojamos el formato de producción que sea, la grabadora será una de nuestras armas más valiosas. Con ella podremos registrar cómo se escucha la realidad, lo que ocurre, lo que se dice y lo que se canta. Con ella inmortalizaremos la voz de nuestros pueblos y nuestra palabra quedará grabada para la historia.

Por eso es importante que aprendamos a utilizarla correctamente. Existen muchos tipos de grabadoras, pero el funcionamiento básico es simple: ¡se prende y se graba! Aquí te dejamos una ilustración que indica para qué sirve y cómo funciona cada botoncito.

Igual te recordamos que “la práctica hace a la maestra”, así que ¡a practicar! No hay mejor forma de aprender que practicando. Que a la primera no te va a salir bien, que perdiste un audio, que no me acuerdo para qué sirve este botón. Todas estas dudas y más se te aclararán con la práctica.

LA GRABADORA



CONSIGNAS CON VOZ DE MUJER

ACTIVIDAD

LA GRABADORA



Objetivo: Comenzar a practicar en el uso de la grabadora de audio.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas) y voces de compañeras de distintas edades.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Pensaremos consignas que hagan referencia a la lucha de las mujeres, a su valor y su participación. Luego buscaremos a diferentes mujeres para que nos ayuden a gritar las consignas, mientras nosotras las grabamos. Para que griten bien fuerte las consignas y tengamos una diversidad de voces, buscaremos a diferentes grupos de mujeres:

- Niña o niñas.
- Mujer o mujeres jóvenes.
- Mujer o mujeres adultas.
- Mujer o mujeres ancianas.

Te recomendamos hacer varias grabaciones de la misma consigna, y luego seleccionar la que más les guste y haya quedado mejor, así tendrán varias grabaciones para escoger, en lugar de tener que volver a juntar a las mujeres y grabarlas de nuevo.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

LA MÚSICA DE MI PUEBLO

ACTIVIDAD

LA GRABADORA

Desde hace mucho, mucho tiempo, los y las músicas regionales han recogido la historia de sus pueblos a través de sus canciones y de su música. Pero la historia musical de muchos lugares se pierde porque no hay quien la grabe. Nosotras tenemos el deber y el equipo para hacerlo y luego transmitirla por la radio. Es una forma de garantizar que la historia de su pueblo no se enferme de olvido.

Objetivo: Registrar la historia musical de nuestros pueblos.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas) y grupo, músico o música de tu región.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Entre todas vamos a hacer una lista de diferentes personas o grupos que hacen música en nuestra comunidad o comunidades vecinas. Pensaremos principalmente en grupos de mujeres. Vamos a elegir a un grupo, puede ser un conjunto de cuerda, una persona que cante o toque cualquier instrumento, una banda de música.

Antes de grabar tendremos que concertar una cita con las personas que queremos grabar y buscar algún lugar tranquilo y sin ruido. El grupo o la persona puede presentarse antes de empezar a cantar o tocar, y decir el nombre de la canción o canciones que van a tocar.

Recuerda, es muy importante hacer prueba de sonido, grabar unos pedacitos de la canción para ver cómo se escucha antes de grabar la versión definitiva.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



La otra herramienta que NUNCA te debe faltar es EL GUIÓN. Así es, el guión es nuestro recetario que nos va a hacer la vida mucho más fácil. Es un instrumento que sirve para coordinar el trabajo de producción. Sirve para saber qué se graba, cuándo y cómo. Es muy importante que desde ahora que empezamos nuestra labor como comunicadoras, nos acostumbremos a hacer un guión SIEMPRE, para TODAS nuestras producciones.

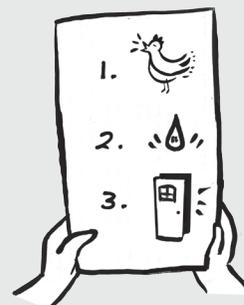
Toda producción radiofónica, sea cual sea su formato, necesita un guión. La verdad es que en nuestra experiencia y la de muchas otras compañeras y compañeros que hacen

producciones de radio, nos ha mostrado que un guión no necesita ser muy complicado, sino mas bien que se entienda bien y sobre todo que tenga un listado de los pasos que vamos a seguir, en qué orden, quiénes van a dar los pasos y qué cosas (música, canciones, escritos, etcétera) necesitamos al momento de dar el paso.

Te queremos proponer diferentes formas y ejemplos de guiones que creemos pueden ayudarte. Todos son muy sencillos, y los presentamos así, ya que hemos visto que entre más sencillas y directas las instrucciones, más facilitan el trabajo.

GUIÓN CON DIBUJOS

Así como dice el título, se trata de hacer dibujitos de los sonidos, músicas, o personas, en el orden en que tienen que presentarse. Este tipo de guión puede ser muy útil si en el grupo hay compañeras que no pueden leer o escribir, o trabajando con niñas y niños. También puede servirnos si nuestra producción es corta y no tiene muchos sonidos.



GUIÓN EN FORMA DE LISTADO

Nuestros hermanos y hermanas chinas tienen un dicho que dice “más vale la más pálida tinta que la más brillante memoria”, y en el caso de la producción de radio creemos que ¡es muy cierto! ¿Alguna vez te encargaron comprar una serie de cosas para la comida: leche, huevos, tomate, sal y azúcar, y aunque lo ibas repitiendo en tu mente, cuando fuiste al mercado ya no te acordabas de qué era esa última cosa que te habían encargado? A mí me ha pasado bastante, y por eso mejor hago una lista escrita de las cosas que tengo que conseguir o hacer. Cada que voy haciendo y consiguiendo lo que tengo anotado en mi lista, lo marco con una palomita o lo tacho y eso me permite saber que puedo seguir adelante con mi lista.



Pues lo mismo puedes hacer para la producción de radio. Se trata de hacer un listado muy sencillo de lo que van a hacer durante su producción o programa, y eso sí, anotar los pasos en el orden que se tienen que realizar. Por ejemplo:

Programa “Voces al Aire”

1. Música de Bienvenida.
2. Saludos: Locutoras María y Sandra.
3. Presentación del tema: Locutora María.
4. Cuña “Derechos de las niñas”.
5. Presentación de entrevista a compañera maestra: Locutora Sandra.
6. Entrevista maestra Lulú.
7. Música: canción Amparo Ochoa.
8. Hablar de los derechos de las niñas y niños: Locutora María y Sandra.
9. Tomar llamadas al aire.
10. Cierre del programa: Locutora María.
11. Despedida: Locutora Sandra.

Como ven, es un listado muy simple que nos ayudará a tener una mejor idea de lo que se tiene que hacer, sin necesariamente tener que escribir palabra por palabra lo que cada quien va a decir. Eso sí:

- La presentación del guión debe ser lo más clara posible, pues si se trata de un trabajo en equipo, es importante que el guión sea comprensible para todas.
- La única manera de aprender a hacer guiones es haciendo guiones, la experiencia es la mejor manera para aprender a escribirlos y que vayamos haciendo hábito o costumbre en nuestro trabajo como comunicadoras.

SONIDOS DE MI COMUNIDAD

ACTIVIDAD

EL GUIÓN

Vamos a poner en práctica el hacer un guión con dibujos. Recuerda que no necesitas ser una gran artista o llamarle a la persona que mejor dibuja. Se trata de hacer dibujos sencillos que nos recuerden lo que necesitamos grabar.

Objetivo: Practicar y empezar a hacernos la costumbre de siempre hacer un guión (aunque sea corto) para toda producción.

Material necesario: Hojas de papel tamaño carta, cinta para pegar, marcadores o lápices de colores.
Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas).

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Entre todas hagan una lluvia de ideas de los diferentes sonidos que son representativos de nuestra comunidad. Luego seleccionemos cinco sonidos y pensemos en una frase final que nos dé un mensaje sobre nuestra comunidad. Después, dibujemos un sonido por hoja y peguemos en la pared los dibujos en el orden que nos gustaría que se escucharan. La última hoja puede llevar escrita la frase final. Ya con nuestro “guión” preparado, salgamos a grabar los sonidos y finalmente la frase.



Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Creemos que este tipo de guión nos ayudó?



Nosotras hemos visto que una de las mejores maneras de aprender y hacer las cosas, es en equipo. Es por esto que, tanto para utilizar esta guía como para tus creaciones radiofónicas, te proponemos que formes un “grupo de producción”. Así se va generando una dinámica de trabajo colectivo, donde todas aportamos y colaboramos para alimentar y enriquecer nuestro trabajo como comunicadoras.

Para el buen funcionamiento del grupo de producción, les

aconsejamos elegir entre todas un día y hora a la semana en el que todas puedan reunirse, buscar un lugar tranquilo para trabajar la guía y trabajar sus producciones radiofónicas y, muy importante, disponer de suficiente tiempo.

Poco a poco se irán conociendo mejor y estableciendo una rutina de trabajo que les funcione y con la que se sientan cómodas. Esperamos que las siguientes actividades aporten un poco a la creación de su grupo de producción.

EL ROMPECABEZAS

ACTIVIDAD

EL GRUPO DE PRODUCCIÓN

Las piezas de un rompecabezas tienen más sentido cuando están unidas, pues la unión de todas las piezas deja ver el mensaje que quiere comunicar. ¿Podríamos decir que cada una de nosotras somos para nuestro grupo de producción lo que las piezas son al rompecabezas?

Objetivo: Reflexionar sobre el trabajo colectivo y el aporte de cada una de sus integrantes al grupo.

Material necesario: Piezas de rompecabezas (fotocopiadas), tijeras y lápiz para apuntar.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Haz una fotocopia de la página que contiene las nueve piezas del rompecabezas. Recórtalas y reparte todas las piezas entre las compañeras del grupo de producción. Cada una va a pensar en una habilidad, experiencia o conocimiento que pueda aportar al grupo y lo va anotar al reverso de su pieza del rompecabezas (si te tocó más de una pieza, haz tus anotaciones en todas las piezas que te hayan tocado). Después, entre todas vamos a armar el rompecabezas, y una vez unido, entre todas vamos viendo cuáles son las aportaciones de cada quien hacia el grupo de producción, ¡las cuales serán las riquezas de nuestro grupo!

Nota: Si su grupo de producción incluye a más de nueve compañeras, pueden hacer dos fotocopias del rompecabezas.

Reflexión final: Cada compañera tiene aportaciones que hacer como comunicadora en general, y al trabajo de producción en particular, la suma de cada una de nuestras aportaciones es lo que enriquece y fortalece nuestro trabajo.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



REUNIÓN DE COORDINACIÓN DEL GRUPO DE PRODUCCIÓN

ACTIVIDAD

EL GRUPO DE PRODUCCIÓN



Es muy importante que el grupo de producción se reúna para coordinar y organizar bien cuándo, cómo y dónde van a trabajar con esta guía y sus producciones radiofónicas. Cada grupo definirá cada cuánto se reúnen, aunque por lo general una vez por semana resulta útil.

Objetivo: Establecer los acuerdos de funcionamiento para el grupo de producción.

Material necesario: Ideas, sueños, proyectos, dudas, y una libreta donde apuntarlo ¡todo!

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Cada grupo deberá definir y decidir cuál va a ser su forma de trabajo, qué días se reúne, dónde, y cómo se convoca a las compañeras. Una vez que lleguen a un acuerdo, podrán anotarlo en un papelógrafo y pegarlo en su espacio de trabajo. Pueden hacer este “letrero” tan bonito y creativo como guste, la intención es que les recuerde, pero sobre todo que las motive y anime a participar.

Es necesario contar también con una libreta donde ir apuntando lo que se platique en las reuniones. Para que no se cansen siempre una compañera anotando, pueden ir rotando esta tarea.

Reflexión final: Nuestras producciones radiofónicas y nuestro trabajo de comunicación se van logrando poco a poco, gracias al trabajo cotidiano. Por más corto que sea el tiempo que podamos dedicar, a lo largo se va sumando y nos da resultados.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

EL CIRCUITO DE PRODUCCIÓN

28

Ya nos vamos acercando al momento de empezar a practicar los distintos formatos de producción. Seguramente te estarás preguntando por qué todavía no empezamos, y la razón es que todavía nos quedan dos puntos muy importantes por el momento ANTES de empezar la producción radiofónica.

Uno de ellos es el CIRCUITO DE PRODUCCIÓN. La palabra circuito como que suena a círculo, a algo redondo, algo que dé vueltas y vueltas, y es cierto, por eso escogimos esta palabra para definir todos los pasos que hacemos durante una producción radiofónica:



Si te fijas, es un diagrama que nos recomienda ciertos pasos que, si los cumplimos en el orden recomendado, nos pueden asegurar una buena elaboración de producciones para la radio, y su transmisión.

¡El circuito de producción nunca se acaba! Por eso no es que el circuito de producción se hace una sola vez y ya terminamos, sino que lo volvemos a repetir muchas veces. Acabamos los pasos y de nuevo comenzamos el proceso otra vez, asegurando así las producciones para nuestra radio.

PLANEACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

29

El otro elemento básico para comenzar con nuestras producciones radiofónicas es la planificación, y para ayudarte a planificar contamos con una FICHA DE PLANEACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA.

Sentarse unos minutos a pensar muy bien el trabajo que van a hacer les ahorrará muchísimo tiempo y les ayudará a que tengan todo lo necesario a la hora de ponerse a trabajar sus producciones. La ficha de planeación es muy sencilla:

FICHA DE PLANEACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA	
Tipo de producción:	Cuña
Duración aproximada de la producción:	2 minutos
Público al que se dirige (¿Para qué sector o personas de la comunidad está hecha nuestra producción?):	Público en general
Tema de nuestra producción:	Cuidado del medio ambiente
Objetivo de nuestra producción:	Concientizar a la audiencia en general de la importancia de cuidar el medio ambiente, en especial luchar contra la deforestación de los bosques.
Ideas de sonidos ambientales:	1. Pajaritos cantando 2. Brisa entre los árboles 3. Sierra eléctrica 4. Árboles cayendo
Ideas de música para utilizar:	1. Música de flauta 2. Música de agua 3. Sonidos de la naturaleza
Texto de la producción:	LOCUTORA 1: ¿Te gustaría que el bosque sonara así? Digamos no a la deforestación de nuestros bosques. LOCUTOR@S: ¡El bosque es nuestro futuro, no le cortemos la vida!

PLANEACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

PARA FOTOCOPIAR O CALCAR

FICHA DE PLANEACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

Tipo de producción: _____

Duración aproximada de la producción: _____

Público al que se dirige (¿para qué sector o personas de la comunidad está hecha nuestra producción?): _____

Tema de nuestra producción: _____

Objetivo de nuestra producción: _____

Ideas de sonidos ambientales cuñas, mensajes, canciones propias para grabar:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Ideas de música para utilizar:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Texto de la producción:

Distribución de tareas para preparar nuestro programa:

Tarea	Responsable	¿Para cuándo?

FORMATOS DE PRODUCCIÓN

30



Cuando hablamos de “formatos”, nos referimos a las diferentes formas en que cocinamos los ingredientes para la producción radiofónica. Entre más producciones tengamos, más alimentamos la radio comunitaria. Habrá producciones cortitas, que se podrán usar entre programa y programa, o entre canción y canción por ejemplo, o algunas más largas que serán los programas en sí.

Existen muchos y muy variados formatos de producción radiofónica: la cuña, el poema, el socio drama, la radio revista, las identificaciones, el noticiero, las canciones, las crónicas, las semblanzas, los boletines... y

un largo etcétera. Pero, ¿cómo podemos saber cuál es el mejor formato?

El más adecuado. No todo molde servirá para comunicar cualquier mensaje, por eso, el mejor formato será aquel que mejor se acomode al mensaje que queremos comunicar.

El que comunica más. Seguir al pie de la letra los pasos a seguir para llevar a cabo una producción, no nos asegura el éxito... Quien da la validez a un formato, aunque este no haya seguido paso a paso las reglas de producción, es el receptor o receptora. Las ventajas o desventajas de un formato se miden por la mejor o peor aceptación que tengan por parte del público.

A lo largo del cuaderno iremos viendo a detalle algunos de los formatos y haciendo varios ejercicios para practicarlos. Mientras tanto te presentamos algunos de los formatos más comunes:

Cuñas, spots, promos o mensajes.

Todas estas producciones son cortitas, de un par de minutos cuando mucho, y llevan un mensaje muy directo. Las puedes hacer tan creativas como quieras, mezclándoles un poquito de música, metiéndoles alguna dramatización, efectos de sonidos, y lo que se te ocurra, siempre y cuando te ayude a llevar el mensaje y que el público lo entienda mejor.

Postales sonoras o paisajes sonoros.

Estas producciones reúnen puros sonidos, y estos sonidos nos tienen que ayudar a imaginar algún paisaje o situación. Puede ser muy útil sobre todo si estamos muy acostumbradas a solamente escuchar música o anuncios, ya que de repente escuchamos

a través de la radio sonidos. Se pueden acompañar de algún mensaje corto o alguna consigna para dar a entender mejor nuestro mensaje.

Identificaciones.

Estas producciones son las que presentan el nombre de un programa o de la radio comunitaria. Por lo general llevan el nombre de la radio, la frecuencia y algún lema o consigna, en caso de los programas, llevan el nombre del programa, su horario y día de transmisión.

Noticia cantada o canciones con mensaje.

¡Una canción puede tener mucha más fuerza que escuchar una simple noticia! Si te aseguras que tu canción lleve la información básica de algo que ha sucedido en la región, en la comunidad o en cualquier parte del mundo, y contesta las preguntas de qué, quién, cómo, cuándo, dónde y porqué, seguramente tu público captará mejor la información. Ponle algo de ritmo y tendrás a mucha gente cantando la información.

Micro-radionovela o dramatización corta.

Estas producciones también tienen mucha fuerza porque es como si estuviéramos viendo un teatro, sólo que cortito. En un par de minutos contamos una historia donde hay personajes y una situación que viven y finalmente un desenlace.

Noticias y entrevistas.

Estos formatos son conocidos como los formatos informativos. Ellos nos presentan información que nos ayuda a estar enteradas, y también que nos ayuda a reflexionar, conocer y entender mejor diferentes temas.

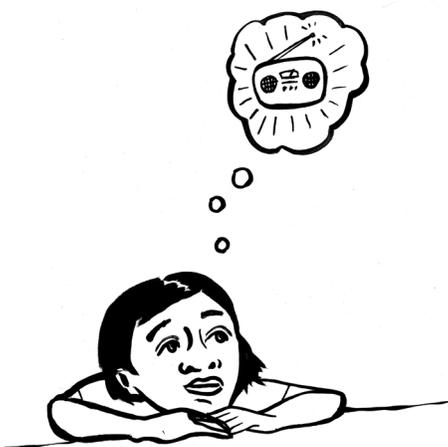
Campañas radiofónicas.

Decimos que estamos en campaña cuando repetimos y repetimos y... ¡repetimos otra vez! mensajes relacionados a un tema. Por ejemplo, si hacemos una campaña por los derechos de las mujeres, entonces haríamos muchos mensajes relacionados a los derechos de las mujeres. Podemos mezclar formatos, por ejemplo, hacer cuñas sobre los derechos de las mujeres, hacer dramatizaciones donde se presenten los derechos de las mujeres, ¡hasta hacer afiches o carteles! Se vale usar de todo un poco para que nuestro mensaje llegue a nuestro público y lo recuerden.

El programa de radio.

Por lo general los programas de radio son producciones más larguitas, y por lo general son de 30 minutos en adelante. En los programas usamos un poco de todos los formatos, presentamos cuñas, noticias, dramatizaciones, entrevistas, ponemos algo de musiquita, hablamos al aire, damos avisos y hasta abrimos los micrófonos a nuestro público. Puede ser muy efectivo porque presentamos información sobre uno o varios temas, usando distintos formatos, y dándole mayor tiempo a la presentación de la información.

¿CUÁL ES EL MEJOR FORMATO?



Para cada mensaje, que como comunicadoras populares queramos dar a conocer, es muy importante detenernos y pensar en cuál es el mejor formato de producción para comunicar nuestro mensaje y que éste llegue a nuestro público meta.

Objetivo: Evaluar cuál es el formato que mejor comunica el mensaje que queremos transmitir.

Material necesario: Lápiz para anotar.

Metodología: Trabajo individual.

Indicaciones: A continuación te presentamos cinco escenarios y/o situaciones. Imagina cada uno de ellos, y piensa cuál sería el mejor formato de producción para comunicar el mensaje.

1. Defensoras de derechos humanos del departamento de Las Margaritas son víctimas de un constante hostigamiento por parte de paramilitares y militares de la zona.

¿Qué formato utilizarías para comunicar este mensaje? ¿Por qué?

2. Identidad y cultura de los pueblos originarios de Abya Yala.

¿Qué formato utilizarías para hablar de la “identidad y cultura de nuestros pueblos”? ¿Por qué?

¿CUÁL ES EL MEJOR FORMATO?

3. Desde hace más de diez años, la práctica de la minería a cielo abierto ha sido causa de padecimientos a nuestra Madre Tierra y a las comunidades que habitamos en ella.

¿Qué formato utilizarías para comunicar este mensaje? ¿Por qué?

4. Las mujeres tenemos derecho a la comunicación.

¿Qué formato utilizarías para comunicar este mensaje? ¿Por qué?

5. Hoy se cumplen 6 meses desde que inició el plantón de maestros y maestras en la plaza central de la capital del país, manifestando su rechazo total a la nueva reforma educativa.

¿Qué formato utilizarías para comunicar este mensaje y dar a conocer más sobre la lucha de l@s maestr@s? ¿Por qué?

Reflexión final: No hay un formato bueno y un formato malo. Una vez decidamos cuál es el objetivo de nuestra producción, el formato que escojamos será aquel que nosotras consideremos comunicará de mejor manera el mensaje que queremos dar a conocer.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

PRODUCCIÓN DE CUÑAS

31



¡A practicar los formatos!

Aquí vamos a empezar a ver a detalle cada formato y sobre todo proponerte actividades para que puedas practicarlos e ir juntando una buena colección de producciones. Empezaremos con los más sencillos y poco a poco iremos avanzando hacia los más largos y complejos.

¿Qué es una cuña? ¿Alguna vez has estado frente a una mesa desnivelada, que tiene una pata más corta que las demás? Por lo general se arregla la pata más corta metiéndole una pequeña “cuña”, un pedacito de madera o papel que ayuda a nivelar la mesa y que esté bien parejita. Las cuñas de la radio tienen un objetivo muy parecido. Son “pedacitos”, pequeñas

producciones que nos ayudan a rellenar el tiempo al aire de nuestra radio. No porque sean cortas son menos útiles o menos efectivas, todo es cuestión del contenido que les demos.

Entonces, una cuña radiofónica es un mensaje breve y repetido que busca promocionar o promover algo. Existen dos tipos de cuñas:

Cuña promocional: Son las que se usan a lo largo de la programación de la radio para dar a conocer o resaltar cierta información, programación, el nombre de la radio, etcétera. En resumen, lo que se busca es dar a conocer la radio y sus espacios.

Cuña educativa (o de servicio público): Son las que buscan aumentar nuestro conocimiento, llevar a la reflexión o al análisis de ciertos temas. Se usan, por ejemplo, para hacer campañas de salud, de alfabetización, para tomar conciencia sobre los derechos de las mujeres, etcétera.

PRODUCCIÓN DE CUÑAS

En el *Manual Urgente para Radialistas Apasionados* nos hablan de las cuatro C's de la cuña para hacerla más efectiva:

Corta: Como bien dice el refrán “perfume bueno viene en frasco pequeño”, las buenas cuñas también. El promedio de tiempo que debe durar una cuña es alrededor de 30 segundos. Sabemos que es poco tiempo, pero aquí se trata de decir más con menos: simplificar la idea, ahorrar palabras o resumir el argumento. Pero eso sí, no te obsesiones con el tiempo, mejor preocúpate por la calidad. “¡Menos es más!”

Concreta: En una cuña lo importante es ir al grano. Si pretendemos usar sólo 30 segundos para explicar, por ejemplo, la relación de dominación y opresión del hombre hacia la mujer, misma que ha dado pie a los miles y miles de feminicidios, mejor vayamos al grano: ¡el machismo mata! No nos perdamos en las generalidades, y concentrémonos en precisar el objetivo.

Completa: Las cuñas, por lo mismo que deben ser cortas, deben aprovechar al máximo los recursos del lenguaje radiofónico. Para eso pueden crear imágenes con sonidos o escenarios que sugieran algún espacio en particular, podemos “dramatizar” alguna situación de la vida real, o lo que se nos ocurra.

Creativa: ¿Qué es la creatividad? A ver, pensemos en una manera “creativa” de definirla. Ser creativa es salirse del camino. Durante la mayor parte de nuestras vidas nos han enseñado una forma de pensar y hacer las cosas, una forma que no siempre atiende a nuestra intuición. Cuando hacemos caso a nuestra intuición y exploramos nuevas formas de ser y de hacer, ¡estamos siendo creativas!

CUÑAS- DÍAS INTERNACIONALES

ACTIVIDAD

PRODUCCIÓN DE CUÑAS



A través de la radio podemos concientizar y recordar a nuestra audiencia determinadas temáticas cuando se acerca un día internacional. Por ejemplo, si se acerca el 25 de noviembre, que es el Día internacional contra la violencia hacia las mujeres, nuestro programa, las cuñas, la música que ponemos, y todo lo demás, puede tratar sobre los diferentes aspectos de este tema. Pasaremos nuestras producciones no sólo el día en cuestión, sino por lo menos toda la semana, o durante varias semanas.

Objetivo: Explorar en la habilidad de sintetizar grandes temas en producciones cortas y efectivas.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas), y ficha de planeación para la producción radiofónica.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: A propósito del Día internacional contra la violencia hacia las mujeres, ¡aprovechemos para crear una cuña radiofónica sobre el tema! Recuerda que las cuñas con producciones cortitas (hasta 3 minutos), pretenden concientizar a la gente y captar su atención, así que ¡deja volar tu imaginación! Piensa una canción y un mensaje que enganche a la audiencia. Puedes utilizar pequeñas dramatizaciones, efectos sonoros, etc.

Pueden seguir estos sencillos pasos:

1. Rellenen el formato de “Planeando una producción radiofónica”.
2. Repartan los roles de trabajo.
3. Ensayen.
4. ¡A Grabar!

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

¡PARA TODAS NUESTROS DERECHOS!

Ahora que conocemos más sobre cuáles son nuestros derechos como mujeres, ¿por qué no hacemos grabaciones y cuñas sobre ellos? Esta es una forma de aportar a que cada vez más mujeres conozcan cuáles son nuestros derechos.

Objetivo: Seguir explorando en la habilidad de sintetizar grandes temas en producciones cortas y efectivas.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas).

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Vamos a inventar y grabar cuñas y mensajes sobre nuestros derechos como mujeres. Por ejemplo:

- Derecho a una vida libre de violencia.
- Derechos cívico- políticos.
- Derechos económicos, sociales y culturales.
- Derechos sexuales y reproductivos.
- Derechos específicos como mujeres indígenas.

Pero antes, en grupo reflexionemos:

¿Por qué es importante luchar por los derechos de las mujeres?

Discutamos y anotemos nuestras respuestas. ¡Seguramente que de esta reflexión nos surgen muchas ideas!

Para cada uno de los derechos, graba una cuña, ¡lo que a tu creatividad se le ocurra!

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

REIVINDIQUEMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES EN NUESTRA COMUNIDAD

ACTIVIDAD

PRODUCCIÓN DE CUÑAS



En una de las actividades anteriores (¿Derechos ganados o no cumplidos?, pg. 50), hicimos una consulta grabada con las opiniones y reflexiones de algunas mujeres de nuestra comunidad acerca de nuestros derechos. Vamos a revisar el material, vamos a escuchar sus reflexiones y difundamos sus preocupaciones y propuestas.

Objetivo: Comunicar de forma creativa, efectiva y en formato radiofónico las propuestas, preocupaciones y opiniones de las mujeres de mi comunidad.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas), grabaciones anteriores, papel y pluma.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: En grupo vamos a volver a escuchar las respuestas que nos dieron las mujeres de la comunidad en nuestra consulta sobre sus derechos. Vamos a poner atención en cuáles son las respuestas que más se repiten, dónde coinciden más las compañeras y vamos a ir tomando nota sobre ello. Ahora que sabemos cuáles son las preocupaciones, propuestas u opiniones que más se repiten entre las mujeres consultadas, ¡difundamos su palabra y hagamos cuñas usando esta información! Aquí llegó el momento de soltar nuestra imaginación y poner en práctica lo que hemos aprendido hasta ahora: podemos hacer una cuña por cada derecho, incluir las grabaciones y las voces de las mujeres de la comunidad que ya tenemos grabadas, dar una explicación con las voces de varias de nosotras que explique por qué es importante conocer los derechos de las mujeres, etc. ¡Comunicemos nuestras voces de forma creativa!

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

Y eso, ¿cómo se hace?
Hacer cuñas dramatizadas es como hacer teatro, pero sólo utilizando sonidos, ¡pues nuestra audiencia no nos puede ver! Por eso, es importante que

trabajemos con una imagen muy clara de nuestros y nuestras personajes para que la gente que nos escucha pueda imaginar lo que está pasando en la cuña.

Estos son los pasos para hacer una cuña dramatizada:



Escoger el tema.



Pensar en una situación que muestre un momento real que nos sirva como ejemplo para tratar el tema elegido.



Escoger personajes, efectos de sonido y música.



Repartir las y los personajes y otras tareas (quién va a hacer los efectos, quién pone la música, quién maneja la grabadora o mezcladora, etc.)



¡Grabar!



Difundirla.

El siguiente formato te puede servir para definir a cada un@ de las y los personajes de tu cuña dramatizada:

Personaje: _____

Suena como...



Parece...



Me hace sentir...



Huele...



MENSAJES DRAMATIZADOS

ACTIVIDAD

PRODUCCIÓN DE CUÑAS

Ya hemos practicado y hecho varias cuñas. Ahora, vamos a seguir practicando, sólo que esta vez, además de pensar en un mensaje para la cuña, ¡le agregaremos la dramatización!

Metodología: Trabajo en grupo.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas), libreta y pluma para escribir.

Indicaciones:

1. Seleccionen un tema para hacer su cuña y piensen en el mensaje que quieren dar.
2. Usa el formato para la cuña dramatizada que viene en esta sección para que puedan preparar bien los personajes y la historia.
3. Ensayen y graben su dramatización.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

PRODUCCIÓN DE IDENTIFICACIONES

33

Las identificaciones son producciones cortitas en las que se presenta una emisora o un programa determinado. Incluyen, además del nombre de la radio o el programa, la frecuencia o el horario en que se transmite para que nuestro público nos sintonice. Básicamente, sirven para invitar a la gente a escucharnos.

Algunas veces, también le incluyen una frase que describe o detalla mucho más la personalidad de la radio o de los

programas. Estas frases, lemas o consignas ayudan a animar a que nuestra audiencia nos escuche.

Podemos utilizar las identificaciones a lo largo de la programación de la radio, además de durante nuestro programa. La idea es estarlas pasando constantemente para que las personas se las aprendan y que en cuanto escuchen los primeros segundos, sepan que se trata de su radio o programa.

Identificación de Radio Kamolbé Chamtaq'a

(Música: marimba)

LOCUTORAS Y LOCUTORES: En su trabajo, en su camino, ¡siempre te acompaña!
Chamtaq'a Estéreo 93.1 FM

Extracto de identificación del programa "Soy trabajadora del hogar con orgullo y dignidad"

(Música: Hip Hop)

Soy trabajadora del hogar con orgullo y dignidad.
De que me llames empleada estoy cansada ya.
Ahora todo esto va a cambiar.

Soy trabajadora del hogar con orgullo y dignidad
de tener este oficio nunca me he sentido avergonzada
pero sí estoy cansada de que me llames empleada
que mi vida, mis pensamientos, sentimientos, sueños e ilusiones
a usted señora no le importe nada.
Porque según usted nada vale más que su orden y su palabra.
Porque al verme emigrar del campo a la ciudad
usted me quiso humillar.
India campesina me denomina,
sin embargo soy yo la que ordena su vida
gracias a mi habilidad de cocinar, lavar, planchar.

IDENTIFICANDO A MI RADIO

ACTIVIDAD

PRODUCCIÓN DE IDENTIFICACIONES



Actividad: Identificando a mi radio.

Piensa en una emisora de radio que te guste escuchar, ¡seguro que también te acuerdas de la cancioncita con la que se promociona!

Objetivo: Inspirarnos, ser creativas y pensar en cómo queremos que nuestro público nos identifique.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas), formato para guión y lápiz para anotar.

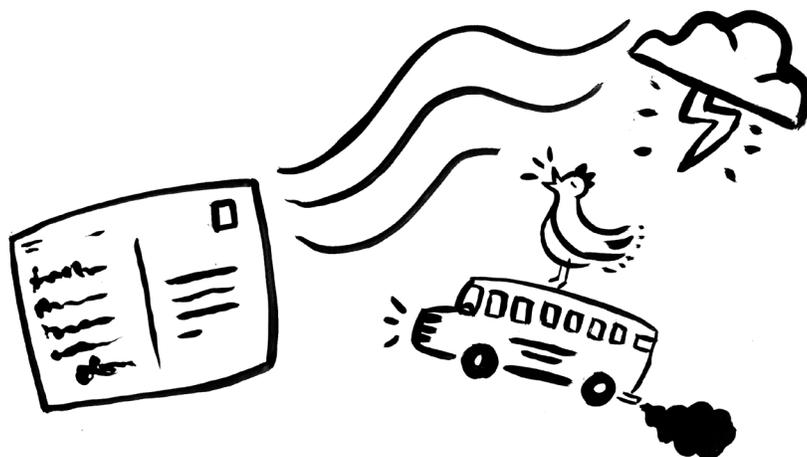
Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Si nuestra comunidad cuenta con una radio, trabajemos su identificación; si no tenemos una radio comunitaria, imagina que tu comunidad la tiene. Piensa en el nombre de la radio, la frecuencia, la comunidad, y otros elementos o sonidos que relacionamos con nuestra radio. Haz una lluvia de ideas para identificar todas las palabras, sonidos o escenas posibles que tienen que ver con la radio, ¡hagan un guión para una pequeña identificación dramatizada y grábenla!

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

PRODUCCIÓN DE POSTALES SONORAS

34



¿Alguna vez viste o recibiste una postal que te mandara alguien desde algún lugar lejano? Las postales buscan, a través de una imagen o una fotografía, que por un momento nos traslademos a otro lugar. Pero, ¿será posible lograr lo mismo usando sólo sonidos?

¿A qué suena mi casa? A niños y niñas jugando, a manos torteando, a una radio encendida. Y el mercado, ¿a qué suena? A señoras gritando “¡20 naranjas por 10 pesos!”, a las gallinas cacareando y los cerdos gruñendo, al señor de la carreta que lleva fruta y verdura que pide paso gritando “¡permiso!” ¿A qué suena la milpa? A la brisa entre las hojas, al sonido de cuando se arranca el elote, a las gotas de sudor de la frente que caen en la camisa de la campesina.

Para hacer una postal sonora podemos usar todos los recursos que te puedas imaginar (eso sí, recuerda que ¡el público no te ve, solo te escucha!). La idea es

representar un espacio o una situación utilizando sólo sonidos. Se trata de crear una imagen sonora.

Aquí te mostramos un ejemplo:

Postal sonora: Mensaje contra la deforestación.

*(Pájaros cantando, sonido del viento, risas de niños y niñas)
(Sonido de sierra eléctrica, gritos, niñas y niños llorando)
(Luego silencio...)*

Estas producciones aunque sólo usan sonidos, pueden transmitirnos mensajes muy poderosos, por lo que se pueden utilizar tanto para divertir y animar a nuestra audiencia, como para difundir mensajes que les hagan reflexionar, les sorprendan, y concienticen.

Se vale también utilizar alguna frase, un lema o una consigna al final de los sonidos, para lograr una mayor claridad y fuerza en nuestro mensaje.

POSTAL SONORA "MI LUGAR FAVORITO"

ACTIVIDAD

PRODUCCIÓN DE POSTALES SONORAS



Objetivo: Ejercitar nuestro sentido auditivo y explorar las posibilidades de comunicar algo utilizando solo sonidos.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas).

Metodología: Trabajo individual.

Indicaciones: Cierra por un momento tus ojos. Piensa en un rincón de tu casa, tu comunidad, tu escuela, etc. que te traiga buenos recuerdos. Ahí pasaste momentos lindos, solías ir con una buena amiga o amigo, te recuerda a alguien querido, ahí te sientes feliz, tranquila, relajada. Imagina el lugar, los objetos que puedes encontrar, el paisaje que lo rodea, qué aire se respira o lo que puedes oler.

Ahora concéntrate en los sonidos que en ese lugar se pueden escuchar. Por ejemplo, la brisa en los árboles, el maestro o la maestra escribiendo en el pizarrón, las manos de tu abuela torteando. Abre los ojos. Trata de recordar todos los sonidos que escuchaste en tu imaginación, que te transportaron al lugar que es especial para ti. Anótalos e intenta imitarlos usando tu boca, tus manos, cualquier objeto. Cuando hayas conseguido sonidos que se parezcan lo más reales posibles, ¡grábalos!

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



Nota: Puedes compartir tu grabación con otras compañeras a ver si adivinan qué lugar quieres evocar, y si lograste transportarlas ahí.

SONIDOS QUE TRANSPORTAN

Ahora vamos a practicar elaborar postales sonoras sobre un tema en particular. Si hacemos varias postales sobre un mismo tema, y las pasamos a lo largo de la programación de nuestra radio o nuestro programa, tendremos una manera creativa de reforzar el tema que estemos tratando.

Objetivo: Seguir explorando las posibilidades de contar una historia o comunicar un mensaje sin usar la palabra.

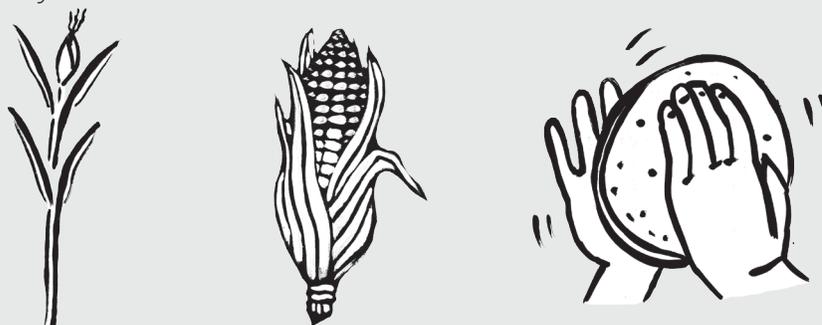
Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas).

Metodología: Trabajo en grupo y/o individual.

Indicaciones: En grupo hagan una lluvia de ideas sobre temas que les parezcan importantes para trabajar. De ellos elijan uno y luego vuelvan a hacer una lluvia de ideas de sonidos relacionados a su tema. Elijan los que más les gusten y hagan combinaciones para usarlos en postales sonoras. Pueden apoyarse haciendo dibujos de los sonidos a la hora que los ordenen. Para terminar con fuerza nuestras postales, pensemos en una frase con la que las podamos terminar. Ahora sí, ya que tengan sus listas de sonidos, salen a grabarlos.

Aquí te compartimos un ejemplo que trabajaron algunas compañeras durante un taller de creatividad radiofónica:

Postal 1: *Sonido “mujeres haciendo tortillas a mano” y le añadimos la consigna “el papel que desempeñan las mujeres en las organizaciones es muy importante, elaborando tortillas a mano y con semillas naturales”.*



Postal 2: *Sonido “pollitos” y añadimos la consigna “conservamos nuestros animales y los alimentamos con maíz criollo”.*

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

PRODUCCIÓN DE CANCIONES

35



Una manera efectiva y divertida de llevar mensajes y contar historias es a través de las canciones. Pongámosle ritmo y voz a nuestra información, y veremos cómo nuestro público le pone más atención a nuestros mensajes. Y, ¿qué hacemos si no encontramos una canción que se refiera al tema de nuestro programa? Pues ¡hazla tú! O,

si no tocas ni la guitarra, ni el tambor, ni el salero, agarra la música de una canción que te guste, y cámbiale la letra. Aquí te mostramos un ejemplo.

Unas compañeras comunicadoras de Guatemala, agarraron la música de la canción “Cielito lindo” y le pusieron su propia letra. Mira como quedó:

Letra Original

De la sierra morena,
Cielito lindo,
vienen bajando
un par de ojitos negros,
Cielito lindo, de contrabando.

Ay, ay, ay, ay canta y no llores
porque cantando se alegran
Cielito lindo, los corazones.

Ese lunar que tienes
Cielito lindo, junto a la boca
no se lo des a nadie
Cielito lindo, que a mí me toca.

Ay, ay, ay, ay canta y no llores
porque cantando se alegran
Cielito lindo, los corazones.

Letra Inventada

De la sierra morena,
Cielito lindo,
vienen bajando
mujeres organizadas,
alzando voces para ser escuchadas.

Ay, ay, ay, ay, habla y no calles
porque hablando conseguiremos ese gran
cambio.

Si las mujeres unimos fuerzas
conseguiremos ser respetadas
no importaría el color ni la raza
de nuestra patria.

Ay, ay, ay, ay habla y no calles
porque hablando conseguiremos ese gran
cambio.



Seguramente habrá una o más canciones que estén muy de moda últimamente, ¡tal vez hasta la tengas en el tono de tu celular! Recordemos cuáles son estas canciones que están sonando mucho últimamente porque vamos a trabajar con ellas en esta actividad.

Objetivo: Apropiarnos de canciones populares adecuando la temática a asuntos de nuestro interés.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas).

Metodología: Trabajo en grupo y/o individual.

Indicaciones: Platiquen sobre cuáles son las canciones que se están muy de moda en este momento, y seleccionen una para trabajar con ella y ¡cambiarle la letra! Vamos a pensar en algún tema importante para las mujeres que nos estarán escuchando, y usémoslo para la letra de nuestra canción. Pueden ver el ejemplo de la página anterior para inspirarse y tener una idea de cómo le hicieron unas compañeras. Hagan la letra de la canción, ensayen y luego grábenla cuantas veces sea necesario. Lo importante es que ustedes queden satisfechas con el resultado, y que quien escuche su canción, sepa que usaron la canción “de moda” para llevar un mensaje diferente.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



Es probable que cuando escuchamos la palabra “poesía” pensemos en hombres ricos, “cultos” y blancos escribiendo versos que pocos y pocas entendemos. A veces, la gente cree que hay que ser “muy culto o culta” o haber estudiado mucho para entender la poesía.

Pero, como la radio, la poesía debe ser para todos y todas. La poesía es una manera de levantar nuestra voz, animar las luchas por la justicia, rescatar nuestra dignidad y construir el mundo en el que queremos vivir. La verdadera poesía del pueblo es aquella que cuenta nuestras propias historias, que habla desde nuestras experiencias y que lo hace en un lenguaje popular. Es un instrumento de creatividad y expresión, pero sobre todo, es una herramienta de liberación y resistencia que

da voz a nuestro yo interno que quiere contar cómo vivo, por qué vivo y para qué lucho.

Esperanza Palma, una mujer comunicadora de Oaxaca, escribió:

“Yo lucho por mi comunidad
Para que dejemos de ser
como las velas del altar,
que dan luz y van muriendo.
Sino que seamos como
estrellas,
brillantes en el cielo.”

Así como los medios comunitarios son una herramienta para la autodeterminación de nuestros pueblos, la poesía también lo es. Con ella podemos hablar de lo que nos ha sucedido, de lo que queremos que nos suceda, de nuestros sueños, de cómo nos sentimos en el lugar donde nos encontramos y nuestra forma de vivirnos en él.

PRODUCCIÓN DE POEMAS

Los pueblos latinoamericanos tenemos una rica historia de expresión a través de la poesía, y no sólo de la “romántica” que aunque es bonita, sólo explica una parte de nuestros sentimientos. Grandes hombres y mujeres poetas nos han hablado de nuestra historia, de la situación política, de las luchas y sobre todo de los sueños y la esperanza que viven nuestros pueblos.

¿Y cómo hacemos poesía?

Si dejas que tu corazón hable,

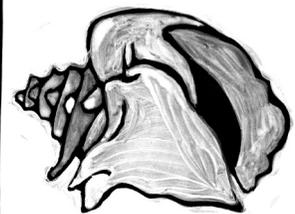
que salgan tus sentimientos, tus experiencias, y les buscas palabras que nos pinten una imagen, estarás dando los primeros pasos. En la poesía principalmente se usa “la metáfora”, una metáfora es usar diferentes palabras o frases para decir algo, por ejemplo “Soy mujer... viento”. Al decir que soy mujer viento, estoy queriendo decir que cómo el viento, soy una mujer libre y que siempre está en movimiento. Con este recurso sencillo estarás lista para empezar tus propias poesías, grabarlas y sacarlas al aire.

“Poner palabras en los sentimientos y los actos no es un ejercicio sencillo, nos obliga a estar muy cerca de nosotras mismas, a aceptar nuestros límites, buscar con paciencia las palabras y la honestidad como forma de vida para poder decir quién soy y qué quiero para que la otra, y la otra, y la otra diga lo mismo y juntas nos movamos con esos deseos, que son proyectos, que son revoluciones diarias en las vidas y los pueblos.”

Melissa Condesa, poeta hondureña

Aquí te presentamos extractos de algunos poemas:

“Soy la mujer libre
Que está debajo del agua
Porque soy la mujer sabia en medicina
Porque soy la mujer yerbera
Porque soy la mujer de la brisa
Porque soy la mujer del rocío
Vengo con mis trece chuparrosas
Soy mujer que mira hacia adentro...”
María Sabina (México)



Como Paloma

“Ahora que vuelo como paloma,
como mariposa,
por encima de bosques, volcanes y mares,
así quiero que volara mi pueblo con libertad,
como vuelan el águila y el quetzal,
para saborear el polen de nuestras tierras,
las riquezas de nuestros antepasados...”

Calixta Gabriel Xiquín (Guatemala)

SOY...

“Soy un pensamiento que recorre
el mundo entero.
Soy la ilusión que llega al desánimo.
Soy la mujer libre y libertadora
a la opresión.
Soy como el agua que apaga el fuego.
Soy una mujer que siembra
semillas fértiles y fecundas.
Soy campesina.”

Elvira de Jesús Corado Enríquez (Guatemala)

Ahora, ¡animémonos! A continuación te presentamos algunos ejercicios con pautas que pueden servirte para hablar las verdades, tus verdades, desde el corazón.





Ahora si llegó el momento de poner a la práctica la metáfora y escribir nuestra propia poesía.

Objetivo: Expresarnos de la forma como queramos, poniendo en práctica la metáfora. No importa la ortografía, la redacción, si rima o no, lo importante es jugar con las palabras.

Material necesario: Papel, lápiz y equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas).

Metodología: Trabajo individual.

Indicaciones: Vamos a escribir un poema que celebre nuestra lucha en contra de la opresión. Para ayudarnos, vamos a empezar nuestro poema con la siguiente frase:

“Yo lucho para...”

Tú deberás completar la frase y seguir escribiendo hasta que sientas que tus palabras reflejan tu sentir sobre la lucha en contra de la opresión. Cuando termines de escribir tu poema, compártelo con tu grupo y luego grábalo para usarlo en la radio o tu programa.

Nota Metodológica: Pueden ir cambiando la frase de inicio de los poemas para ayudarlas a inspirarse y empezar sus poemas. Por ejemplo, usar “Soy Mujer...”, “Yo Sueño...”, “Yo sueño para mi comunidad...”, “Yo Sueño para las mujeres...”, “Yo Vengo de ...”.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

MUJERES DE PALABRAS

ACTIVIDAD

PRODUCCIÓN DE POEMAS



Desde tiempos antiguos las mujeres hemos tejido las palabras para hacer poemas que explican la vida y lo que sentimos como mujeres. En este ejercicio leeremos algunos poemas y los grabaremos con nuestras voces.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas). Opcional: Libro *El sonar de las mujeres de la tierra y el mar*.

Nota: Esta publicación recopila poemas escritos por comunicadoras mesoamericanas durante el proceso de capacitación: “Comunicación Popular, Radio Comunitaria y Género” impulsado por COMPPA y nuestras organizaciones hermanas. ¡Pueden contactarnos para conseguirlo!

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Busquen poemas de algunas poetas de la región, y si tienen acceso al libro *El sonar de las mujeres de la tierra y el mar*, ahí podrán encontrar varios poemas escritos por mujeres comunicadoras. Platiquen cuáles les gustan más y seleccionen por lo menos dos. Ensayen su lectura en voz alta hasta que sientan que les sale bien. Los graban y buscan pasarlo al aire en la radio de su comunidad o la de la comunidad más cercana.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



El uso de las historias dramatizadas en la radio es una herramienta muy poderosa ya que muchas veces el mensaje que nos presentan es más fácil de captar y entender. Seguro que más de una de ustedes ha escuchado alguna vez una radionovela o un socio drama por la radio y no nos dejará mentir con nuestra definición. Un socio drama es una breve representación de las cosas que pasan en la vida diaria de nuestras comunidades o barrios. Aunque en realidad no sólo repiten lo que se vive, sino que lo presentan mezclando los hechos reales con la imaginación y la creatividad.

Hay distintas formas como podemos presentar nuestras historias dramatizadas. Podemos escoger hacer una historia corta de, por ejemplo, cinco minutos, y pasarla al aire. O, podemos hacer una historia en dos, o tres, o 4 cuatro partes, y pasarlas al aire un día sí y un día no, o una vez por semana, o como se nos ocurra; lo importante aquí es mantener a nuestro público intrigado y con ganas de escuchar el siguiente capítulo de la historia.

Para aprender a hacer historias dramatizadas para la radio, es importante que primero conozcamos sus tres elementos principales:

EL TEMA: Es la idea central, el contenido de la historia. En un sociodrama debe haber un tema, sólo uno, y lo importante es que sea popular. Pero, ¿cómo podemos saber si un tema es popular o no? Pues, debe de partir de las experiencias de la vida de la gente y debe favorecer los intereses del pueblo.

PRODUCCIÓN DE HISTORIAS DRAMATIZADAS

LA HISTORIA: Es el argumento, el desarrollo de los hechos, la secuencia de las acciones. Es importante que lo que pasa en la historia sean acciones, no sólo diálogos.

María: ¡Hola Juana!

Juana: ¡Hola! ¿Supiste que a Jorge lo detuvieron ayer?

María: ¡No me digas! Pues, ¿qué pasó?

Juana: Que lo despidieron de la fábrica hace dos meses y desde entonces que no encuentra trabajo, y a falta de comida, lo agarraron robando un pan en el mercado.

Esto fue un claro ejemplo de un diálogo, aquí no hubo acción, no pasó nada. Si el tema del socio drama es el desempleo y sus consecuencias, tiene que verse a Jorge cuando lo despiden de la fábrica, cuando se roba el pan y cuando lo detiene la policía.

Pero no solo por contar acciones estamos contando una historia, debe de tener **acción dramática**. Para que haya acción dramática, la historia debe tener un **conflicto**. Estos conflictos no siempre tienen que ser trágicos, pueden ser también cómicos. Lo importante es que se arme un lío entre los y las personajes de la historia.

Para hacer una historia dramática nosotras recomendamos presentar el conflicto en tres partes:

Presentación del conflicto: En este primer momento debemos captar lo más rápidamente posible la atención de nuestro público. Por eso, debemos presentar pronto el conflicto y las o los personajes que van a vivirlo. Regresando al ejemplo antes mencionado, la presentación del conflicto sería ver a Jorge, un hombre de clase baja, que es despedido de la fábrica donde trabaja.

Enredo del conflicto: Una vez que presentamos el conflicto, ahora hay que ir complicando las cosas, apretando la cuerda y sometiendo a los personajes a distintas crisis. El enredo del conflicto suele ser representado como un intento fallido de la o el personaje principal por alcanzar su deseo. En el mismo ejemplo, podemos ver cómo Jorge, en un intento por solucionar su problema (no contar con un trabajo remunerado para poder alimentar a su familia), se ve obligado a robar un pan en el mercado, pero es sorprendido por la policía.

Desenlace del conflicto: Aquí llegamos al punto culminante de nuestra historia. El desenlace debe ser una consecuencia del enredo que hemos inventado. Pero no confundamos *desenlace* con *final feliz*, nuestra historia puede terminar en fiesta o en desastre. ¿Cómo imaginas que podría terminar la historia de Jorge?

PRODUCCIÓN DE HISTORIAS DRAMATIZADAS

LOS PERSONAJES: El conflicto de una historia es vivido por unos personajes que se disfrazan, se ponen nombres falsos e interpretan caracteres que pueden ser muy distintos a los de la persona que lo representa.

Lo más importante que debemos tener en cuenta cuando pensemos en las y los personajes de nuestra historia es el contraste. Deben de estar diferenciados, contrapuestos y contrastados.

Comúnmente se define a la o el protagonista como personaje principal de una obra, que suele coincidir con *el bueno o la buena de la película*. Y, si hay un buen@s, debe haber un malo o mala, o sea la o el *antagonista*, su rival. Si uno o una dice blanco, el otro o la otra dirá negro. Si tod@s dicen lo mismo y están de acuerdo en todo, se acabó el drama.

En la historia de Jorge, podemos decir que él es el protagonista, y los antagonistas podrían ser el patrón que lo despidió o el policía que lo sorprendió robando.

El principal reto a la hora de construir nuestros personajes será lograr que el público ame a unos y odie a los otros. ¿Ustedes del lado de quién estarían?, ¿del lado de Jorge?, ¿o con el patrón o el policía?

Esta es la “receta” que mucha gente utiliza para hacer historias dramatizadas. Pero también sabemos que hay otras formas de presentar historias que no tienen que ver con recetas, sino que tienen que ver más con la imaginación y la creatividad. ¡Ustedes decidan cómo quieren contar su historia y su mensaje!

Pasos para crear una historia dramatizada:



Partir de un hecho.



Ubicar el mensaje o el conflicto.



Definir a l@s personajes.



Construir la historia.



Armar el guión.



Organizar el trabajo de producción.



Grabar el guión.



Editar.



¡Pasarlo al aire!

EJERCICIOS DE EXPRESIÓN CORPORAL

ACTIVIDAD

PRODUCCIÓN DE HISTORIAS DRAMATIZADAS

Objetivo: Desmecanizar nuestras voces, soltarnos y hacer ejercicios para dramatizar situaciones de la vida diaria usando sólo la voz.

Material necesario: Tu voz.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Primero, vamos a caminar de distintas maneras y tratar de hacerle como:

- Viejita con bastón.
- Mujer embarazada.
- Escondiéndonos.
- Pateando piedras.
- De frente al viento.
- Cruzando el desierto sin agua.
- Cargando un saco de papas pesadísimo.
- Perseguida por un perro.

Después, por grupos, se reparten papelitos con pequeñas dramatizaciones (como las que te presentamos más adelante). Tienen cinco minutos para prepararlas y dramatizarlas, pero sólo pueden usar la voz (presentarlas tras una tela o voltearnos al resto de compañeras para que no nos puedan ver).

Ejemplos:

- Nacimiento de un bebé.
- Mercado en un domingo.
- Un perro nos ataca.
- Nos comunican que una gran amiga se enfermó.
- Acabamos de ganar una rifa.

Reflexión final: A pesar de que en la radio nadie nos va a ver, si que se nos va a escuchar, y el tono de nuestra voz puede transmitir todo tipo de emociones, casi como si nos estuvieran viendo. Estos ejercicios nos ayudan a soltarnos y a que, aunque no estemos actuando frente a un público, y sí lo estemos haciendo frente a un micrófono, de todas maneras nos soltemos y nos metamos en nuestro papel.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



La radio es magia. Con un poco de ingenio, podemos entrevistar a un zapato y que nos cuente sus aventuras callejeras. Podemos pedir declaración a un tomate y que nos explique por qué los intermediarios lo ponen tan caro.

Podemos viajar por el interior del cuerpo humano persiguiendo a microbios malvados. Todo puede hablar por radio. Todo puede ser “personificado”.

Objetivo: Poner en práctica nuestra creatividad y darle vida a objetos que no la tienen.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas).

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Vamos a representar un mercado. Pero esta vez, los y las protagonistas no van a ser los y las vendedoras, ni la gente que va a comprar. Los y las protagonistas van a ser los alimentos que se encuentran en un mercado: los tomates, las papas, los pollos, los huevos, las manzanas y guineos. ¿De qué hablan estos personajes?, ¿cuál es el conflicto? ¡Pues el aumento de su precio! Están indignados e indignadas porque la gente ya no los compra, pues están muy caros. Entonces hacen propuestas, dan ideas, sueñan y buscan las causas de tanta injusticia.

Utilicen los **formatos para guión de una historia dramatizada** que vienen a continuación, antes de empezar a grabar.

Habrá que ensayar varias veces para que todas conozcan su papel y lo interioricen. Y cuándo ya tengan la historia, ¡a grabar sin pena!

TODO HABLA POR LA RADIO

ACTIVIDAD

PRODUCCIÓN DE HISTORIAS DRAMATIZADAS

Consejos:

¿Cómo hacer una buena personificación? Desfigurando un poco la voz. El actor o la actriz deben imaginarse cómo hablaría un tomate si pudiera hablar. Un guineo, por ejemplo, tendrá una voz aguda e infantil, y un coco tendrá voz grave, quizás con eco. Hay que tener cuidado de no subir a tonos muy agudos, de falsete, que no se entiendan.

La naturaleza no es pedante. Ninguna de sus criaturas utilizará un lenguaje rebuscado para hablar. Mientras más sencillas sean las palabras que utilicen los objetos personificados, más creíbles serán.

Hay que pensar que la audiencia sólo nos oye, así que tenemos que dejar claro de alguna manera qué alimento representa cada quien. Por ejemplo, si la papa se dirige al tomate, le puede preguntar: “¿Y usted, señor Tomate, cuánto cuesta?”.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

FORMATO: DEFINIENDO NUESTRA HISTORIA DRAMATIZADA

Tema: _____

Título: _____

Resumen:

Objetivos:

PERSONAJES

Nombre	Papel en la historia	¿Cómo es?

TODO HABLA POR LA RADIO

PARA FOTOCOPIAR O CALCAR

FORMATO: DESARROLLANDO EL MENSAJE DE NUESTRA HISTORIA DRAMATIZADA

Título: _____

Tema: _____

¿Qué pasa? _____

¿Dónde? _____

¿Quiénes están? _____

Personaje / Narrador	Diálogo	Efectos Sonoros	Música

FORMATO: LOS CAPÍTULO DE NUESTRA HISTORIA DRAMATIZADA

CAPÍTULOS

Núm. 1	Título:		
	Trama	Efectos sonoros	Música
	Introducción:		
	Nudo:		
	Desenlace:		
Núm. 2	Título:		
	Trama	Efectos sonoros	Música
	Introducción:		
	Nudo:		
	Desenlace:		
Núm. 3	Título:		
	Trama	Efectos sonoros	Música
	Introducción:		
	Nudo:		
	Desenlace:		



¿Alguna vez viste o escuchaste la campaña de un político? Meten publicidad por todos lados: en la tele, en la radio, en anuncios panorámicos, en paredes de la ciudad, en calcomanías que pegan por todos lados, en vasos, camisetas y gorras que nos regalan cuando vienen a hacer campaña a nuestra comunidad, ¡sólo falta que la metan en el papel de baño! Sea verdad o sea mentira, los políticos utilizan cualquier estrategia promocional con tal de ganar poder. Generalmente, las campañas son así, un “bombardeo” constante para promocionar una idea. Repiten y repiten consignas buscando que el público obedezca a ellas.

Ahora, nosotras como comunicadoras populares no

queremos clientes ni buscamos votos. Nuestra tarea es crear reflexión, y para ello nuestras campañas deben ser educativas y movilizadoras. En nuestras radios comunitarias queremos que la gente piense con su propia cabeza de forma crítica, que se convenzan y exijan sus derechos.

Entonces, para hacer una buena campaña radiofónica, podemos seguir estos pasos:

Identificar el tema: Lo primero que debemos hacer es identificar qué queremos abordar o qué problema queremos resolver. Por ejemplo, en el centro de salud de la comunidad no hay nadie que proporcione información acerca de la anticoncepción para mujeres. Este podría ser el tema o problema que abarque la

campana. ¿Qué queremos lograr? ¡pues que la situación cambie!, que haya más conocimiento sobre los derechos sexuales y reproductivos.

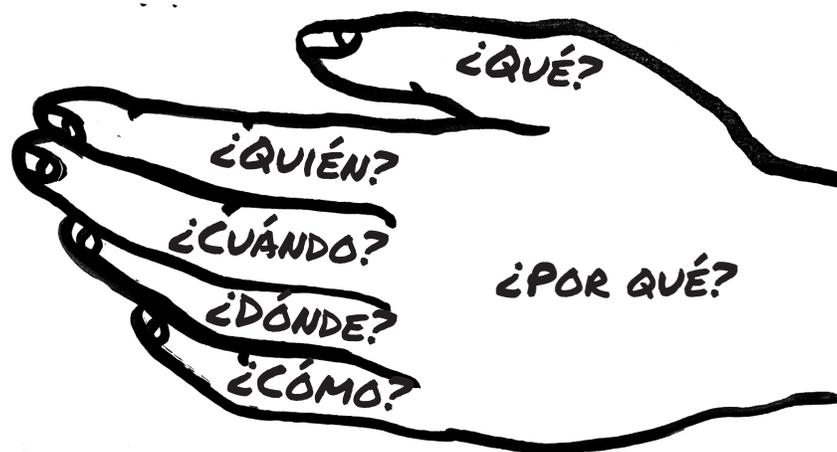
Una campaña tiene que abordar problemas que tengan solución, y como lo único que no tiene remedio es la muerte, ¡podemos hacer campaña para prácticamente cualquier cosa! A grandes problemas, grandes soluciones.

Investigar el problema: ¿Por qué no hay más información acerca de la anticoncepción?, ¿es un tema tabú?, ¿la salud de las mujeres y l@s jóvenes no es una prioridad?, ¿no hay personas capacitadas para dar información sobre el tema? Las causas pueden ser varias, y es importante que las conozcamos para dar con verdaderas soluciones, sino vamos a estar dando palos a ciegas.

Definir el público: ¿A quienes afecta el problema?, ¿quiénes son l@s responsables del mismo?, ¿a quienes vamos a dirigir nuestra campaña? Porque no sirve una campaña para todo el mundo. Por ejemplo, en una campaña de concientización sobre la anticoncepción para mujeres, nuestro público serían mujeres en edad reproductiva.

Producir la campaña: Ahora solo falta definir de entre los formatos de producción radiofónica que ya conocemos, cuáles vamos a usar (cuñas, programas, noticiero, postal sonora, etc.).

¡Pasarla al aire! Hay que pensar cuánto tiempo va a durar nuestra campaña y la frecuencia con que cada una de las producciones que hicimos aparecerán en la programación de nuestra radio. Una vez definido esto, ahora sí, ¡a pasarla al aire!



¿Qué es? Es el relato de un hecho o acontecimiento que ocurrió, ocurre en este momento o está por suceder.

¿Para qué sirve? Sobre todo sirve para informar sobre algo, pero también puede servir para convocar, por ejemplo, a una reunión; o para animar, por ejemplo cuando se trata de un gran logro; o para organizar, por ejemplo, si estamos hablando de una movilización de mujeres.

Pero, recordemos también que es importante hacer notar que un hecho en particular puede ser distinto para un hombre que para una mujer. Ya hemos visto que las mujeres tenemos una condición tanto social, como física y cultural diferente a la de los hombres, por ello debemos poner atención a las particularidades. Para eso, debemos responder a las “preguntas de género”:

¿Cómo se hace? La mano de la noticia

¿Qué? ¿Qué es lo que pasó o está pasando?

¿Quién o quiénes? ¿A quién le sucedió la cosa?, ¿quién es la víctima?, ¿quién provocó la cosa? Puede haber muchos quiénes, pero tenemos que priorizar en la redacción por orden de importancia.

¿Cuándo? Ser precisas. Poner hora y fecha en que ocurrió, si lo sabemos.

¿Dónde? Detallemos dónde pasó el o los hechos.

¿Cómo? Aquí se dan detalles de cómo sucedió el hecho.

¿Por qué? Esta es una pregunta muy importante, que los medios comerciales muchas veces no contestan. Aquí presentamos la información de contexto, las razones que motivaron un acontecimiento.

- ¿Cómo afecta este hecho a hombres y mujeres?
- ¿Dónde estaban los hombres mientras a las mujeres les pasaba esto?
- ¿Dónde estaban las mujeres mientras a los hombres les pasaba esto?
- ¿Qué aportaron los hombres para que esto fuera posible?
- ¿Qué aportaron las mujeres para que esto fuera posible?

Habrás veces en que será difícil responder a todas las preguntas, pero te invitamos a que hagas el ejercicio. En muchas de las noticias que redactes te darás cuenta de las grandes diferencias que existen en la manera de ser afectados o afectadas por un mismo hecho.

Ahora ya tenemos toda la información correspondiente a

un acontecimiento, pero, ¿cómo la ordenamos? Es como si tuviéramos todos los ingredientes de un pastel, pero necesitamos la receta para saber qué va antes y qué va después. Para eso puede ser útil tener en cuenta algunas consideraciones que nos ayuden a darle estructura y orden a nuestra información. Para ello, podemos pensar en un cuerpo humano.



(SOMBRERO) EL TÍTULO: Una frase corta y llamativa, que resuma lo más importante de la información. Tiene que ser vistoso pues es lo primero que se ve y llamar la atención para que se siga leyendo el resto de la noticia.

(CABEZA) ENCABEZADO O ENTRADA: Aquí se responden cuatro de las seis preguntas básicas: qué, cuándo, dónde y quién. Mucha gente no pasa de leer el encabezado de la noticia, así que es importante que veamos si sólo leyendo esta parte se entiende la información más importante de la noticia.

(TRONCO) EL CUERPO: Aquí damos respuesta a preguntas que requieren de más explicación como el ¿cómo? el ¿por qué? Es más extenso que la cabeza.

(LOS ZAPATOS) CIERRE O CONCLUSIÓN: Es una frase que concluya o resuma toda la información, o un llamado a la acción para motivar y movilizar a la gente.

FUENTES DE INFORMACIÓN

40

Aquí te presentamos algunos lugares de donde podrás sacar información para redactar tus noticias:

Personas de nuestra comunidad: Por medio de entrevistas en vivo, grabadas o escritas, podemos encontrar mucha información muy interesante.

Hay que recordar que podemos hacer diferentes preguntas para profundizar, es decir, para que la persona nos cuente más detalles.

Preguntas de aclaración: ¿Qué pasa? Sirven para tener más información sobre el asunto que se está tratando.

Preguntas de análisis: ¿Por qué pasa eso? Para comprender mejor la situación y las causas de la misma.

Preguntas de acción: ¿Qué han hecho frente a eso? Sirven para conocer qué han hecho o qué van a hacer las personas frente a los hechos analizados.



Periódicos:

Algunos periódicos y revistas pueden tener información que sirva para nuestro programa. Hay que recordar de hacer una reflexión y entender las notas, ya que muchas veces no presentan la información completa, o solo desde el punto de vista de los dueños de los medios.

Las organizaciones:

Podemos utilizar folletos, boletines, comunicados, periódicos o publicaciones de organizaciones populares. También podemos entrevistar a las personas y guardar la grabación o pasarla inmediatamente al aire.



El internet:

Aunque en nuestra comunidad no tengamos internet, podemos buscar entrar al internet por lo menos una vez al mes para buscar información. También podemos pedir el favor a alguien que vaya a donde hay internet, y que nos imprima o guarde en una memoria USB información del tema que estamos buscando.

Algunas páginas de internet interesantes son:

- <http://www.lacuerdaguatemala.org>
- <http://www.cimacnoticias.com>
- <http://www.artemisanoticias.com.ar>
- <http://www.femiteca.com>
- <http://movimientos.org>
- <http://www.adital.com.br>
- <http://radioscomunitarias.info>

¿Qué cosas interesantes han pasado en mi comunidad últimamente? Pensemos en ello y luego discutámoslo con nuestras compañeras y hagamos una o un par de noticias que cuenten algunos de los hechos más importantes ocurridos en nuestra comunidad. Recuerda que para hacer una noticia debemos contestar a las seis preguntas básicas, pero, para que nuestra información esté completa también necesitamos contestar las preguntas de género.



Objetivo: Empezar a ejercitar nuestra habilidad de ordenar palabras, frases e ideas y así redactar noticias que cuenten lo que acontece en nuestras comunidades.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas), cuaderno de trabajo y lápiz para escribir.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Vamos a hacer una noticia que tenga que ver con algún tema de importancia para la comunidad, recordando contestar a las seis preguntas básicas, así como las preguntas de género.

Dedica tiempo a recolectar toda la información que necesites, pensando bien en cuáles serán tus fuentes de información. Una vez definidas tus fuentes, ahora sí, entrevista a las personas relacionadas con el tema, investiga los antecedentes y el contexto. Una vez que hayas reunido toda la información, ¡es el momento de redactar la noticia! Puedes hacerlo rellenando el formato de la página siguiente.

Ahora sí, ya que tenemos redactada nuestra noticia, ¡utilicemos nuestra grabadora para grabarla!

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

REPORTERAS COMUNITARIAS

PARA FOTOCOPIAR O CALCAR

Sombrero o título

Cabeza o entrada

Tronco o desarrollo

Zapatos o cierre



Queremos incluir unas palabras sobre la práctica de generar información noticiosa desde un ángulo diverso, incluyente y respetuoso. Como comunicadoras nuestra labor principal será la de manejar las palabras, presentar ideas,

imágenes y narraciones acerca de la realidad que vivimos. En todo momento debemos de estar atentas en cómo es que presentamos nuestra información para no caer en estereotipos y seguir alimentado un sistema patriarcal.

Es imposible escribir una nota, una crónica, un reportaje, e incluso, una entrevista, sin imprimirle un sello personal. Los hechos no pueden trasplantarse al papel; pasan, en cambio, por un proceso de selección, ordenamiento y, en muchos casos, de franca interpretación.

El ABC de un Periodismo no Sexista. "Espacio para la igualdad"
Norma Valle, Bertha Hiriart y Ana María Amado

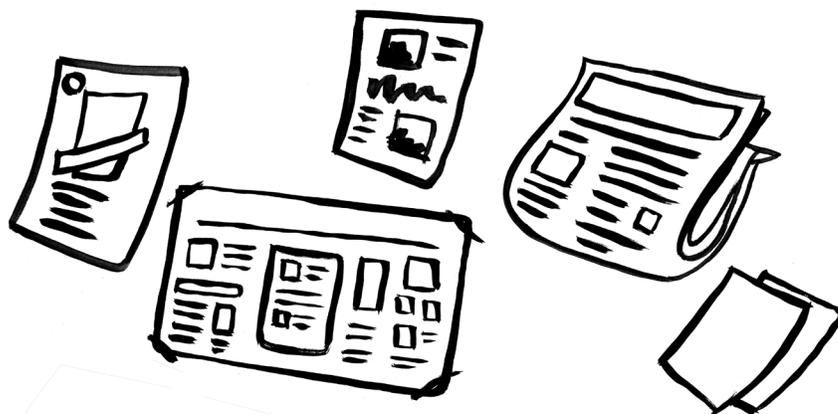
Aquí te presentamos algunas recomendaciones para que las tengas en cuenta a la hora de hacer tu trabajo de comunicación:

- Recuerda ver fuera de los lugares comunes, como las instituciones oficiales donde generalmente serán los hombres quienes ocupen los puestos más altos, y buscar aquellos espacios en donde las mujeres están jugando papeles importantes y están participando plenamente.
- Usar una variedad de voces, y no solamente la "voz oficial". Nuestra labor será buscar a las personas que nos puedan hablar desde sus experiencias y quienes se ven afectadas directamente.

PERIODISMO NO SEXISTA

- Tanto al hablar de hombres como de mujeres, usar los adjetivos de manera que nos ayuden a entender mejor la información y aporten al contenido de la noticia, no solo para adornar, o resaltar el aspecto físico, o los gustos y aficiones.
- Si no es relevante a la noticia, evitar usar el parentesco de la persona (esposa, viuda, hija, amiga, amante, etcétera).
- Si usamos imágenes, debemos ser coherentes y no usar ilustraciones que desvíen la atención o no aporten a la información que estamos tratando.
- En casos de violencia hacia la mujer, recordar que los malos tratos no son “hechos pasionales” sino que son delitos; la violencia contra la mujer es un problema social, no un asunto privado ni individual; la violencia contra la mujer está basada en la desigualdad de género.
- Usar voces tanto de hombres como de mujeres, niños y niñas, que hacen notar la presencia de los dos sexos en roles distintos y no sólo los comunes o estereotipados.
- Usar intencionalmente la presencia y voces de mujeres como tomadoras de decisiones.
- Que hombres y mujeres aparezcan indistintamente al presentar diferentes profesiones y oficios, sin encasillar a un sexo y otro en alguna profesión particular. Sólo hombres médicos o profesores, por ejemplo, y la mujer cuidando los hijos en casa o como maestra.
- Presentar la diversidad de edades, condición social, origen, y apariencia física de las mujeres, sin usar imágenes estereotípicas o “idealizadas”.
- Tener cuidado al usar el cuerpo humano como mero objeto sexual o erótico para hablar o promocionar un tema que no tiene nada que ver con el cuerpo o la sexualidad.
- Cuidar de no presentar el trabajo doméstico o el cuidado de los niños y niñas como una tarea exclusiva de las mujeres. Cuidado de no presentarlo de forma burlesca, o de forma que desvalore el trabajo que las amas de casa realizan en el hogar.

EN BÚSQUEDA DE PUBLICACIONES ALTERNATIVAS



Objetivo: Conocer las diferentes publicaciones y periodismo alternativo que están construyendo mujeres de la región.

Material necesario: Revistas y periódicos.

Metodología: Individual o en grupo.

Indicaciones: Identifica algunas publicaciones alternativas de mujeres que se publiquen en tu país, región, ciudad. Responde, de modo individual o en grupo, las siguientes preguntas guía:

1. ¿En qué se diferencian estas publicaciones de las publicaciones más comunes de información general?

2. ¿En qué se diferencian de las publicaciones "para mujeres", más comerciales?

EN BÚSQUEDA DE PUBLICACIONES ALTERNATIVAS

ACTIVIDAD

PERIODISMO NO SEXISTA

3. ¿Qué organizaciones generan en la actualidad productos alternativos? ¿Ecologistas, feministas, religiosas, políticas, campesinas, etc.?

4. ¿Cuáles de ellas crees que estén más relacionadas con tu comunidad o público?

Si en un principio no conoces publicaciones alternativas elaboradas por grupos de mujeres, puedes consultar con alguna compañera integrante de alguna organización de mujeres o de defensa de los derechos humanos de las mujeres. Otra forma es hacer una búsqueda a través de internet, con las palabras periodismo de género, periodismo no sexista, o comunicación de género.

Nota: Esta actividad fue adaptada del libro *El ABC de un Periodismo no Sexista*.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



Objetivo: Practicar una lectura crítica e ir detectando falta de información y uso de estereotipos. Practicar la elaboración de notas no-sexistas.

Material necesario: Nota escrita en un papelógrafo si se trabajará en grupo.

Metodología: Individual o en grupo.

Indicaciones: Lean la nota que incluimos y hagan el ejercicio de ver desde qué ángulo o punto de vista se ha escrito. Luego reflexionen de qué manera se podría complementar, qué ausencias tiene, qué otra información ayudaría a entender mejor la situación y de qué manera podríamos volver a hacer la nota para que esté escrita desde una visión de género.

- ¿Qué título le pondrías?
- ¿Qué tipo de información crees que ayudaría a entender mejor la situación de la nota?
- ¿Quiénes te podrían dar esta información?

Golpeó a una mujer para robarle En la zona centro

Nota publicada el 27 de Noviembre de 2013

por *Damián Fuentes*

Sin importarle la presencia de policías, un sujeto asaltó con violencia a una mujer en la Zona Centro luego de tirarla y golpearla en el suelo la mañana de ayer.

De acuerdo a información oficial, a las 6:25 horas se reportó que en la calle Miramar entre Segunda y Tercera un individuo agredía a una mujer, por lo que policías se dirigieron a atender el hecho.

Ya en el sitio, los policías vieron que el reportado golpeaba a una mujer, y éste, al darse cuenta de la presencia de las autoridades, subió a un vehículo marca Mitsubishi, con placas BGE-4379, para después darse a la fuga.

Enseguida se inició una

persecución hasta que fue capturado quien dijo llamarse José Joaquín Rascón Osuna de 32 años sobre la calle Obregón entre las calles Once y Doce.

Dicho sujeto fue señalado por la afectada como la persona que minutos antes la tiró al suelo jalándola del cabello y para luego golpearla en diferentes partes del cuerpo.

El sujeto después aprovechó y le quitó un estuche con 250.00 pesos, ropa, cosméticos y una plancha para el cabello, aunque ya había visto que llegaron los policías.

Por lo anterior descrito, la afectada solicitó acción legal en contra de Rascón Osuna, por lo que este último fue consignado ante las autoridades correspondientes.

Reflexión final: Hay varias maneras en que podemos trabajar una nota. La noticia que te presentamos hace una sencilla narración de los hechos, aunque también se podría aprovechar el espacio y el ejemplo de la situación para abordar el tema de la violencia hacia las mujeres. Dando un poco más de información daríamos mayores elementos para que los lectores y lectoras entiendan el contexto, y las raíces de lo que, de primera lectura, parece ser un acto aislado o de "locura". Recursos como cifras o estadísticas sobre casos parecidos; entrevistas con expertas sobre agresiones a mujeres en espacios públicos, o las mismas sobrevivientes de este tipo de violencia podrían dar un enfoque mucho más profundo a esta nota.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



Cómo bien lo dice ALER* en uno de sus manuales didácticos, “¿sabías que la entrevista es una forma de devolverle al pueblo la palabra que le han robado?” Hay gente que cree que las entrevistas deben de hacerse a personas “importantes” que tengan algo “importante” que decir. Pero, nosotras las comunicadoras populares sabemos que todos tenemos algo importante que decir. La señora que vende en el mercado, los niños y niñas limpiabotas, el pescador o la pescadora, el chofer de bus, ellos y ellas nos hablarán del desempleo, de la subida de la canasta básica, de la explotación, etc. Lo harán con mucha más autenticidad que, por ejemplo, un político que nunca se ha subido a un bus ni nunca ha ido a comprar al mercado.

Así que una de nuestras tareas será llevar nuestros micrófonos y nuestras grabadoras a la comunidad, a nuestro barrio, y entrevistar a aquella gente que tiene tanto que decir. Esta es una forma para que nuestros pueblos empiecen a recuperar nuestra palabra.

¿Para qué sirven las entrevistas?

Para tres cosas fundamentales:

1. Para que el pueblo se exprese.
2. Para conocer más sobre un tema en particular.
3. Para crear opinión pública a favor de los intereses populares.

Una entrevista es una conversación con preguntas y respuestas, un diálogo entre dos personas en donde quien entrevista debe saber hablar bien y saber escuchar mejor.



* ALER: Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica.

LA ENTREVISTA

Las preguntas de una entrevista pueden ser de tres tipos:

1. **De aclaración:** para conocer más o aclarar datos sobre lo que se está hablando.
2. **De análisis:** para comprender y conocer las causas de un problema.
3. **De acción:** para saber qué se va a hacer ante la problemática analizada.

Y, también hay preguntas:

Cerradas: las que se contestan

con “sí” o con “no”. Las preguntas cerradas bien utilizadas sirven para detallar una opinión o para aclarar un dato y, las preguntas abiertas dan espacio a la entrevistada o entrevistado para dar su opinión. En general, se deben hacer sólo preguntas abiertas.

Abiertas: preguntan “por qué”, “cómo”, “qué le parece”.

Estos son los pasos a seguir para preparar una entrevista:



Elegimos el tema que queremos tratar.



Pensamos en quién puede darnos la información que necesitamos o su opinión sobre el tema.



Hacemos una cita con la persona.



Si es necesario, investigamos sobre el tema.



Preparamos las preguntas que vamos a hacer a la persona entrevistada (Podemos usar el formato “Planeando la entrevista”).



Nos aseguramos que tenemos todo el equipo preparado: Grabadora, audífonos, pilas y pilas extras ya cargadas), libreta o formato con preguntas rellenas.

FORMATO: "PLANEANDO LA ENTREVISTA"

Tema: _____

Nombre de la persona entrevistada: _____

PREGUNTAS MÁS IMPORTANTES DE LA ENTREVISTA:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Antes de empezar a grabar la entrevista debemos:

1. Probar el equipo: prender el equipo y grabar algunas palabras para asegurarnos que funciona correctamente.
2. Revisar lo que acabamos de grabar para asegurarnos que se grabó bien.
3. Acercarnos a la persona que vamos a entrevistar, presentarnos, y pedirle permiso para hacerle la entrevista.
4. Prender la grabadora y revisar los niveles de grabación para así encontrar la distancia justa entre la persona entrevistada y la grabadora (para esto podemos hacer cualquier pregunta que no tenga que ver con la entrevista).
5. Cuando estemos listas, ¡podemos empezar la entrevista! Es muy importante de vez en cuando checar que la grabadora esté grabando.

Durante la entrevista debemos:

- Tener claras en la cabeza las preguntas más importantes.
- Hacer preguntas breves y claras.
- Crear un clima de confianza con la entrevistada o entrevistado.
- ¡Escuchar las respuestas!
- Utilizar un lenguaje sencillo y popular.

Para terminar de grabar la entrevista debemos:

- Dar las gracias a la persona entrevistada.
- Dejar de grabar.
- Escuchar lo que acabamos de grabar. En caso de que no se haya grabado la entrevista, le pedimos a la persona si la podemos repetir.

LOS CAMINOS DE LA VIDA

ACTIVIDAD

LA ENTREVISTA



Las mujeres siempre han hecho aportes muy importantes para sus pueblos. En esta actividad vamos a investigar en nuestra propia comunidad y busquemos a mujeres que nos cuenten su historia. Recuerda que todas las mujeres hemos recorrido un camino en el cual hemos vencido obstáculos y aprendido de las experiencias de la vida.

Objetivo: Soltarnos y animarnos a salir a nuestra comunidad a entrevistar y grabar voces de mujeres y sus historias.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas).

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: En grupo platiquen sobre cuáles mujeres de su comunidad podrían entrevistar para que les cuenten de sus vidas. Rellenen el formato “Planeando la entrevista”. Busquen a la compañera y háganle una entrevista breve. ¡Recuerden grabar!

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

NUESTRAS ABUELAS, NUESTRAS ANCESTRAS

ACTIVIDAD

LA ENTREVISTA

La voz de las abuelas y los abuelos es la voz de la historia. A través de su palabra, conocemos el pasado de nuestro pueblo, cómo eran antes las cosas, cómo se vivía en la comunidad. No siempre les damos la palabra, especialmente a las abuelas, por eso parte de nuestra tradición se pierde. A través de la radio podemos darles el espacio para que compartan su historia, nuestra historia, a través de leyendas, mitos, cuentos.



Objetivo: Recuperar y registrar la memoria histórica que guardan nuestras abuelas, para evitar que se pierda.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas) y la palabra de una compañera abuela.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Entre todas vamos a hacer una lista de diferentes abuelas, mujeres ancianas, que conocemos en nuestra comunidad o comunidades vecinas, que nos podrían contar una leyenda, un cuento, una historia. Vamos a elegir al menos a una (si nos animamos, pueden ser varias), concertar cita con ella y pedirle que nos explique una historia tradicional que recuerde. Antes de empezar a explicarla, le pediremos que se presente. Recuerda: es importante hacer prueba de sonido, grabar unos pedacitos de la voz de la compañera anciana para ver cómo se escucha antes de grabar la definitiva.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

TRAS LAS HUELLAS DE LAS MUJERES DE MI ORGANIZACIÓN

ACTIVIDAD

LA ENTREVISTA



Objetivo: Buscar a las mujeres que han participado o participan activamente en la organización o en la comunidad, para que nos cuenten cómo ha sido el camino y la lucha para que las mujeres participen.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas), libreta y lápiz para anotar.

Metodología: Trabajo en grupo. Entrevista y reflexión.

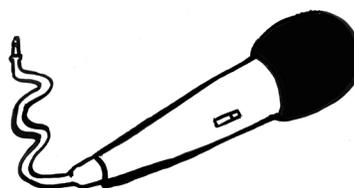
Indicaciones:

1. Entre todas las compañeras del grupo de producción investiguen entre las personas que pertenecen a la organización, o a la comunidad, sobre qué mujeres han participado o participan actualmente en la defensa de los derechos de las mujeres.
2. Rellenen el formato “Planeando la entrevista”. Recuerden que estamos tratando de que nos hable sobre la participación de las mujeres en la organización y/o la lucha de las mujeres en la comunidad
3. Busquen a cada compañera por separado y háganle una entrevista breve. ¡Recuerden grabar!
4. Después de la entrevista hagamos la reflexión sobre las siguientes preguntas:

¿Qué ha cambiado y qué sigue igual después de tanto tiempo?

¿Por qué creen que es importante para las mujeres y para los pueblos recuperar nuestra historia y cuidar nuestra memoria?

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



EL PROGRAMA DE RADIO

43



Ahora que tenemos mucho más conocimiento y práctica sobre la producción de radio, atrevámonos a seguir soñando, pongamos manos a la obra y ¡armemos nuestro propio programa de radio! Un programa de radio de mujeres, en donde hablemos de las cosas que más nos interesan, ¡aquello que siempre has querido gritarle a

los cuatro vientos!

Primero debemos precisar el tema central del programa (¿de qué queremos hablar?), el objetivo (¿por qué queremos hablar de eso?) y el público (¿quiénes queremos que nos escuchen?).

Ejemplos:

Tema Central	Objetivo	Público
Derechos Humanos de las Mujeres	Que cada vez más mujeres conozcan sobre los derechos que gozan.	Mujeres
Defensa del territorio	Concienciar sobre el derecho a la tierra.	Campesin@s

¡OJO! Puede ser peligroso hacer un programa para tod@s y que hable de todo. Bien dice el dicho: “la que mucho abarca, poco aprieta”.

EL PROGRAMA DE RADIO

También es importante que pensemos y nos comprometamos a largo plazo. Producir un sólo programa está bien, pero hacerlo de manera periódica está mejor. Si ya participamos en una radio comunitaria, o si contamos con una radio comunitaria que se ofrezca a transmitir nuestras producciones, pensemos cuál es la frecuencia que tendrá nuestro programa, para que nuestro público sepa “cada cuánto”

podrá sintonizarnos. Podríamos pensar en programas diarios, cada tercer día, o una vez a la semana. Aquí lo importante es que una vez que decidamos la frecuencia de nuestro programa, cumplamos con ella.

Además, debemos pensar cuál es el mejor horario para transmitirlo. Aquí hay que acordarnos de cuál es nuestro público meta, y averiguar a qué hora del día prende la radio.

La estructura del programa.

La estructura de un programa de radio depende principalmente de la duración que éste tenga. Aquí tomaremos el caso de un programa de aproximadamente 30 minutos. Lo primero que tenemos que pensar es que cada programa debe tener un tema, ¡uno solo! Eso sí, a ese tema debemos de darle cuerpo, desarrollarlo, por ejemplo:

Recurso dramático	Saludo	3 min.
	Presentación del tema	
Recurso de opinión	Dramatización	8 min.
	Comentario a la dramatización	5 min.
Recurso musical	Canción	3 min.
	Conectando con la comunidad	6 min.
	Despedida	1 min.
		Duración: 26 min.

EL PROGRAMA DE RADIO

Ahora, veamos una por una las secciones de nuestro programa:

Saludo: El saludo no tiene más chiste que crear un ambiente de confianza, de alegría y que le dé ganas al público a escuchar nuestro programa.

Presentación del tema: Después del saludo, toca presentar el tema central, lo que va a ser el cuerpo del programa. Aquí el reto es ser creativas, pues si en la presentación del tema no logramos enganchar a la audiencia, es probable que cambien de estación o que apaguen la radio.

Recursos dramáticos: Son aquellos que imitan los hechos que nos ocurren en la vida real y que utilizan personajes para representarlos. Podemos usar hechos cómicos o trágicos, siempre y cuando tengan acción. Recuerden las cuñas dramatizadas, y las historias dramatizadas que ya practicaron.

Recursos de opinión: Son aquellos que informan acerca de los hechos que nos ocurren en la vida diaria, analizan los acontecimientos, dan sus puntos de vista y comentan por qué pasa lo que pasa. Las notas y las entrevistas, por ejemplo, que ya hicieron anteriormente.

Recurso musical: Sirve para reforzar el tema central del programa. Por ejemplo, si estamos hablando de la toma de una carretera, podríamos utilizar la canción “No basta rezar” del grupo *Los Guaraguaos* que dice:

“Cuando el pueblo se levante
y que todo haga cambiar
ustedes dirán conmigo
no bastaba con rezar,
ustedes dirán conmigo
no bastaba con rezar.”

Conectando con la comunidad: Se refiere al espacio que dedicamos para conectarnos y dar información relacionada con nuestra comunidad o público, a través de avisos, cartas, saludos, llamadas al aire, etcétera.

Despedida: Debe ser breve, resumiendo el tema visto de tal manera que nos ayude a concluir. Es importante que para cada programa tengamos una despedida diferente, o sea, que vayamos variándola; lo que no debe cambiar es que sea alegre, cálida y que invite a la audiencia a escuchar el próximo programa.

EL PROGRAMA DE RADIO

Pasos para preparar un programa de radio



Reunirnos.



Elegir Tema.



Definir su Estructura.



Escribir Guión.



Elegir Música.



Repartir Tareas.



Ensayar.



Grabaciones.



¡Salir al Aire!

Calendarizando nuestro programa.

Una herramienta que nos va a ayudar mucho para organizarnos es el calendario de temas y actividades. Es como una agenda donde anotamos el tema que vamos a tratar en la semana y cada una de las tareas que tenemos que hacer.

Como lo hemos dicho a lo largo del cuaderno, la preparación y planificación con tiempo será una de las cosas que más nos ayude a hacer mejor nuestro trabajo. Si, por ejemplo, hacen una reunión mensual donde seleccionan los temas que estarán tratando en el mes, podrán estar preparándose con tiempo, en lugar de estar apuradas y preocupadas preparando todo un día antes de que salga el programa al aire.

Te compartimos aquí un formato con ejemplos de cómo calendarizar un programa de radio, como verás es muy sencillo. El siguiente es un ejemplo de un programa infantil con su plan de temas y actividades.

EL PROGRAMA DE RADIO

MARZO	L	M	M	M	J	V	S	D
Semana 1	Tema: Los derechos de las niñas y los niños							
					1	2	3	4
					Buscar derechos: Emilia	Hacer entrevistas c/ niñas: Santos y Melissa	Grabar cuñas: Melissa	
Semana 2	Tema: Nuestros juegos favoritos							
	5	6	7	8	9	10	11	
	Grabar canciones		Hacer lista de juegos	Invitar a niñ@s a que platiquen de los juegos				
Semana 3	Tema: Cuidado del medio ambiente							
	12	13	14	15	16	17	18	
		Grabar postales sonoras		Entrevistar a campesino	Buscar canciones del tema			
Semana 4	Tema: La escuela							
	19	20	21	22	23	24	25	
	Invitar a estudiantes al programa		Grabar canciones	Hacer cuñas del derecho a la educación				

IDENTIFICANDO NUESTRO PROGRAMA

ACTIVIDAD

EL PROGRAMA DE RADIO



Objetivo: Buscar una manera representativa, creativa y llamativa que identifique nuestro programa de radio.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas).

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Vamos a hacer una lluvia de ideas utilizando las siguientes preguntas generadoras :

- ¿Cuáles son las cualidades de nuestro programa?
- ¿Por qué otras compañeras y compañeros van a querer escucharlo? (Por ejemplo, porque trata temas que interesan a las mujeres, porque ponemos música variada hecha por otras compañeras, porque te mantiene informada de problemas que afectan a todas, etc.).

De cada una de esas ideas, vamos a imaginar frases o eslóganes atractivos y que llamen la atención; y también vamos a pensar una canción que podamos usar de fondo, una serie de ritmos o algún sonido hecho con nuestro cuerpo o con otros instrumentos. Además, dentro de nuestra identificación, debemos incluir el día y hora en que se podrá escuchar nuestro programa, así nuestra audiencia nos podrá encontrar.

Ensayamos hasta que esté bien coordinada nuestra identificación, y luego la grabamos.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?

Nota:

Las identificaciones las pasaremos a lo largo de la programación de nuestra radio, no sólo durante nuestro programa de mujeres. Por eso, debemos asegurarnos que las otras compañeras y compañeros de la radio sepan en qué lugar de la computadora está nuestra identificación y así las puedan usar en sus programas.

CALENDARIZANDO NUESTRO PROGRAMA

ACTIVIDAD

EL PROGRAMA DE RADIO

Objetivo: Comenzar a organizarnos para producir nuestro propio programa de radio.

Material necesario: Formato “Plan de temas y actividades para cada programa”, calendario y lapiceros.

Metodología: Trabajo en grupo.

Indicaciones: Hagamos una reunión con nuestro grupo de producción para planificar un mes de nuestro programa de radio. Entre todas hagamos una lluvia de ideas de temas que nos gustaría tratar, y seleccionemos los que nos parezcan más importantes, recuerden que si se acerca un mes con alguna fecha importante, por ejemplo el mes de noviembre, que el día 25 es el día contra la violencia a las mujeres, podremos dedicar nuestro programa a tratar esa temática. Pero de cualquier manera, ustedes son las que eligen sus temas de acuerdo a su público y los objetivos que quieren lograr.

Una vez que tengan elegidos los temas, llenen el “Plan de temas y actividades para cada programa”. Les recomendamos que el formato lo hagan en un papelógrafo grande, y lo coloquen en un lugar visible para todo el equipo, así lo tendrán como un recordatorio constante de los temas y tareas que tienen que hacer.

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Logramos implementar la actividad en nuestro trabajo diario?

CALENDARIZANDO NUESTRO PROGRAMA

FORMATO: PLAN DE TEMAS Y ACTIVIDADES PARA CADA PROGRAMA

MARZO	L	M	M	J	V	S	D
Semana 1	Tema:						
Semana 2	Tema:						
Semana 3	Tema:						
Semana 4	Tema:						

PARA FOTOCOPIAR O CALCAR

MI PROGRAMA DE RADIO

ACTIVIDAD

EL PROGRAMA DE RADIO



Ahora que ya conocemos y hemos practicado cómo grabar, hacer guiones, y qué formatos radiofónicos existen, ¡animémonos juntas a producir nuestro primer programa de radio!

Objetivo: Organizarnos para producir nuestro primer programa de radio.

Material necesario: Equipo de grabación (grabadora digital, audífonos, baterías cargadas).

¡OJO! Es muy importante que antes de realizar esta actividad pidan un espacio y un horario en la radio de su comunidad o la de la comunidad más cercana, para que puedan ensayar y pasar al aire su programa de radio. Si no tienen mucha experiencia utilizando la cabina de la radio, pídanle a una de las personas que participen en esa radio que las asesore con el equipo.

Indicaciones:

Volvamos a la actividad anterior, y revisemos la primera semana del calendario, ¿qué tema hemos seleccionado para el primer programa?

Ahora, juntas rellenen el siguiente formato de planeación de las páginas siguientes.

FORMATO DE PLANEACIÓN DEL PROGRAMA DE MUJERES

Nombre del programa: _____

Fecha del programa: _____

Tiempo aproximado del programa: _____

Público al que se dirige (¿para qué sector o personas de la comunidad está hecho nuestro programa?):

Ideas de temas para nuestro programa:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Personas que queremos entrevistar (quiénes nos pueden platicar del tema):

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Documentación que vamos a utilizar (folletos, volantes, revistas, información de internet, etc.)

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Ideas de sonidos ambientales, cuñas, mensajes, canciones propias para grabar:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Ideas de música para utilizar:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

MI PROGRAMA DE RADIO

PARA FOTOCOPIAR O CALCAR

Frases, lemas o consignas: pensando en frasecitas que le van a dar su personalidad al programa, y que son los mensajes que queremos dar. ¡Además nos pueden servir para elaborar cuñas, spots o identificaciones para nuestro programa!

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

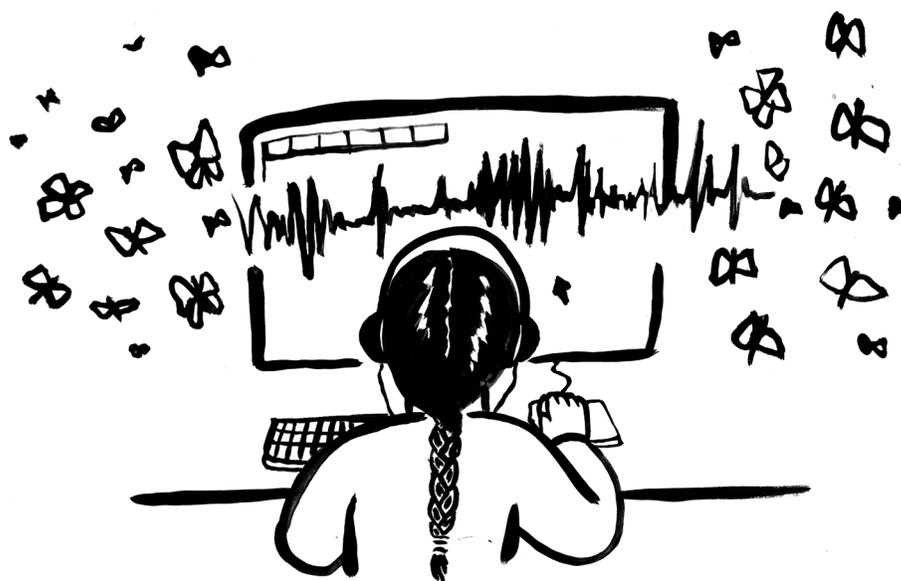
Distribución de tareas para preparar nuestro programa.

Tarea	Responsable	¿Para cuándo?

Una vez que hayan rellenado la ficha, repasen nuevamente “La estructura del programa de radio” que vimos anteriormente, y hagan el guión de su primer programa.

Ahora sí, a repartir tareas y salir a grabar para después ensayar en la cabina de la radio comunitaria cómo vamos a pasar nuestro programa, y ¡pasarle al aire!

Evaluación de la actividad: ¿Cómo nos sentimos? ¿Qué dificultades encontramos? ¿Se cumplió el objetivo?



Música, efectos de sonido, palabra y silencio son los cuatro elementos básicos del *lenguaje radiofónico*. Quizás pienses que son pocos, pero la posibilidad de combinación entre los cuatro ¡es infinita! El trabajo de combinarlos y mezclarlos se llama **edición**.

¿Quién dijo que sólo se puede editar con computadoras potentes o grandes máquinas?! Para quienes no tenemos acceso a ellas, la **edición en caliente** es nuestra mejor opción. Es la que podemos hacer sobre la marcha mientras grabamos con la grabadora, o cuando estamos en un programa en vivo y al aire. Se trata de producir y combinar los efectos, música y palabras al momento preciso en que se graban o se pasan al aire. Para

que salga bien, primero debemos tener una idea muy clara del resultado que queremos obtener.

La **edición en frío** es la que podemos hacer cuando tenemos acceso al equipo (computadora con un programa de edición), el tiempo y el espacio necesarios para hacerla. Se trata de cortar, pegar y combinar los cuatro elementos básicos del lenguaje radiofónico en una sola producción.

Existe varios programas de edición en frío, pero el que recomendamos usar porque es gratuito y fácil de usar se llama Audacity. En los manuales de la *Escuelita de Comunicación Popular de los Pueblos* puedes encontrar en detalle y paso por paso cómo usar este programa, por lo que te recomendamos echarles un ojo.

44

DIFUSIÓN DE NUESTRAS PRODUCCIONES

45

Estas son algunas de las páginas donde puedes subir tus audios (¡y donde también puedes descargar otros!):

- Radioteca: <http://radioteca.net/>
- Radio Internacional Feminista: <http://www.fire.or.cr/>
- Radialistas Apasionadas y Apasionados: <http://www.radialistas.net/>
- Puntos de Encuentro: <http://www.puntos.org.ni/>
- Radio Mundo Real: <http://www.radiomundoreal.fm/>
- ALER. Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica: <http://www.aler.org/>



Ahora que tenemos mucho más conocimiento con respecto a la producción radiofónica y contamos ya con creaciones propias, es importante que éstas no se queden empolvadas en el *baúl de los recuerdos*. Si los dejamos ahí, ¿cómo lo va a escuchar la gente? Si no aseguramos la difusión de nuestro trabajo, nuestra voz seguirá silenciada.

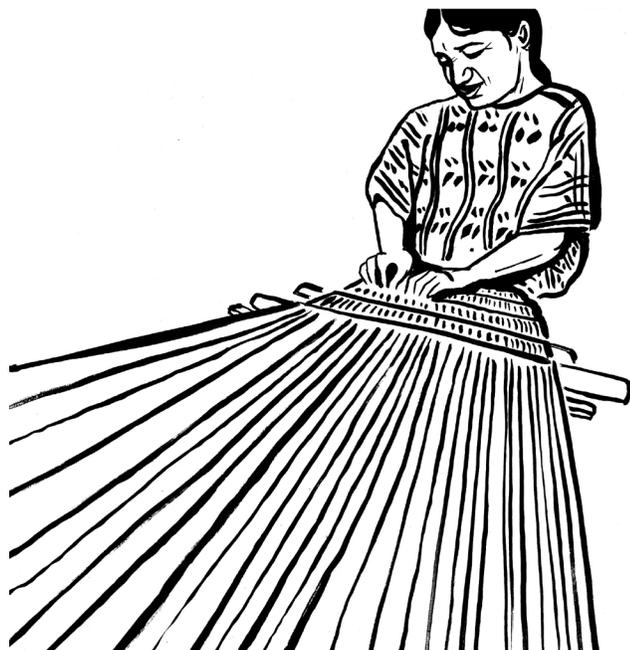
Si recuerdas bien, unas páginas atrás hablamos del circuito de producción. Un diagrama que marca los pasos a seguir para realizar una producción. ¿Recuerdan cuál era el último de los pasos? ¡Pasar nuestra producción al aire!

Si nuestra comunidad cuenta ya con una radio comunitaria, es cuestión de acercarnos y

participar en ella. Si nuestra comunidad no cuenta con una radio comunitaria, informémonos si existe alguna comunidad aledaña que tenga una y tenga la disposición de transmitir nuestras producciones. Y, ¿por qué no?, ahora que nos hemos ya capacitado en el tema de comunicación popular, ¿qué tal si montamos una radio en nuestra comunidad? ¡Se vale soñar!

Existen también páginas de internet que se dedican a hacer bases de datos de producciones radiofónicas para que la gente las pueda descargar y transmitir en sus radios. Así que otra opción es subir nuestras producciones a estas páginas y hacerlas disponibles para aquellos y aquellas que descargan audios de internet. ¡Así sus producciones pueden ser escuchadas en todo el mundo!

TEJIENDO UNA RED DE COMUNICADORAS POPULARES



46

En los hermosos tejidos de nuestros huipiles y rebozos se entremezclan hilos de muchos colores, diferentes texturas y grosores, creando dibujos variados. En su conjunto forman un todo muy bello, que nos abriga del frío y tapa nuestro cuerpo, protegiéndonos. Si miramos el tejido desde lejos, no veremos los hilos que lo conforman, pero al acercarnos podemos observar que su fortaleza consiste en la unión de sus materiales. Un solo hilo sólo no abriga, no cubre, no protege, pero la unión de muchos bien entretreídos, ¡puede hacer que un huipil dure toda una vida!

Así somos nosotras, como comunicadoras populares, somos hilos de muchos colores, que podemos aportar mucho a nuestras radios comunitarias, a nuestras comunidades, si

nos entretreemos con otras comunicadoras populares como nosotras. Juntas, en nuestras comunidades, creamos un dibujo bordado muy bonito y muy necesario, que es nuestra radio comunitaria. ¿Se imaginan si juntáramos nuestro tejido al de otras compañeras, de otros colores y texturas? Podríamos ir conformando un bordado de muchos tonos y brillos diferentes, más duradero, más resistente, más hermoso todavía.

Si jalamos de un hilo de nuestro huipil, los demás hilos también se mueven. Al igual, en nuestra red de comunicadoras populares que trabajan en otras radios comunitarias como la nuestra, los demás nudos sentirán y conocerán lo que se trabaja en nuestra radio. Cuáles son nuestros avances, cuáles son

TEJIENDO UNA RED DE COMUNICADORAS POPULARES



nuestros retos, qué problemas enfrentamos como radio, como comunidad, como pueblo. Y así como en nuestro aprendizaje durante este año nos hemos ido apoyando las unas en las otras, hemos compartido dudas, reflexiones, avances,

producciones radiofónicas, alimentos, risas y alguna que otra lágrima. ¿Cómo podemos continuar haciéndolo en el futuro?

¡Continuemos tejiendo juntas el bordado de la comunicación popular de las mujeres!

ACUERDOS PARA CONTINUAR TEJIENDO LA RED DE COMUNICADORAS POPULARES

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

Y EL VUELO CONTINÚA...



Hemos llegado a la parte final de este cuaderno, y si hacemos memoria, hemos aprendido muchas cosas: vimos cómo manejar la grabadora; hacer cuñas, canciones, entrevistas y noticias; conocimos un poco más sobre nuestros derechos y cómo la comunicación popular es una herramienta para difundirlos y reclamarlos. ¡Hemos crecido como comunicadoras, y ya estamos preparadas para hacer sonar nuestras voces a través de la radio o haciendo nuestro propio programa de radio!

¡Creemos que ahora empieza lo más emocionante! Ahora es cuando junto con tus compañeras comunicadoras podrás utilizar todo lo que han preparado a lo largo de las actividades del cuaderno de trabajo, o preparando nuevos temas y producciones, noticias, entrevistas, cuñas, canciones o poemas.

Recuerda que las actividades sólo son un punto de partida y que se pueden modificar, mejorar, y transformar de acuerdo a los temas que ustedes valoren como más importantes, interesantes y necesarios para su comunidad.

También se abre la posibilidad de compartir con otras compañeras las actividades del cuaderno de trabajo, y empezar un trabajo de multiplicación, es decir, que cada vez se unan más compañeras, se formen y que tengan las bases para trabajar la comunicación desde una perspectiva de género, y que juntas tomen los micrófonos y hagan historia.

Decidrnos a emprender el vuelo puede costar mucho trabajo en un principio, primeramente tenemos que vencer nuestro miedo interior y luego hacerle frente a toda una sociedad que constantemente niega nuestros derechos; pero una vez que empezamos a soltar nuestra voz y elevarla, no hay vuelta atrás, el vuelo es posible, nuestras voces recorren el aire ejerciendo nuestros derechos a la comunicación. ¡Felicidades!

BIBLIOGRAFÍA



- AMADO, Ana María; Hiriarty, Berta; Valle, Norma. *El ABC de un Periodismo no Sexista*. México: Fempress, 1996.
- CACHO, Niño; Norma, Iris. *La Triple Opresión de la Mujer Indígena y Campesina en Chiapas y México*. México: CIEPAC, 2009.
- CARRERA, Amanda (comp.). *Un paso hacia la equidad. Lecturas para el análisis y propuestas para construir la equidad*. Guatemala: Editorial Saqil Tzij, 2002.
- CASTRO, Gustavo. *Serie Derechos Humanos*. México: Otros Mundos, 2008.
- CHAHER, Sandra; Santoro, Sonia. *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género*. Argentina: Artemisa Comunicación Ediciones, 2007.
- COMPPA. *El sonar de las mujeres de la Tierra y el Mar. Voces de Mujeres Indígenas, Garífunas, Guatemala y Honduras*. México: Ediciones COMPPA, 2013.
- COMPPA. *Escuelita de Comunicación Popular de los Pueblos. Módulo I y II: Introducción a la Comunicación Popular y Radio Comunitaria*. México: Ediciones COMPPA, 2010.
- COMPPA. *Escuelita de Comunicación Popular de los Pueblos. Módulo III y IV: Introducción a la Radio, Herramientas, Producción y Creatividad*. México: Ediciones COMPPA, 2010.
- CÚ, Maya; Galicia, Patricia; Monzón, Ana Silvia; Vega, Lilian. *Guía para facilitadoras de Talleres Pregoneras de Nuestra Historia*. Guatemala: 2006.
- CHARLES, C. *Retos para las mujeres de la Radio (La industria de la transmisión por radio en México)*. México: Difusión Cultural Feminista A.C., 1997.
- EQUIPO MAIZ. *ABC del Género*. El Salvador: 2005.
- GALICIA, Patricia. *La comunicación, un derecho muy nuestro*. Presentación Powerpoint. Guatemala: 2008.
- KAPLUN, Mario. *El comunicador popular*. Argentina: Editorial Lumen- Humanitas, 1996.

- KAGLA, Grupo de Mujeres Mayas. *La Palabra y el sentir de las Mujeres Mayas de Kaqla*. Argentina: Editorial Cholsamaj, 2006.
- LAGARDE, Marcela. “¿Qué es el Poder?” en *Educación Popular y liderazgo de las mujeres en la construcción de la democracia latinoamericana*. México: Red de Educación Popular entre Mujeres, 1990.
- LAS DIGNAS. *¿Yo sexista? Material de apoyo para una educación no sexista*. Nicaragua: 1998.
- LAVIÑA, Carmen. *Lenguaje No Sexista para la Comunicación*. España: Federación de Mujeres Progresistas, 2002.
- LÓPEZ, Vigil; José Ignacio. “La Entrevista”, en *Manuales de Capacitación 1*. Ecuador: ALER, 1993.
- “El Sociodrama”, en *Manuales de Capacitación 9*. Ecuador: ALER, 1993.
- “Radio Revista de Educación Popular (I)”, en *Manuales de Capacitación 6*. Ecuador: ALER, 1993.
- “Radio Revista de Educación Popular (II)”, en *Manuales de Capacitación 7*. Ecuador: ALER, 1993.
- *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*. Ecuador: ALER, 1997.
- LOVERA, Sara (comp.). *Tejedoras de la palabra*. México: CIMAC, 2000.
- MATA, María Cristina (coord.). *Mujer y radio popular*. Ecuador: ALER, 1995.
- MEANA, Teresa. *Sexismo en el Lenguaje: Apuntes Básicos*. Argentina: Artemisa Comunicación Ediciones, 2006.
- MONZÓN, Ana Silvia. *Memoria del porvenir. 10 años de Voces de Mujeres*. Guatemala: 2003.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS. Declaración Universal de los Derechos Humanos. Artículo 19, 1948. United Nations, 2008.
- PAPANIMITRIU, Greta; Romo, Sinú. *Sistema Sexo- Género*. México: Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal y El Perro sin Mecate, 2004.
- SCHUJER, Silvia; Schujer, María. *Aprender con la radio. Herramientas para una comunicación participativa*. Argentina: Las Otras Voces, La Crujía Ediciones, 2005.
- TAREA. *Palabra de Mujer. La experiencia de ser promotora de comunicación*. Perú: 1987.
- UNFPA. *Manual de Derechos Sexuales y Reproductivos para Radialistas del Paraguay*. Paraguay: 2004.
- VILAR, Josefina; Villegas, Teodoro. *El sonido de la radio, ensayo teórico-práctico sobre producción radiofónica*. México: Universidad Autónoma Metropolitana- Xochimilco, Instituto Mexicano de la Radio, Plaza Valdés, 1988.

COMPPA – COMUNICADORES Y COMUNICADORAS POPULARES POR LA AUTONOMÍA

En COMPPA consideramos que el acceso a la comunicación y a los medios es un derecho humano del cual debemos apropiarnos como una herramienta para la organización de nuestras comunidades y pueblos. Nosotros y nosotras creemos en la construcción de una sociedad en la que se respete el derecho a la comunicación de los diferentes sectores garantizando el acceso a los medios de comunicación en condiciones de igualdad. Para ello es fundamental que sean las comunidades quienes manejen sus propios medios en función de sus intereses y necesidades.

Tomando como base lo anterior, COMPPA busca a través de todas las actividades que realiza acompañar y fortalecer las luchas de las organizaciones populares y pueblos indígenas a través de la comunicación popular, participativa y democrática. Principalmente acompañando procesos de formación en comunicación popular, así como el establecimiento de centros de comunicación comunitaria con organizaciones indígenas y populares en la región Mesoamericana.

El trabajo de comunicación popular y género dentro de COMPPA

Los y las integrantes de COMPPA hemos venido trabajando la comunicación popular y el desarrollo de talleres y materiales didácticos que trabajan diversos aspectos de la comunicación de una forma práctica y desde lo comunitario, a través de la educación popular. Particularmente las compañeras de COMPPA hemos acompañado los procesos organizativos de las mujeres de varias organizaciones, y hemos seguido de cerca la temática de la comunicación y el género. Además de contar también con una serie de colaboradores y colaboradoras con amplia experiencia en diversas herramientas de comunicación, y también con compañeras a nivel local que tienen un fuerte compromiso con los procesos de las mujeres y la equidad de género.

En el 2006 iniciamos una serie de talleres específicamente con compañeras dentro de los cuales abordamos el tema de cómo la radio podría fortalecer la lucha de las mujeres, a la par de trabajar con algunas compañeras de las radios la elaboración de mensajes con información identificada por ellas, como importante para las mujeres de las comunidades.

Estas actividades lograron que a nivel organizativo se generara mayor conciencia sobre el potencial de la radio para fortalecer su trabajo de género y la participación de las mujeres, y que continuaran con el proceso de fortalecer y consolidar la participación de las mujeres en sus radios.

Después de varios talleres, encuentros, reuniones y reflexiones a lo largo de estos años, creímos necesario e importante sistematizar las actividades usadas en nuestros talleres, y compartirlas con otras compañeras y compañeros interesadas en comenzar a trabajar la comunicación con una perspectiva de género.

Otras publicaciones de COMPPA

Manuales de Capacitación y Formación de La Escuelita de Comunicación Popular de Los Pueblos:

Módulo I y II: Introducción a la Comunicación Popular y Radio Comunitaria

Módulo III y IV: Introducción a la Radio, Herramientas, Producción y Creatividad

Módulo V y VI: Radio Comunitaria y Producción Radiofónica

Módulo VII y VIII: Producción Avanzada, Multiplicación y Apartado Técnico

Esta serie de manuales sistematizan el trabajo que COMPPA ha realizado durante 10 años de trabajo, recogiendo las experiencias de las radios y pueblos con quienes trabajan, y facilitando el acceso a las herramientas necesarias para que continúen en su proceso de capacitación en comunicación popular, se adueñen de sus propios medios, y compartan sus aprendizajes a nuevas generaciones de comunicadores y comunicadoras. Cada manual incluye dos módulos de La Escuelita de Comunicación Popular de Los Pueblos.

Libro de poesía El Sonar de las Mujeres de la Tierra y el Mar. Voces de Mujeres indígenas, garífunas y campesinas de México, Guatemala y Honduras.

El Sonar de las Mujeres de la Tierra y el Mar reúne las voces de compañeras Mixtecas, Triquis, Mixes, Nahuas, Huaves, Quichés, Q'eqchís, Ixiles, Poqomchís, Lencas, Garífunas y campesinas, quienes a través de la poesía y la producción de radio fueron fortaleciendo su voz y preparándose como comunicadoras.

Fruto de este trabajo creativo al utilizar la poesía como herramienta de la autoderminación y resistencia, los poemas que se presentan en esta compilación expresan lo que las compañeras viven y lo que han sobrevivido, por qué y para qué luchan.

Cada palabra estallando con la fuerza de una ola que rompe, liberando el sonar de las mujeres de la tierra y el mar.

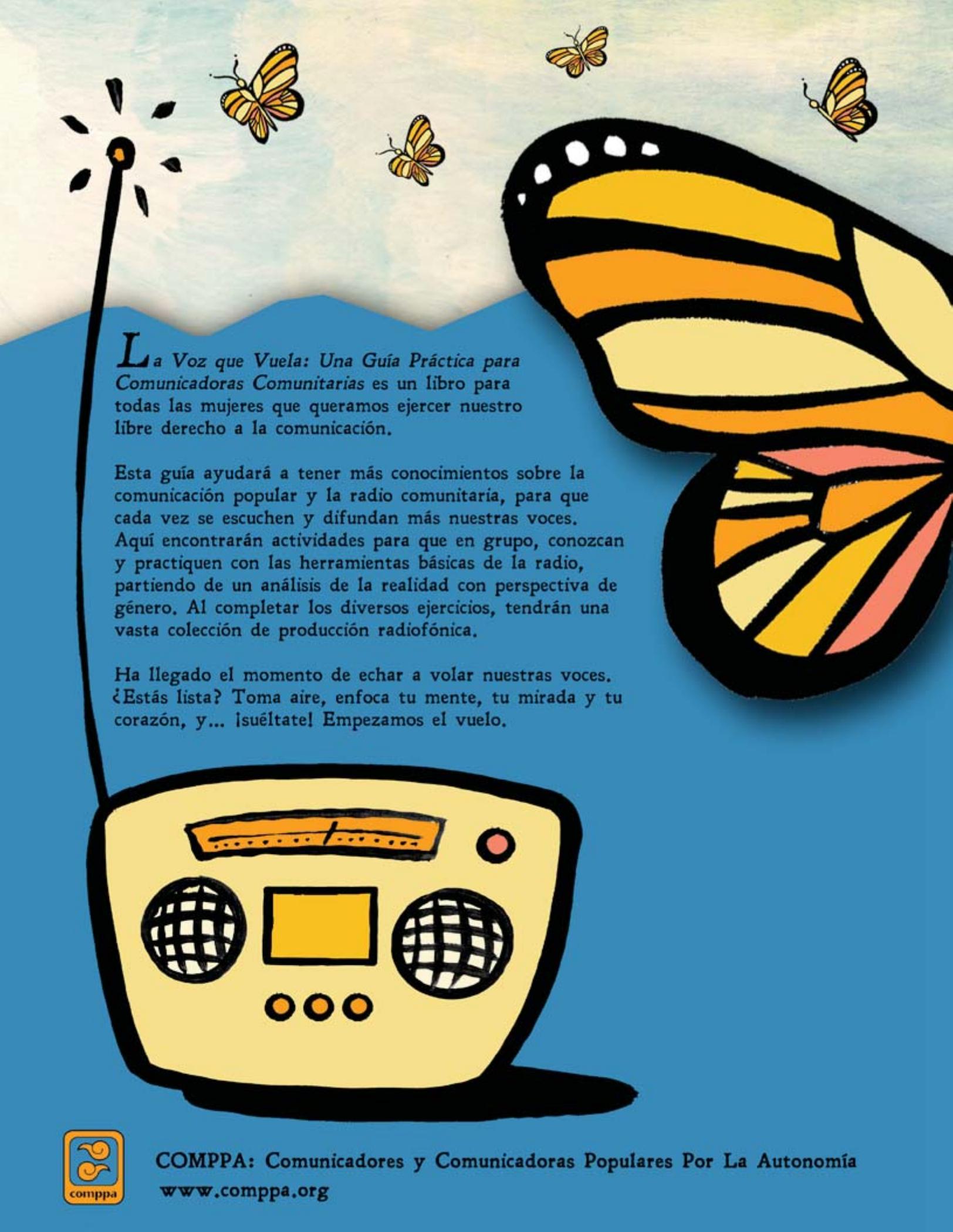


Comunicadores y Comunicadoras Populares por la Autonomía
comppa@comppa.org
<http://www.comppa.org>

"La Voz Que Vuela: Una Guía Práctica Para Comunicadoras Populares"
COMPPA

Redacción: Luz Aída Ruíz Martínez y Medhin Tewolde Serrano
Diseño y diagramación: Danae Silva Montiel
Portada e ilustraciones: Genevieve Peterson Roudané

Impresión: Ciudad de Guatemala, Guatemala
Tiraje: 1000 ejemplares
Chiapas, México
2014

The illustration features a yellow radio with a black antenna that is shaped like a butterfly. The radio has two circular speakers with a grid pattern, a central square display, and three small circular buttons at the bottom. The antenna is connected to a large, stylized butterfly with yellow and orange wings and black outlines. The background is a light blue sky with several smaller butterflies flying. The overall style is simple and colorful.

La Voz que Vuela: Una Guía Práctica para Comunicadoras Comunitarias es un libro para todas las mujeres que queremos ejercer nuestro libre derecho a la comunicación.

Esta guía ayudará a tener más conocimientos sobre la comunicación popular y la radio comunitaria, para que cada vez se escuchen y difundan más nuestras voces. Aquí encontrarán actividades para que en grupo, conozcan y practiquen con las herramientas básicas de la radio, partiendo de un análisis de la realidad con perspectiva de género. Al completar los diversos ejercicios, tendrán una vasta colección de producción radiofónica.

Ha llegado el momento de echar a volar nuestras voces. ¿Estás lista? Toma aire, enfoca tu mente, tu mirada y tu corazón, y... ¡suéltate! Empezamos el vuelo.



COMPPA: Comunicadores y Comunicadoras Populares Por La Autonomía
www.comppa.org