



¿Qué es la Comunicación Alternativa de la Mujer?

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

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

Tiene un carácter alternativo en la medida en que

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

La comunicación alternativa de la mujer se plantea como conciencia crítica y creadora de la sociedad, a partir de las rupturas que la mujer latinoamericana debe lograr. Es en este sentido donde la mujer tiene un papel, el cual adquiere toda su fuerza en la medida que nace de la conciencia que ésta tome de la realidad que la rodea y su aporte posible al cambio.

La comunicación alternativa de la mujer, en contraste con la estructura de comunicación dominante, se concibe a sí misma, no como una mercancía, sino como un arma educativa, liberadora y como un servicio útil a la solución de problemas reales.

La comunicación alternativa postula formas y

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

APORTES Y DIFICULTADES DE LA COMUNICACION ALTERNATIVA DE LA MUJER

Aportes

1. Contribuir a democratizar las comunicaciones dándole voz y participación a sectores marginados. Es de inmenso valor para lo alternativo la expresión popular recogida como testimonio.

2. Contribuir a romper el flujo vertical característico de la información dominante para hacerlo más horizontal y participativo. En ese sentido, no sólo se plantea como un verdadero proceso comunicativo para las mujeres, sino desde las mujeres, con las mujeres.

3. Contribuir a contrarrestar la imagen de la mujer y la perspectiva de su problemática que están entregando los medios de información - dominantes.

4. Reflejar a las mujeres reales en oposición a las imágenes estereotipadas que prevalecen en los medios de comunicación tradicionales y culturales de las grandes mayorías de mujeres latinoamericanas

5. Ayudar a crear conciencia en la sociedad respecto de la problemática de la mujer.

6. Acrecentar el nivel de reflexión sobre la condición de la mujer y la necesidad de su emancipación, no sólo en su beneficio sino estrechamente vinculada a cambios que apuntan a la democratización de procesos más amplios que afectan a todos.

7. Lograr que la mujer sienta una identidad propia y una revalorización de sí misma.

8. Ampliar los estrechos límites del llamado "mundo femenino", dándole una participación e información - que lleve a la mujer a buscar la solución de sus problemas.

9. Promover la organización

y movilización de la mujer latinoamericana a nivel local, nacional y regional.

10. Recoger el malestar de muchas mujeres, su insatisfacción, sus contradicciones y sus angustias, no para canalizarlos hacia el consumo, sino hacia una mayor lucidez que la mueva a participar - críticamente en el logro de cambios positivos en su beneficio y en beneficio de la sociedad en su conjunto.

11. Cuestionar el carácter "natural" de muchos roles que la cultura le asigna a hombres y mujeres.

Dificultades del proceso de creación de la comunicación alternativa de la mujer:

1. El alto nivel de penetración de los mensajes de la cultura dominante en las mujeres de distintos sectores sociales.

2. La dificultad de acceso a los medios de información de mujeres de sectores populares por analfabetismo, pobreza, aislamiento en zonas rurales, etc.

3. La dificultad de organización de las mujeres debido a los bajos índices de incorporación de la mujer a trabajos donde pueda darse la organización laboral; el aislamiento en que viven las mujeres dedicadas al trabajo doméstico; el doble rol que hace que las mujeres trabajen fuera de sus casas (de hecho, trabajan más de 14 horas diarias) y el machismo en la cultura, entre otros.
4. La falta de conciencia, al interior de las propias organizaciones femeninas y feministas, de la importancia de la comunicación, no sólo como obstaculizadora de un cambio sino, también, como instrumento indispensable para acelerar el éxito de los objetivos que persiguen.
5. La escasez de recursos financieros destinados a experiencias de este tipo reduce la capacidad de proyección y continuidad de los medios ya existentes, así como la posibilidad de crear otros nuevos.
6. La escasa importancia que dan a las comunicaciones las instituciones, organismos, fundaciones que dan ayuda financiera. No existe un adecuado nivel de conciencia del potencial de la comunicación alternativa como instrumento para "avanzar hacia un orden más justo para las mujeres" e "incorporar a la mujer al desarrollo", conceptos que sí tienen algo más internalizados.
7. La dificultad de encontrar lenguajes adecuados capaces de lograr una identificación y un compromiso en amplios sectores de mujeres.
8. La atomización y el aislamiento en que operan las distintas experiencias de comunicación alternativa de la mujer frente a la propuesta homogénea y articulada de la estructura transnacional de comunicaciones.
9. La cooptación de mensajes alternativos por parte del sistema de comunicaciones dominante.
10. La ausencia de reflexión, de mecanismos de evaluación y sistematización de su propia práctica por parte de los grupos y personas que están realizando experiencias de este tipo.
11. Las políticas autoritarias, en materia de comunicación.