

NUEVAS IDENTIDADES

Ana María Peppino Barale

Ana María Peppino Barale es profesora-investigadora del Departamento de Humanidades de la Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco. Doctora en estudios latinoamericanos; investigadora nacional.

Desde mediados del siglo pasado en América Latina se gesta un fenómeno en torno a prácticas radiofónicas que alimenta la construcción de una identidad colectiva original producto de la cohesión de distintos espacios en los que se desarrolla el individuo, la familia, la comunidad y la región. Esos patrones originales de trabajos colectivos se van cimentando cotidianamente para ganar espacios públicos y fortalecer posiciones que permitan resolver problemas comunes y que constituyen parte de un proyecto integral de movilización social. Así, la práctica radiofónica se convierte en un foro donde se expone, se construye y se recrea la lucha de movimientos específicos.

Este prototipo de acción tiene que ver con la emergencia de sectores sociales (campesinos, indígenas, jóvenes, mujeres) que van canalizando sus demandas e intereses alrededor de una recomposición de valores (individuales y sociales), con el propósito de abrir alternativas para enfrentar la imposición de un orden social excluyente y concentrador de poder y oportunidades. Así, para responder a las demandas sociales que ya no eran atendidas por los canales institucionales, fueron surgiendo diversos modos de articulación de la acción ciudadana. Estas formas de expresión de identidades

colectivas y demandas sociales particulares formalizan sus actividades y son reconocidas como organizaciones civiles, que poco a poco se vuelven más visibles y se va acrecentando el reconocimiento a su labor. Particularmente, el movimiento de mujeres se organiza en grupos que luchan desde

versitarias, por integrantes de organismos civiles, por feministas, por trabajadoras de medios comerciales? Se pueden identificar como puntos principales: a) el interés por contribuir a modificar pautas y conductas que discriminan a la mujer; b) la disposición de proporcionar a las mujeres elementos que faciliten su participación en

el diseño y gestión de políticas para acceder a los beneficios del desarrollo; y c) la preocupación por fortalecer una visión de la sociedad donde la equidad sea un elemento fundamental para lo cual se requiere fortalecer la presencia pública y política de las mujeres.



Para comprender el significado de esta labor es preciso estudiar casos particulares, porque su reconocimiento permite abordar la complejidad de una realidad que exige un acercamiento integral a esas prácticas comunicativas, cuya descripción constituye el primer acercamiento para explicar su contribución al paso de las mujeres de los ámbitos privados a los espacios públicos. Aquí voy a referirme a dos casos representativos ligados a organizaciones de mujeres que tienen como una de sus áreas de trabajo el quehacer radiofónico. Radio Tierra y Radio Milenio fueron, respectivamente, la primera radiodifusora feminista en Chile y en Perú, de ahí la importancia de exponer su trayectoria que se inicia en la década de los noventa. No se trata de un fenómeno común a pesar del número

trincheras específicas (salud, derechos humanos, violencia contra las mujeres, ciudadanía, etcétera), pero que unen sus esfuerzos por la causa común: la visibilidad de las mujeres, el derecho a una participación equitativa en los asuntos privados y públicos.

mero cada vez mayor de la participación de la mujer en el medio radiofónico.

Me interesa destacar una de las formas que asume la movilización femenina en América Latina para allegarse recursos de poderío y es el trabajo en el campo radiofónico, en especial aquel realizado con la intención de lograr condiciones de equidad para superar las limitaciones de un modelo de sociedad patriarcal. ¿Qué une a estas mujeres con propuestas desarrolladas por indígenas, por campesinas, por uni-

Para el Centro de Análisis y Difusión de la Condición de la Mujer La Morada de Chile y para el Colectivo Radial Feminista de Perú, la posesión de una radiodifusora no es un fin en sí mismo sino que responde al reconocimiento de la necesidad de extender las acciones llevadas a cabo para mejorar la vida de las mujeres. En este caso, la radio representa un canal idóneo para hacer llegar los programas de trabajo al mayor número de ellas. De ahí que sea necesario considerar integralmente el trabajo de las chilenas y peruanas, porque la estrategia de comunicación es parte sustancial de sus

objetivos, que tienen como punto central mejorar las condiciones de vida de mujeres.

Otra situación que une a estas dos prácticas comunicativas es su origen, pues ambas formaban parte de un proyecto regional Perú-Chile, impulsado por feministas danesas —KULU— en 1989, para establecer una red regional de proyectos radiales. La situación de violencia en el primer país, asolado por Sendero Luminoso, no representaba las condiciones idóneas para materializar la propuesta, por lo que el ministerio danés que proporcionaría el financiamiento decide esperar y mientras tanto apoyar a Chile.

Chile. La Morada. Radio Tierra

En 1983, durante la dictadura militar en Chile, un grupo de mujeres valientes se propone impulsar una organización que les permita hacer públicos los planteamientos del feminismo acerca de la relación entre mujeres y democracia, entre los mecanismos de opresión de las mujeres y los valores y prácticas de una sociedad patriarcal.

La creación de espacios de reflexión en torno a la sexualidad, la formación de la conciencia de género y la ciudadanía de las mujeres sentaron las bases para que en 1991, junto con la llegada de la democracia por la que tanto habían luchado, La Morada ampliara su identidad "movimientista" para dar lugar a un centro de reflexión y de acción feminista. El Centro de Análisis y Difusión de la Condición de la Mujer La Morada recibe el apoyo de diversos organismos no gubernamentales que trabajan para mejorar la condición social femenina en Chile y en la región, y se fortalece como una corporación feminista que, desde la sociedad civil, se sitúa críticamente frente a las relaciones de poder del sistema patriarcal para cuestionar las hegemonías discursivas que sostienen las costumbres discriminatorias y para modificar las prácticas políticas y culturales sexistas y con ello mejorar la calidad de vida de las mujeres en general, a partir de constituirse como ciudadanas críticas y protagonistas de cambios personales, sociales, políticos y culturales.¹

Los objetivos que persiguen son claros y forman parte de la ética feminista que pugna por una conciencia democrática, plural e incluyente y por el ejercicio práctico de los derechos humanos; La Morada aspira a ser un referente para instalar

y legitimar dicha posición en la sociedad chilena. En esta etapa se refuerza la valoración de la comunicación como estrategia de posicionamiento de las mujeres y se desarrollan estrategias y prácticas comunicativas que permitan ampliar su campo de acción al mayor número de mujeres posible, con objeto de que también participen de los beneficios del centro de servicios de desarrollo integral.



Así nace Radio Tierra (1300 AM), la primera emisora feminista en América Latina, el 31 de agosto de 1991, en Santiago.² En un sistema oligopólico de propiedad de los medios de comunicación, como es el caso chileno, esta experiencia forma parte del reducido 2% de radiodifusoras que pertenecen a sectores independientes. Como sucede también en otros países, en Chile ha aumentado considerablemente la presencia femenina en la programación radiofónica, en especial en la matutina. Sin embargo, esta participación no implica una óptica crítica ni una propuesta encaminada a romper con los modelos tradicionales, sino más bien tiende a mantener y reproducir los espacios y los papeles sociales establecidos por la sociedad tradicional para las mujeres. En ese contexto, Radio Tierra se define como una propuesta:

...para mostrar una producción simbólica y valórica diferente desde las mujeres, promoviendo tanto una actitud crítica y cuestionadora de los modelos existentes como un discurso comunicacional distinto dirigido al conjunto de la sociedad. Hoy en día no basta visibilizar el aporte femenino a los ámbitos tradicionalmente vedados como la política, por ejemplo. [Quieren] ser capaces de mos-



trar la especificidad y la originalidad que puede significar nuestra presencia. [Green] que se ha terminado el tiempo de la denuncia, el llanto y la victimización; hoy resulta estratégico tener propuestas culturales diferentes y mostrar producciones concretas.³

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

Si bien las integrantes del grupo promotor tenían experiencia en elaborar programas radiales específicos, tuvieron que enfrentar la responsabilidad de diseñar una programación que respondiera a planteamientos específicos desde una perspectiva de género, pero sin dejar de atender a otros segmentos de mujeres, ni a los hombres. La estrategia de posicionamiento en el espectro radiofónico cuidó especialmente la campaña publicitaria para que correspondiera a la imagen que querían transmitir. Por igual, estaban conscientes de que "debían oírse muy bien", es decir, que la calidad de transmisión debía ser excelente. Y aquí se encontraron con que sólo 13% de los técnicos en amplitud modulada eran mujeres, por lo que se tuvo que efectuar un arduo trabajo de capacitación en un ámbito masculino y cerrado. También, la comercialización de los espacios significó un aprendizaje difícil, por los escasos conocimientos con que contaban las integrantes del equipo en relación con los aspectos empresariales del medio.

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

Congruentes con sus objetivos, han incorporado colaboradores varones, aunque la producción y la dirección están a cargo de mujeres. Sin embargo, se preguntan si otorgando más espacio a los hombres la radio seguirá siendo de mujeres. Es un punto que discuten con frecuencia, pero que les resulta difícil llegar a un consenso. Otro asunto conflictivo se refiere a la necesidad de contratar a mujeres calificadas que no han incorporado la perspectiva de género a su actividad profesional y que, por lo tanto, deben ser sensibilizadas en ese sentido, si bien se tiene claro que no se la puede imponer por reglamento, ya que es una opción voluntaria e individual. Además, se trata de construir una gestión demo-

crítica del poder —situación poco común en los medios masivos de comunicación— a partir de ejercicios cotidianos tendientes a definir un funcionamiento interno que permita a los equipos productores participar en las decisiones y en las políticas editoriales de la radio.

Dentro de la programación diaria de Radio Tierra destaca el espacio *Voces de la ciudadanía*, que sirve a las organizaciones de la sociedad civil chilena para difundir su quehacer y contrastar sus propuestas con la audiencia de la emisora y con los invitados. Las asociaciones que participan trabajan por la libertad de expresión, los derechos humanos, económicos, sociales y culturales, por el fortalecimiento de la ciudadanía, la defensa y protección del medio ambiente, por el mejoramiento de la calidad de vida urbana, por el arte y la cultura. Se trata, en suma, de un espacio comunicativo que convoca a la sociedad civil chilena para reflexionar sobre diversos problemas a partir de la exposición desde diferentes áreas, con lo cual se fomenta la pluralidad de enfoques.

Tanto La Morada como Radio Tierra consideran a la libertad de expresión como un derecho primordial y uno de los fundamentos esenciales de las sociedades democráticas; este derecho incluye libertad para expresar pensamientos e ideas y libertad para promoverlas y recibirlas. Además, las 17 horas de emisión diaria de Radio Tierra contribuyen a la expresión pública de voces, discursos y representaciones plurales y construyen pautas informativas que dan visibilidad y voz a la sociedad civil. Actualmente el gran desafío consiste en formular un modelo asociativo para la sustentabilidad de Radio Tierra: se trata de posibilitar económicamente un espacio cuyo sentido está puesto en lo social.

Perú. Colectivo Radial Feminista. Radio Milenia

Un ejemplo contundente de la importancia de compartir el camino, el esfuerzo y los logros lo constituye el Colectivo Radial Feminista-CRF constituido en 1991 por cinco organizaciones de mujeres peruanas que venían trabajando en el ámbito de la comunicación radial con perspectiva de género:

1) Movimiento Manuela Ramos (Lima, 1978). El nombre no alude a una mujer en especial, sino a todas las mujeres del pueblo. A las integrantes del grupo se las conoce coloquialmente como *Las Manueles*. Nace como un espacio dirigido a las mujeres con escasas posibilidades de acceder a la información sobre sus derechos y como apoyo para en-

frentar su indefensión. A partir de un enfoque de género y de defensa de los derechos humanos, realiza trabajos de asesoría, capacitación, investigación, difusión y defensa de los derechos legales, económicos, sociopolíticos y reproductivos de las mujeres peruanas.

2) Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán (Lima, 1979). Lleva el nombre de la luchadora social del siglo XIX, vanguardista del feminismo, nacida en Francia pero hija de un coronel peruano. El Centro pugna por suprimir las causas estructurales que restringen la ciudadanía de las mujeres y/o afectan su ejercicio, para lo cual proponen políticas y procesos de desarrollo que impulsen la equidad y la justicia de género.

3) Asociación de Comunicadores Sociales Calandria (Lima, 1983). Se bautizó con el nombre de esa ave porque se la considera portadora de buenas noticias. Promueve la participación ciudadana y trabaja por la democratización de los medios de comunicación a partir del reconocimiento del papel educativo de estos y de su responsabilidad social.

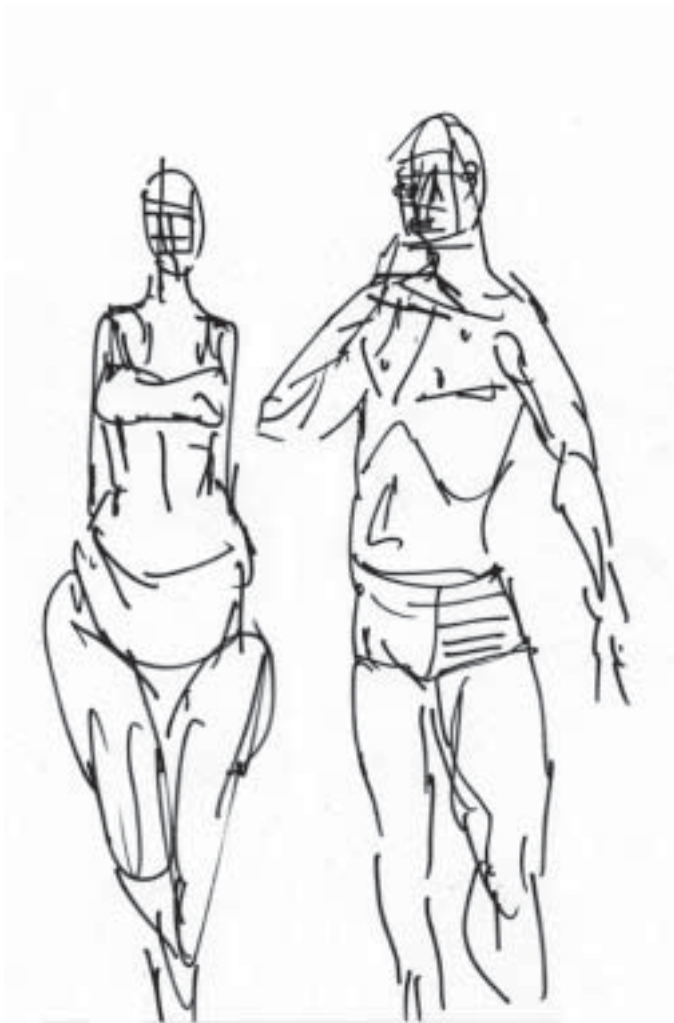
4) Centro Amauta de Estudios y Promoción de la Mujer (Cuzco, 1986). Produce programas radiales bilingües (español y quechua) que recogen la tradición y los conocimientos de las mujeres andinas, también atiende sus denuncias y propuestas para una vida digna y sin violencia. Junto con la comunicación radial, su acción incluye programas en el campo de la salud y el desarrollo.

5) Centro de Promoción de la Mujer Micaela Bastida (Trujillo). Su nombre recuerda a la heroína de la revolución indígena dirigida por Tupac Amaru en 1780. Desarrolla programas de promoción y defensa de las mujeres, niños, niñas y adolescentes de bajos recursos económicos y brinda asesoría legal a las víctimas de la violencia familiar. La asociación está integrada por personas que comparten valores de democracia, equidad, solidaridad y tolerancia desde un enfoque de género.

Estas cinco organizaciones civiles a su vez están afiliadas a un espectro amplio de instituciones, redes y consorcios nacionales e internacionales que permiten fortalecer el efecto de sus actividades. Además, la acción coordinada permite potenciar su participación en los espacios de encuentro internacional, que resulta en un fortalecimiento de su postura en favor del desarrollo humano y se constituyen en referen-

te indispensable para la puesta en marcha de políticas a favor de la infancia, la mujer, la salud, los derechos humanos, la equidad de género y la participación ciudadana.

Si bien la relación se inició fortuitamente, se fue consolidando con el trabajo colectivo necesario para apoyar y capacitar a las mujeres que participan en la radio a nivel nacional. Se organiza por lo menos un taller anual de capacitación y reflexión sobre el quehacer radiofónico desde y para la mujer. En la primera etapa, las reuniones se dedicaban a la discu-



sión y a la evaluación de los programas radiofónicos elaborados en cada grupo original, y se reflexionaba sobre el perfil de una radio de mujeres. Se teorizaba mucho pero la práctica era escasa. Se publicaban dos boletines y se organizaba un taller nacional de capacitación dirigido principalmente al estudio de teorías de comunicación. Fueron tiempos de reconocimiento y de recelo.

El siguiente paso, más firme, se orienta hacia la producción radiofónica y a subsanar las deficiencias técnicas para mejorar los formatos, para lo cual se organizan talleres naciona-

les para productoras radiales. Llega el momento de ocuparse de la audiencia y Calandria se responsabiliza de elaborar un estudio (1992-1993), no sólo para averiguar si las escuchaban y quiénes, sino para indagar acerca de los hábitos de consumo del medio, de la utilidad que la gente le encuentra a la radio; también, para estudiar la programación de las radiodifusoras y determinar cómo tratan a la mujer. Los resultados se discuten en las organizaciones y en el colectivo: una de las conclusiones indica que lo que definía a la audiencia y su utilidad no era "el programa" sino más bien "la emisora" y que la característica del primero se diluye en la segunda. Esa actitud refuerza la idea de una radio propia; ese sueño comienza con las reuniones iniciadas en 1989, en el local del Movimiento Manuela Ramos, donde se reúnen mujeres "de Iquitos, de Cajamarca, del norte y del sur, de la selva, la sierra y la costa de todo el Perú".⁴ Cuentan con el apoyo decidido de un grupo de feministas de Dinamarca (KULU) empeñadas en sacar el proyecto adelante. Sin embargo, las condiciones de violencia imperantes en esa época en el país andino obligan a posponer el lanzamiento de una radiodifusora.

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

El 3 de marzo de 2000, al inicio del nuevo siglo, se concreta el proyecto del Colectivo al salir al aire Milenia Radio en el 1530 de amplitud modulada, la primera emisora feminista del Perú que se perfila como defensora de los derechos de las mujeres a partir del reconocimiento de que en ese país la violencia, el analfabetismo, la mortalidad materna y la escasa representación femenina en el poder son problemas de género escasamente abordados por la gran mayoría de los medios de comunicación. Por lo tanto, los objetivos se definen en el sentido de: a) construir y sostener una agenda informativa con perspectiva de género que vuelva visible la condición social de las mujeres; b) dar valor a la opinión política de las mujeres por medio de comentaristas feminis-

tas que comenten y reflexionen sobre la situación de las peruanas; y c) promover una red de productoras radiales que incorporen la perspectiva de género en el abordaje noticioso, en las relaciones internas y en la comunicación diaria con las y los radioescuchas.

Milenia Radio transmite durante 12 horas —seis de la mañana a seis de la tarde— desde el centro de producción en el distrito de Jesús María de la capital peruana, mientras que la planta de transmisión se ubica en Puente de Piedra, Lima norte. Su programación combina música, información y programas participativos dirigidos a una audiencia prioritariamente femenina ubicada en los conos y distritos populosos de Lima, pero que cuenta también con un auditorio descentralizado a través de los enlaces informativos con emisoras regionales y la corresponsalía de redes internacionales como PULSAR de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).

“Contigo en la nueva era” es el lema de Milenia cuyo nombre en femenino recuerda que su comienzo coincidió con el nuevo milenio y que esta circunstancia marca la decisión de contribuir a la creación y reforzamiento de valores éticos y espacios democráticos para una cultura de paz, equidad y justicia social desde una perspectiva plural, según indican sus principios constitutivos.

La emisora se especializa en la producción de programas radiales y diseño de campañas en coordinación con emisoras de otras regiones del país; enfatiza la capacitación en producción, gestión y área técnica; y mantiene una audioteca al servicio de integrantes de la red nacional de productoras y productores radiales.

La nueva identidad

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

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

El camino se comparte y el esfuerzo se multiplica. Los dos casos expuestos como representativos dejan ver las constantes: grupos organizados de mujeres, enfoque de género, apoyo de organizaciones civiles nacionales e internacionales (económico, de capacitación, de supervisión, etcétera), reconocimiento de la importancia de la presencia en los medios masivos de comunicación, relaciones múltiples (nacionales e internacionales) y tendencia a la formación de redes.

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

Notas

¹El organigrama de La Morada está constituido por una Asamblea integrada por 37 socias, un Directorio formado por cinco miembros elegidas cada dos años por la Asamblea de Socias, una Dirección Ejecutiva y un Colectivo Coordinador. Sus áreas de trabajo: Educación y cultura, Ciudadanía y derechos humanos, Salud mental y derechos sexuales y reproductivos y Radio Tierra.

²Sus directoras: Ingrid Drogett, 1991-1992; Virginia Quevedo, 1992-1995; Carolina Rossetti, 1995-1996; María Eugenia Meza, 1997-1998; María Pía Matta, 1998-2003; Perla Wilson, 2004.

³Claudia Barattini, “Radio Tierra en el aire”, en *Mujeres y comunicación. Una alianza posible*, Buenos Aires, WACC/CEM, 1992, p. 115.

⁴Tachi Arriola, “Mujeres... ¡en el aire! Colectivo Radial Feminista del Perú”, en *Radio apasionados. 21 experiencias de radio comunitaria en el mundo*, Quito, CIESPAL, 1992, p. 159.