

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 49 - octubre de 1994

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor (E)

Jorge Mantilla Jarrín

Coeditor

Kintto Lucas

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo

Luis Castro

Nelson Dávila

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la
Universidad Central del Ecuador.

Presidente Alterno, Rubén Astudillo.

Min. Relaciones Exteriores.

Fausto Segovia,

Ministro de Educación.

Ab. León Roldós A., Rector de la
Universidad de Guayaquil.

Luis Castro, UNP.

Fausto Jaramillo, UNESCO.

Raúl Izurieta, AER.

Fernando Naranjo Villacís, FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Washington Iza

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL
que se edita con la colaboración de la
Fundación Friedrich Ebert de Alemania.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

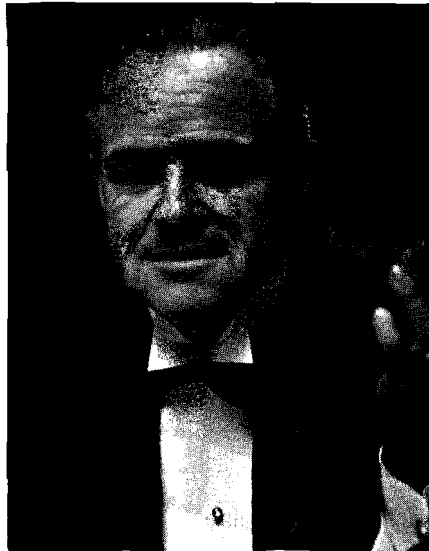
Telf. 506 149 544-624. Telex: 22474

CIESPAL ED.

Fax (593-2) 502-487 - E-mail/correo
electrónico: editor@chasqui.ec

Registro M.I.T., S.P.I.027

Los artículos firmados no expresan
necesariamente la opinión de CIESPAL o
de la redacción de *Chasqui*.



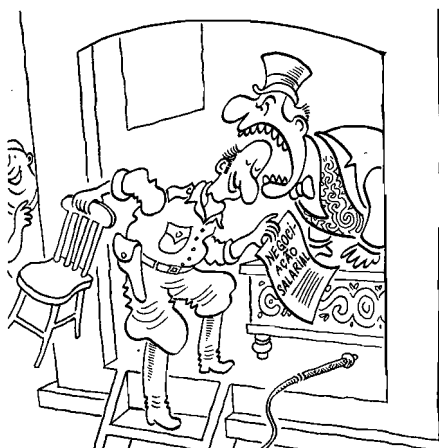
DEL LIBRO A LA PANTALLA

La adaptación de
cualquier novela al cine
o la televisión, siempre
despierta polémica. No son
pocos los que señalan que la
mayoría de las veces la
trama se ve desfigurada. Este
módulo acerca algunas
reflexiones sobre el proceso
que lleva del libro a la
pantalla.

- | | |
|---|---|
| <p>4 Cine y literatura,
<i>Jorge Enrique Adoum</i></p> <p>6 García Márquez en el cine,
<i>Jorge Cisneros</i></p> <p>8 Cine en la biblioteca,
<i>Iñaki Esteban Bilbao</i></p> <p>9 "Siempre que leemos una
novela estamos viendo una
película",
<i>Anibal Alexandre</i></p> <p>10 Entre Marx y una mujer
desnuda,
<i>Omar Ospina García</i></p> | <p>13 Comunicación y democracia,
<i>Asdrúbal de la Torre</i></p> <p>17 Escenario de democracia,
<i>Javier Ponce C.</i></p> <p>21 Imaginando el futuro,
<i>ALER</i></p> <p>26 Capacitación radiofónica en
los nuevos tiempos,
<i>María del Carmen Cevallos</i></p> <p>28 Clausuran Panamericana de
Uruguay,
<i>Jorge Velásquez</i></p> <p>29 Juventud en FM,
<i>Lourdes Barrezueta</i></p> <p>32 Primeras, populares,
educativas,
<i>Liliana Berta</i></p> <p>35 ¿Qué hacer para instalar una
radio popular?,
<i>Carmen Pueyo</i></p> <p>38 El Club de amigos,
<i>Hernán Gutiérrez</i></p> <p>40 "No queremos una sola voz",
<i>Lourdes Barrezueta</i></p> <p>44 Hacer radio es producir
realidad,
<i>María Cristina Mata</i></p> |
|---|---|

DIAS DE RADIO

A pesar de la censura y
los problemas
económicos
que deben enfrentar,
las radios populares de
América Latina, siguen
ganando espacios.
De su desarrollo depende en
gran parte, una mayor
profundización de la
democracia.



ENTREVISTAS

Dos comunicadores que han hecho de su vida un compromiso con la sociedad: Santiago es uno de los mayores caricaturistas de Brasil, Arturo Pérez Reverte es uno de los corresponsales de guerra de más prestigio.

- 48** Santiago y la caricatura en Brasil: mostrar que el rey está desnudo
Paulo de Tarso Riccardi
- 52** Arturo Pérez Reverte: la vida de un corresponsal de guerra,
Carmen de la Serna

COMUNICACION Y GENERO

En los últimos años se comenzó a dar más importancia a la relación entre género y comunicación, sin embargo, todavía queda un largo camino por recorrer.

- 55** Periodismo diferente,
Yoloxochitl Casas Chousal
- 59** El olvido de la mujer sujeto,
Rosa María Alfaro
- 65** Género, comunicación y desarrollo,
Fabiola Campillo
- 67** Resolución de Ecuador.
- 69** Mirta Rodríguez y "Bohemia",
Lucía Lemos
- 72** El ejemplo de la revista Domingo: Sherezade,
Kintto Lucas
- 73** Análisis de materiales educativos,
César Herrera

DEBATE

- 77** Chiapas: los protagonistas y sus estrategias de comunicación,
Guillermo Orozco Gómez
- 81** Haití: Recuerdos de Truman Capote,
Marcia Cevalos
- 84** Golpes contra la prensa haitiana,
Nellio Palanquet



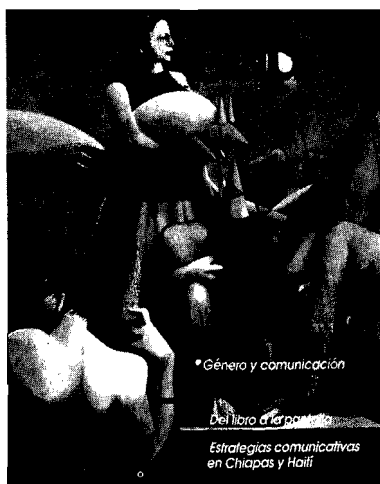
- 86** AVISOS
- 92** UNICEF
- 96** ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 99** RESEÑAS

NUESTRA PORTADA

Yaraví. Oleo sobre tela, 60 x 80 de Washington Iza.

El autor es ecuatoriano y su obra ha sido exhibida en diversas exposiciones nacionales e internacionales.

Taller Línea Luz
Telf. 265 - 608 623 - 619
Quito - Ecuador



*Género y comunicación

Del libro *El lenguaje de la comunicación*
Estrategias comunicativas en Chiapas y Haití

FOTO DE PORTADA INTERIOR

EDGAR NARANJO
MARIUSHKA BONILLA

fotografiARTE

Alemania 876 y Mariana de Jesús
Telf. 553- 829

El olvido de la mujer sujeto

¿Han venido produciéndose investigaciones sobre "Mujer Campesina y Comunicación"? ¿Qué perspectivas han asumido y cuáles son sus resultados? ¿Han acompañado los proyectos de desarrollo en los que participan las mujeres del campo? ¿Cómo han sido percibidas, involucradas y analizadas ellas como sujetos? Estas son algunas de las preguntas que en este artículo la comunicadora Rosa María Alfaro intenta responder.

Una primera constatación nos arroja una gran deficiencia de investigaciones comunicativas sobre la mujer del campo. Si bien existen aportes significativos a los procesos de desarrollo rural y al papel de las mujeres en ellos, en el campo de la comunicación el balance es negativo. Pareciera que las subjetividades femeninas rurales y su interacción, no merecieran ser estudiadas. Ellas son borradas como personas sociales específicas, subsumidas en la noción "campesino" o "rural". Dominan así las ausencias, siendo la comunicación un aspecto que se deduce mecánicamente de los otros, no abordándose tratamientos pertinentes, constituyendo una variable secundaria sin relevancia. Los pocos datos que circulan sobre consumo de medios, dicen poco de la construcción de identidades y de los procesos de socialización de las mujeres del campo, no permitiendo profundizar el conocimiento sobre ellas, contribuyendo -inconscientemente- a simplificarlo.

Pensamos que no es posible investigar la comunicación por sí misma, porque corremos el riesgo de analizarla solo desde su sentido técnico instrumental. Si así lo hiciéramos, nos estaríamos inclinando a estudiarla como un conjunto de flujos distributivos de información, que vienen de un emisor, pasan a través de un canal, llegando a las mujeres receptoras como un movimiento continuo y simétrico, bueno o malo, según posturas ideológicas. De esa manera, desligaríamos a la comunicación de su sentido social, de la



Edgar Naranjo, Ecuador

ROSA MARIA ALFARO MORENO, peruana. Comunicadora Social, integrante de A.C.S. Calandria.

relación existente entre los contextos y los textos socioculturales, entre lo que se consume y la formación de entidades genéricas, entre la comunicación y la construcción de poder, entre la vida cotidiana y las rutas que ésta adquiere para la mujer en contacto con las personas, las instituciones y los medios. Por ello, la necesidad de vincularla interdisciplinariamente a otras dimensiones del saber.

Igualmente se la circunscribe a un conjunto de mensajes o discursos que circulan por la sociedad, sin tomar en cuenta las formas de producirlos y de consumirlos, como de interactuar entre los diferentes sujetos de la sociedad. Es decir, no se examinan las correspondencias y las asimetrías entre modos viejos y nuevos de organización social y comunicación. El campo del desarrollo, ciertamente, ha privilegiado el estudio de contenidos como si éstos lo definieran todo, subvalorando la importancia de las formas, las sensibilidades y los estilos de vida que se van conformando cuando los dialogan e intercambian entre sí, directamente o a través de medios. No se reconoce cómo éstos ayudan a ordenar la vida cotidiana de las mujeres y desde ese solo hecho legitiman espacios, momentos y actividades "propias" de ellas. Es decir, se ha subvalorado el sentido y la importancia de los sujetos y sus relaciones. Prueba de ello, está en el poco interés involucrado para comprender a los medios masivos de comunicación como instituciones gestoras de nuevas profesionalidades -sobre las cuales se podría intervenir-, indagando cómo los comunicadores, hombres y mujeres, perciben, sienten y piensan a las mujeres campesinas, si se dirigen a ellas o no y con qué estrategias. Como tampoco se intenta comprender qué les sucede a las mujeres campesinas cuando consumen y reciben medios y cómo dialoga esta experiencia con otras realizadas en la comunidad y en su vida organizativa.

Los sujetos sociales -en este caso la mujer campesina- son investigados aislada y parcialmente, lo

cual colabora en la gestación de estereotipos sobre ellas y ellos, que como conceptos operantes están articulando las propuestas de comunicación y desarrollo. Así, se suele ratificar que la mujer campesina vive y trabaja como tal, que posee un papel protagónico en la economía la producción del agro, que se organiza y por lo tanto avanza bien, que es resistente a los cambios culturales que defiende a la familia y la comunidad, que su sentido ético sobrevive (figura anversa de la mujer de la ciudad) a pesar de los problemas existentes, etc. De esa manera, se la estaría pensando románticamente, como si los males de la sociedad estuvieran fuera de ella misma, no existiendo dilemas, complicidades y resistencias desde su propia subjetividad y sus complejos procesos de conformación social. Quizá por ello, se supone que ya se la conoce con solo verla y compartir con ella actividades y metas, es decir comprometiéndolo su mundo objetivable.

Podemos así entender por qué hay un desbalance entre estudios económico-sociales y políticos, y los comunicativos que involucran la subjetividad. Sin embargo, las escasas investigaciones empíricas realizadas nos revelan a una mujer campesina que comparte esa actividad con otras, comerciante en cierta época, productora en sus ratos libres, alta consumidora de medios masivos mientras trabaja. Y muestra una gran apertura al intercambio cultural.

Mas aún el uso de medios alternativos para incorporar a la mujer campesina a los proyectos de desarrollo, ha adolecido de dos efectos principales. En primer lugar ha supuesto la no integración de ésta a las sociedades, señalando su aislamiento absoluto y denunciando a los medios masivos por ser inoperantes o dañinos conscientes. Y de otro lado, los agentes de desarrollo han expresado y enfatizado su voluntad transformadora por sobre las posibilidades reales de conseguirla, pues no han tomado en cuenta los conflictos y asimetrías comunicacionales existentes.

Por lo tanto, contamos con un capital investigativo aún pobre y par-

cial, que demuestra olvidos básicos sobre las características particulares de las mujeres campesinas, no dando cuenta de la complejidad de tal abordaje, ignorando inclusive las múltiples diferencias existentes entre las mismas.

Mirada humanizadora y comprensiva de la mujer

De la perspectiva crítica desarrollada, podemos deducir ya la propuesta de un nuevo enfoque en el análisis comunicacional: el de comprender a los sujetos y a los diálogos o silencios construidos entre ellos, como relaciones de diverso tipo y sentido que se van conformando y respondiendo dinámica y constantemente en la sociedad.

Cuando decimos "comprender", promovemos el encuentro del conocimiento con su responsabilidad social, porque las mujeres no seríamos así objeto sino sujeto del mismo, incluyendo a quienes investigamos. De esa manera, le damos nacimiento a una preocupación por su pasado en el presente y hacia el futuro, no solo como corroboración científica, sino como interés por su desarrollo. Es decir, comprometemos la práctica y su transformación.

Y al afirmar a la comunicación como un conjunto de relaciones que

se gestan, queremos entenderla en la interacción humana que ésta facilita. No habrían, por lo tanto, mujeres pasivas, aunque sean consumidoras seducidas por un cantante o una protagonista de telenovela, o ante un gobernante o frente a su propio cónyuge. Ella piensa, se involucra en determinadas emociones y sentimientos, elige, decide y cambia, interactúa comprometiéndose con quienes observa o dialoga. Si bien es víctima, no lo es absolutamente, pues participa de las opresiones de género. Lo que debemos averiguar es qué tipo de relaciones allí se gestan y por qué, indagando sobre los sentidos de género que se van conformando. Como también, requerimos indagar sobre los usos personales y sociales que las mujeres le dan a las relaciones que van edificando, analizando similitudes y diferencias, acuerdos y desacuerdos.

Reivindicar el mundo subjetivo de las mujeres campesinas, nos llevaría a la comprensión individual de cada una de ellas, permitiendo que la psicología sea el más auténtico aporte al cambio personal -quizás el único-, lo cual es inviable desde el punto de vista del desarrollo.

Voluntad integrativa en la mujer campesina

Se constata una voluntad de integración social y cultural de las mujeres campesinas, marcada por dos líneas. Incorporarse más protagónicamente al interior del mundo rural, dada las urgencias que plantea la crisis, en una perspectiva de búsqueda eficaz de una mejor vida. Y participar más ampliamente, intercambiando con el mundo urbano y de lo que allí proviene.

Las mujeres campesinas se han venido comprometiendo en el diálogo con las autoridades, tanto locales como más amplias, para conseguir la satisfacción de sus demandas, sean éstas referidas a la alimentación o la salud familiar, como a la defensa de la seguridad humana en momentos de violencia. En todos los casos, las situaciones límites de pobreza y conflicto político, han permi-

tido que esta voluntad se vaya conformando. Ellas, han manifestado así su sentido de integración social, porque comprendieron que ningún beneficio es posible sin ella. Si a la vez añadimos el papel pionero que han tenido las mujeres migrantes en las invasiones urbanas, como las reivindicaciones conseguidas por ellas y que benefician a las campesinas, podríamos hablar de movimientos de incorporación social asumidos por mujeres del campo y la ciudad, aunque de manera diferencial.

La búsqueda de articulación familiar, ante los procesos de migración de distinto tipo que ocurren en las últimas décadas, es un fenómeno importante, aunque poco investigado. Pero se conocen historias particulares, donde ellas provocan encuentros y comunicaciones que reúnen aunque sea circunstancialmente a las familias desmembradas. Las mujeres campesinas reclaman una orientación familiar, manifiestan su descontento por el tipo de vida que llevan actualmente, demandan nuevos modelos de ser mujer, especialmente las jóvenes, los que no son pensadas de manera confrontativa. Sin embargo, la comunicación comercial ni la alternativa han sumido estas demandas.

Hay procesos de cambio iniciados por las mujeres campesinas que se ven frustrados cuando éstos se ponen a prueba al relacionarse con los hombres. La autoridad patriarcal está inserta y arraigada en las culturas rurales de hombres y mujeres.

Por ello, las propuestas autonómicas para las mujeres han tenido poco éxito en el campo, excepto cuando comprometen los roles asignados culturalmente a ellas. Mas bien las mujeres campesinas han estipulado la importancia de modificar las relaciones entre hombres y mujeres, comprometiendo a ambos. Las figuras integrativas familiares y sociales están muy presentes en las dimensiones genéricas posibles a fomentar. Lo cual puede albergar sentimientos débiles de autoestima, pero sí enmarca el sentido integrativo de la pareja que otros procesos de liberación -por el contrario- requieren objetar más radicalmente.



Edgar Naranjo, Ecuador

En los pajonales

El placer y el entretenimiento como motivos y experiencias comunicativas suelen ser subvalorados en el nivel simbólico. Pues si bien las mujeres disfrutaban de esas actividades, éstas no son nombradas públicamente como un valor, al cuestionar el rol heroico maternal asignado a la mujer y aceptado por ellas. Los proyectos de desarrollo, debían considerar tal dimensión de expresión y realización personal y colectiva, la que es profundamente integradora.

Podemos concluir que si bien, las mujeres campesinas durante este siglo, han sido fieles defensoras de la tierra y del agro, asumiendo inclusive las tareas de los varones cuando éstos deben buscar trabajo en otros lugares, hoy percibimos el nacimiento de una voluntad integrativa que se manifiesta de distintas maneras, ante los cambios sociales y culturales vividos y la desestructuración familiar.

La integración desde los medios masivos de comunicación

En este siglo, los medios han posibilitado transformaciones importantes. En primer lugar, han permitido

que grandes sectores de la población pasen de una cultura basada en la comunicación oral hacia una audiovisual sin haber pasado por la escritura, excepto como requisito formal de captación social. El libro, su lectura y escritura, no forma parte del diálogo y los intercambios culturales cotidianos entre mujeres campesinas y de éstas con el resto de la sociedad. De allí que muchas informaciones estadísticas nos hablen del creciente acceso de los sectores campesinos a los medios, incluyendo la televisión (a electricidad y batería), donde la radio es el medio más extendido y de carácter unifamiliar. Por ello, poseer ambos medios resulta hoy una necesidad básica, percibida así por los propios campesinos, como factor de integración hacia ámbitos más amplios.

Así, se han ido conformando y legitimando modos diversos de comunicación. Se comparten las interrelaciones directas como factor de conformación cultural. Pero también se participa del consumo de medios como entes centralizadores y gestores de nuevos conocimientos e interacciones entre sujetos. Y se han inaugurado formatos nuevos y

concretos como pequeños programas culturales de interacción: la información, el humor, los consultorios, los concursos lúdicos, los melodramas, etc.

Igualmente, se han posibilitado contactos ficcionados entre el mundo local, regional, nacional e internacional, no solo por los mensajes que se representan en los medios, sino por el modo transnacional de producirlos y hacerlos circular. Lo que se oye y lo que se ve sirve para conocer lo que es imposible comprobar directamente y realizado por productores de otros países. Todo lo cual permite a las mujeres que se piensen y perciban como personas sociales de una globalidad amplia y compleja que antes que entender deben aceptar y disfrutar. Tal fenómeno se relaciona con el incremento de la migración hacia los países desarrollados. Sería interesante saber cómo esto afecta la participación y la comprensión del mundo de la mujer campesina.

La radio sirvió para que las mujeres campesinas se conformaran como consumidoras, cuando las dificultades de serlo en otros ámbitos de la economía solo le permitían una deficiente e irregular incorporación al mercado. Asimismo éstas fueron constituyéndose como públicos femeninos masivos, al lado de otras identidades, las cuales requerían de ofertas específicas. La conciencia de la diferencia con los hombres a partir de programas para mujeres, como "La Dra. Corazón" más o menos similares a las mujeres populares de la ciudad les permitió desarrollar sensibilidades masivas más allá de las familiares y locales. Inclusive, es significativo el intercambio e identificación que se produjeron con la música mexicana (y el cine), hasta en el pueblo más alejado. En últimas indagaciones, encontramos cómo mujeres de comunidades nativas de la selva gozan con cantantes y músicas modernas tropicales, más que los hombres. Ellas no contraponen lo propio local, con lo que viene de otros. Mejor dicho perciben la integración no como una amenaza contra su cultura, sino que más bien la enriquecen.



A la orilla del camino

Edgar Naranjo, Ecuador

El placer y el entretenimiento como motivos y experiencias comunicativas suelen ser subvalorados en el nivel simbólico. Pues si bien las mujeres disfrutan de esas actividades, éstas no son nombradas públicamente como un valor, al cuestionar el rol heroico maternal asignado a la mujer y aceptado por ellas.

La importancia que adquiere la telenovela en el mundo rural es creciente, lo cual confirma la visión afectiva del mundo femenino y su sentido de espera en cada capítulo del interminable continuará. Pero ésta se consume colectivamente, entre grupos familiares amplios o amistades.

En este nivel de lo masivo, comprobamos modos diversos de integración de las mujeres y los hombres a la sociedad. Si bien, a nivel de las preferencias y los gustos hay sentidos que hablarían de una igualdad cultural en algunos aspectos, habrían también diferencias. Ambos gustan y se reconocen en lo informativo, lo musical, los concursos y la participación, conformados por la radio y continuando con la televisión. Habría sin embargo, un énfasis de interés en los hombres por las ofertas deportivas y político informativas, mientras que las mujeres se inclinan más hacia lo novelado, el consultorio y la música romántica. Para los varones el consumo de medios se relaciona fundamentalmente con momentos de ocio, mientras que ellas comparten la vida y el trabajo doméstico con la radio y la televisión, lo cual podría señalar modos distintos de asumir ocio-trabajo-placer por ambos.

Finalmente, quisiéramos alertar sobre una consecuencia lamentable de la diferenciación de ofertas según géneros. No ha posibilitado un mejor acercamiento de la mujer a la política. Los informativos siguen percibiéndose como noticias de actualidad que sirven para conversar y formar una opinión que se puede compartir con otros, es decir se compromete con los procesos de socialización, pero no necesariamente con los formativos de la identidad.

Organización de mujeres y sentido de ciudadanía

En la mayoría de nuestros países, se han venido desarrollando experiencias de organización femenina, las cuales han viabilizado una mayor participación social de las mujeres campesinas.

Sin embargo, se ha sobrestimado la importancia de la organización po-

pular de mujeres, como factor de desarrollo y de subversión de las relaciones desiguales entre hombres y mujeres. Si éstas no se asumen provocando proceso educativos específicos, espontáneamente no crean condiciones de cambio perdurables y de suficiente profundidad. Uno de los aspectos cuestionantes se refiere a que las identidades colectivas no siempre comprometen a las individuales.

Formar mujeres ciudadanas y democráticas es una tarea difícil. La comunicación puede tener un papel clave en la superación de estas deficiencias, consiguiendo un mejor diálogo y acercamiento entre dirigencias y bases, usando o no medios de comunicación. Porque suelen hacerse capacitaciones comunicacionales que fomentan mayores relaciones antidemocráticas.

De igual manera, hay un peso excesivo de denuncia y queja en las demandas sociales de las mujeres, frente a las autoridades. La capacidad de obtener diálogos respetuosos, donde las propuestas alternativas de las campesinas den origen a negociaciones es algo a obtener, no existe como cualidad espontánea en las mujeres.

La comunicación alternativa o popular, en la medida que se ubique en estas perspectivas educativas de participación e inclusión social, podrá aportar a la gestación de protagonismos democratizadores e igualitarios de la mujer en la vida social y política.

Hacia una emancipación de género viable

La perspectiva de género ha adquirido una categoría de discurso oficial. Es una afirmación que requiere declararse cual dogma de fe contemporáneo. Y lamentablemente su formulación no siempre está fundamentada en avances de conciencia y en precisiones concretas y profundizadas que le den corporeidad y sentido. No podemos permitir, que sea un discurso de moda y ambiguo, sin prácticas, místicas y argumentos que lo sustenten.

Requerimos comprender y resituarnos desde la perspectiva de las



Preparando la comida

Edgar Naranjo, Ecuador

mujeres campesinas varias, las relaciones entre ellas mismas y con los hombres, mirando sin embargo hacia el desarrollo como movimiento liberador global. Para ello deberíamos desarrollar más investigaciones que nos ayuden a precisar un sentido procesal educativo (procesos de aprendizaje) de la perspectiva de género. Muchas veces ésta se define desde las características del mundo urbano o desde prototipos estereotipados de la mujer campesina. Las estrategias comunicativas deben partir de conocimientos más precisos.

La variable generacional es importante de incorporar. Las mujeres jóvenes no pueden ser igualadas a las adultas, como suele hacerse. La vida moderna ha incrementado tales diferencias, produciéndose inclusive distancias y tensiones entre unas y otras, las que son necesarias de cubrir y resolver.

Estrategias comunicativas a rediseñar

De lo anterior, surgen algunas líneas estratégicas de trabajo, que proponemos:

1. Investigaciones que permitan acumular conocimientos suficientes y diversos sobre las mujeres campesinas, para ayudar a dise-

ñar estrategias adecuadas. Se recomienda asumir una perspectiva cultural en el análisis que permita recuperar los mundos subjetivos de las mujeres relacionándolos con los objetivos de discriminación de género.

2. Hace falta desarrollar experiencias comunicativas que permitan la expresión y el procesamiento de las subjetividades de las mujeres campesinas, desde la construcción y el ejercicio de su propia palabra: el relato y las historias de vida, pero entrecruzadas por la opinión o el comentario.
3. Se deben incorporar los aspectos individuales y afectivos en la gestación de comunicaciones y solidaridades femeninas, no para romper los lazos familiares sino para orientar su reformulación.
4. La educación política ciudadana constituye una nueva estrategia comunicacional, lo cual significa propiciar la participación política individual, pudiéndose presentar materiales educativos que fomenten la discusión sobre la coyuntura y la relación entre organización popular y ciudadanía política.
5. Empezar acciones educativas y comunicacionales que tengan

como beneficiarios a los hombres, y de manera mixta, desde una perspectiva de género. Lo cual no significa negar la importancia de conquistar y mantener espacios para ellas.

6. Las mujeres requieren de propuestas comunicativas adecuadas a ellas, como también de aquellas que puedan compartir con los hombres y las autoridades, fomentándose los diálogos respectivos.
7. Los formatos informativos deben acercarse a las subjetividades femeninas, permitiendo que las mujeres se interesen por el poder y la política (desatanizándola). Eso supone reformular los informativos y fomentar la participación de las mujeres campesinas en ellos.
8. La presentación de nuevos y variados modelos de ser mujer y varón, como también de diferentes discursos de igualdad, permitirán que las mujeres puedan reflexionar, dialogar y optar, de manera y participante, ejerciendo su libertad.
9. Para todo lo anterior, se deben combinar esfuerzos para provocar procesos comunicacionales con la participación directa de las campesinas en el mundo de la comunidad local; con el apoyo de los medios producidos por instituciones privadas y del Estado; pero se deben programar acciones de sensibilización y capacitación para periodistas y comunicadores, lo que permitirá ampliar los ámbitos de influencia.
10. Lo comunicativo es un terreno de urgente intervención educativa, usando estrategias que puntteen a la dimensión individual como a la colectiva, de las mujeres campesinas. Especialmente, ellas, requieren aprendizajes para poder construir su propio discurso público en relación con los demás, a establecer estilos comunicativos democráticos propios relacionados con la política, a crear relaciones sólidas internas en sus organizaciones y trabajar su proyección externa hacia la opinión pública. ●