Las mujeres: nuevos sujetos políticos

Apuntes de una experiencia

Sara Lovera

En México la prensa ha jugado un papel político concreto, compartiendo el proceso histórico del país desde la formación de su Estado independiente. Su tarea observadora y testigo de los acontecimientos, su capacidad crítica y su influencia en el juego de intereses, como instrumento de mediación simbólica entre el Estado y la sociedad, le valió el calificativo de cuarto poder.

Como instrumento de propaganda, capaz de manipular, omitir, desinformar y orientar a la opinión pública, la prensa interviene con su carga técnica e ideológica en los espacios electrónicos, televisivos, de cable y fibra óptica, medios que consiguen hacer circular las ideas, verdades y puntos de vista sobre el acontecer de la sociedad casi instantáneamente.

Los diversos sistemas de información y noticias invaden hoy grandes espacios de los sistemas editoriales, radiados y televisivos. A estos sistemas se le atribuyen poderes y responsabilidades diversas: el de la denuncia, por ejemplo, o el de la complicidad. Su carácter formativo y educativo opera dentro de un sistema más complejo de comunicación, en los espacios de producción de imágenes y perfiles humanos.

En el siglo pasado la prensa —a través del solo instrumento de la palabra escrita— fue el espacio de expresión de la lucha de facciones entre liberales y conservadores; durante la etapa armada cumplió la tarea de difusión e información de las corrientes ideológicas y en combate, formó parte de la arena pública donde se debatían los distintos proyectos de nación que buscaban la hegemonía y el poder. Existen testimonios que indican que en estos espacios muchas mujeres dijeron su palabra y otras muchas crearon espacios propios.

En el momento en que se consolidó "el Estado Revolucionario" y se crearon las "instituciones", la prensa se convirtió en instrumento y parte del nuevo grupo gobernante. No podríamos determinar en qué momento prensa y poder en México fueron lo mismo. Ha sido una excelente y eficiente aliada, funcional a los intereses y necesidades del poder instituido que se profundizó en la misma medida en que el Estado Revolucionario fue perdiendo su compromiso con la sociedad y consolidó una estructura corporativa y autoritaria, tal y como hoy la conocemos. Si tuviéramos que calificarla: la prensa industrial y de gran tiraje ha sido y es un espacio patriarcal por excelencia. No sólo porque es confeccionada mayoritariamente por varones, sino por su estructura vertical, donde lo que se considera político —el mundo de lo público— es preponderante, y porque omite, en general, dar voz a amplios sectores de la sociedad, e invisibiliza lo que proponen, desean, piensan y sufren las mujeres.

En función de esta realidad —aunque hubo prensa independiente y prensa de mujeres a finales del siglo pasado— tal vez el movimiento feminista de los años setenta no quiso tener nada que ver con la gran prensa. Ahí, se dijeron las feministas: "Nada tenemos que hacer". Operó así una especie de divorcio sin matrimonio.

Sin embargo, la prensa ha sido un espacio privilegiado que puede utilizarse para diversos fines. Su incorporación a los revolucionados instrumentos tecnológicos de los medios masivos de comunicación la mantienen con ese "poder" de influencia capaz de convertir una idea o un hecho supuesto en verdad absoluta.

A pesar de ello, en la sociedad mexicana —más de 90 millones de habitantes— la gran prensa opera hoy como un soporte del Estado instituido y al mismo

tiempo funciona como eje político de presión. A partir de los años sesenta la prensa tradicional ha venido conviviendo con espacios "independientes" o culturales en todos los sistemas comunicacionales de la prensa escrita o la televisión o el correo electrónico, éste de alcances incontrolables. Existe la convicción entre muchos actores del mundo de la comunicación y la producción noticiosa de que es posible mantener y acrecentar estos espacios. Ahora mismo se discute el cómo y en qué forma la información puede y debe democratizarse.

En México se editan más de 350 diarios y operan cerca de 1 200 radiodifusoras y 600 sistemas de televisión, redes de comunicación computarizadas de la cuarta generación, conexiones vía antenas parabólicas mundiales, tejidos de fibra óptica, transmisiones de vía satélite, presencia de superconductores, etcétera.

Los tirajes de medios impresos son millonarios. La edición de diarios, revistas, impresos especializados y circulación de análisis políticos de la más distinta índole pueblan todo el panorama nacional.

A pesar de ello existe un público limitado en cuanto a la lectura y existencia de publicaciones especializadas y alternativas, espacios en donde se desarrolló a partir de los años setenta la palabra específica de las mujeres, que sin embargo no ha podido influir realmente en un proceso democratizador. La prensa es un espacio de masculinidades casi exclusivamente. Tampoco han variado las características y los enfoques informativos de la prensa comercial.

En los últimos veinte años la presencia femenina en la manufactura informativa ha ido creciendo geométricamente. Existen diarios, revistas, estaciones de radio donde las mujeres pueden llegar a constituir hasta más del 50% del personal: ellas —nosotras— elaboran, corrigen y jerarquizan la información, en general con la misma mirada que los varones. En distintas regiones del país las mujeres nacidas en los años cincuenta heredaron la propiedad de múltiples estaciones de radio de alcance reducido; hay un mayor acceso a cargos de decisión en las casas editoriales y aún en la planeación y confección de noticiarios y programas televisivos de entretenimiento y reflexión.

Dentro de esta realidad existen, por otra parte, diarios editados en la capital de la república que se han convertido en instrumentos populares, de lectura geométrica, que en general afirman los patrones tradicionales de hombres y mujeres.

En 1987, dentro de *La Jornada*, nació la primera publicación industrial feminista —*Doble Jornada*— que habría de ser fundamental para documentar la nueva condición social de las mujeres, su nueva presencia política y social. Si bien la existencia de esta publicación mensual abría una gran perspectiva para documentar la condición femenina, pronto supimos que no era suficiente. Ningún diario capitalino siguió el ejemplo de *La Jornada*, pero actualmente diarios regionales han abierto espacios específicos; después de *Doble Jornada* también nacieron revistas industriales que podrían calificarse como feministas y muchos espacios de radio que ya no sólo se dedican a la belleza y a la consejería doméstica.

A pesar de ello puede afirmarse que los medios de comunicación masiva, cuya influencia es muy variada, siguen ocultando el accionar de las mujeres y con ello están a la zaga del proceso democrático del país. Sería suficiente mencionar que las mujeres, además de constituir más del 50% de la población, representamos el 33% de la fuerza de trabajo; actuamos indistintamente en decenas de espacios de la llamada "sociedad civil"; nuestra actividad política-social es soporte importante de los movimientos sociales y democráticos. En los partidos políticos estamos actuando y colaborando en proporciones muy respetables. No obstante, seguimos invisibilizadas. Nuestros asuntos no parecen ser asuntos de la nación.

En 1984, fecha de nacimiento de *La Jornada*, el movimiento feminista y el movimiento amplio de mujeres habían crecido y su propuesta, aún desde los espacios alternativos y/o limitados, se había logrado enraizar en el pensamiento y acción de un segmento de la sociedad. La mayoría de los medios ignoran este hecho; no están reflejando este crecimiento y no dan cuenta del fenómeno: las mujeres se han (nos hemos) convertido en un nuevo sujeto político.

Desde el movimiento de las mujeres había pocas experiencias sistemáticas para "asaltar" los espacios de los llamados "mass media", y era impensable proponerse utilizarlos en nuestro beneficio, a despecho de romper las reglas que la prensa se ha dado para actuar; es decir, a pesar del

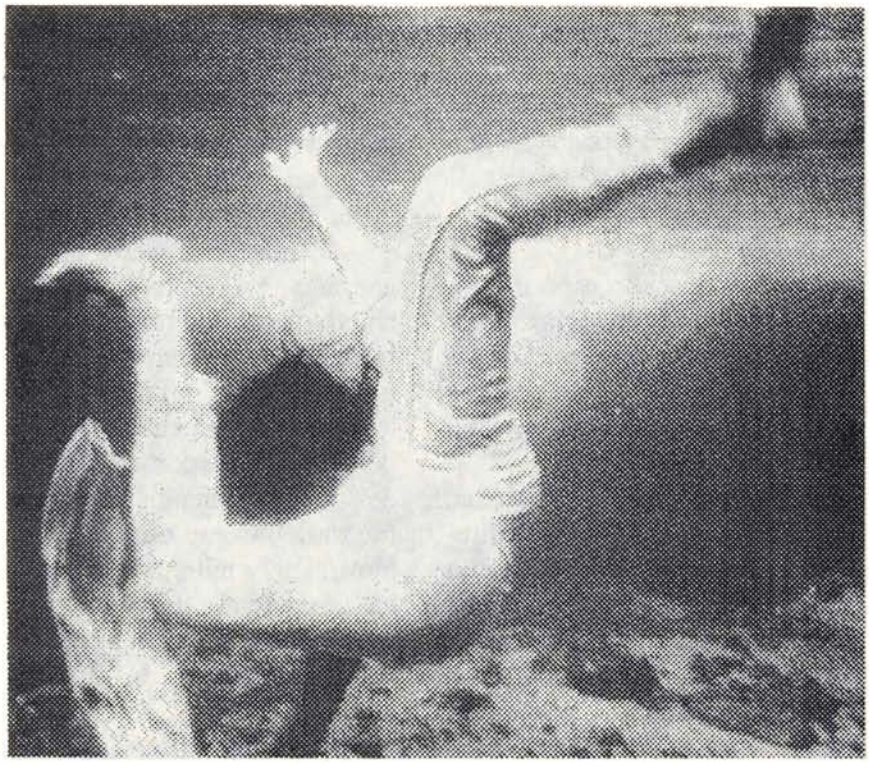
modo como confecciona, presenta y ofrece sus productos.

Existen suficientes motivos para suponer que en este fin de siglo las mujeres cobraremos mayor importancia e influencia en los cambios por venir. De ahí la necesidad de poner nuestros asuntos —los de las mujeres— en la opinión pública, con propuestas, reflexiones, análisis e información, suficientes y sustantivas que equilibren y democraticen los medios de comunicación.

En este propósito estamos empeñadas muchas comunicadoras. Estamos trabajando conjuntamente para hacer visible el papel y desarrollo de la mujer mexicana, el conflicto entre los géneros, las propuestas alternativas, la búsqueda de mejores condiciones de vida. Suponemos que es necesario crear un vínculo entre quienes están preocupados/as por la condición femenina y el quehacer de la comunicación, que vimos es de la mayor importancia en nuestra época.

Esto requiere de un profundo cambio de actitud, no solamente de los editores de diarios y revistas, noticiarios y sistemas comunicacionales, sino de quienes somos responsables de captar y elaborar la información. Es también tarea de los distintos poderes que emiten las informaciones.

Esta tarea no es sencilla, proponemos cambiar la estructura de fondo con que operan los medios, no solamente para abrir espacios a quienes no tienen voz o para reflejar el verdadero actuar de los actores de los procesos democratizadores, también invisibilizados. No podemos hablar de democracia, dando versiones



parcializadas de la realidad social.

El Centro de Comunicación en Información de la Mujer (CIMAC)

Así fue cómo un pequeño grupo de periodistas profesionales, instruidas en el modo de hacer de esta prensa supeditada al poder, patriarcal y por eso influyente, que decidimos "asaltarla". Queríamos algo más allá de la influencia que podríamos tener desde *Doble jornada*. Algo más abarcador, más decisivo, porque también sabíamos que no era suficiente la tarea que hacía la prensa llamada alternativa o los espacios que habíamos arrancado, como tarea individual, en algunos medios.

Antecedentes

Las informaciones que transmitía la prensa común, la gran prensa, eran reflejo del poder. Por lo tanto sabíamos que no había lugar suficiente para distribuir nuestras ideas. Durante el primer lustro del nuevo movimiento feminista, innovador y hasta revolucionario, pensábamos, no tuvo más reflejo que aquél que realizaban las propias feministas en espacios delimitados de la gran prensa: un gran debate en la revista *Siempre,* artículos sueltos en *Excélsior* y pequeñas notitas descriptivas en *El Día*, si acaso algún editorial relativo a las demandas más "noticiosas" como el caso del aborto.

Paralelamente, desde los diarios, los programas informativos de la televisión y la radio, se nos impugnó a más no poder. Pronto las feministas tuvimos una imagen "poco aceptable": brujas, aborteras, lesbianas, mujeres amargadas, etcétera.

La respuesta inmediata, desde el movimiento —caso mundial—, fue crear nuestros propios espacios; hubo una gran lucha por acceder a los medios masivos

de tipo cultural; algunas barras noticiosas y de reflexión hacia la mitad de los años setenta que sin embargo no lograron hacer variar esa imagen "poco aceptable".

También creamos nuestros medios: revistas —como *Fem*—, programas de radio específicos y medios caseros que lograron por fortuna influir sobre todo en las universidades, donde ahora se estudian los géneros. Pero no más.

Mientras todo ello sucedía, en el interior de las casas editoras y en la programación de radio y televisión se experimentaba una transformación. La tarea periodística, antes reservada a los varones, se feminizó, por el número de sus "obreras de la tecla" entre 1973 y 1985. Actualmente en todo el país la profesión es casi femenina. Obviamente quienes poseen los medios y los cargos de mando son todavía principalmente varones, como en política o en la industria.

Esta transformación no fue aislada. En estos mismos años creció y se multiplicó el movimiento amplio de mujeres, como sabemos.

El surgimiento

Dentro del movimiento feminista hubimos quienes, mayoritariamente en los medios electrónicos, nos acogimos a la militancia. Ser militante feminista en un diario donde todo es competencia, protagonismo y lucha a muerte por ser el/la primera. La situación se convirtió por lo menos en esquizofrénica. ¿Cómo hablar de igualdad, si en lo único que pienso es en ganarle la nota a mi compañera de escritorio...?

Pero las redacciones se fueron poblando de mujeres. Surgieron a mediados de los años setenta los sindicatos independientes y una nueva versión de gremio entre periodistas. Eso ayudó.

Además las mujeres que llegaron a los diarios oscura o abiertamente fueron relegadas, hostigadas y frecuentemente menospreciadas. Era una proeza en los años ochenta cubrir la fuente política o ser reportera de grandes acontecimientos. La lucha fue dura. ¿Cómo exigir desde el movimiento feminista, desde la ideología feminista, a las periodistas una actitud de aliadas? si nos encargábamos de atacar sus publicaciones.

Éste fue el duro comienzo. A pesar de todo, algunas insistimos. La palabra de las mujeres empezó a prestigiarse a través de algunas periodistas. No son pocos los ejemplos de profesionales de primera fila, capaces de medirse con los varones en la tarea cotidiana, y para qué hablar de las analistas y escritoras, ¡tenemos un titipuchal!

Pero... y ahí está el pero: los diarios no cambiaron. En el fondo y la superficie los diarios siguen narrando "la lucha de las facciones", "los entretelones del poder" y "los grandes acontecimientos de la sociedad". La lucha, los deseos, las fatigas de la mitad de la población no son noticia.

El despegue

La nueva prensa ofreció algunas alternativas. En medios como *Uno más Uno* y *Proceso* se abrieron las páginas para la creciente y ahora robusta llamada "sociedad civil", para la crítica sistemática y fundada al sistema. Los asuntos de las mujeres, no obstante, continuaron siendo de segunda. A menos claro, que como en los años treinta, algunas de sus luchas fueran previamente bendecidas por el poder. Ahí están las miles de cuartillas sobre nuestros derechos y aspiraciones publicadas en 1975; las ocho columnas de *Excélsior* —cuna de la creación del Día de la Madre— sobre la violencia intrafamiliar motivo de discurso electoral de Ernesto Zedillo, y más recientemente la cantidad de cuartillas escritas en torno a Beijing, y el *Programa Nacional de la Mujer*, que ha puesto en marcha el gobierno de la república.

Sin embargo no es noticia de primera plana la violación de indígenas y campesinas en el campo minado que es México y en las zonas de creciente militarización; se registra una reunión continental sobre violencia intrafamiliar, pero se oculta el proceso contra Claudia Rodríguez (la mujer que en un acto de defensa propia mató a su violador), por ejemplo.

Contradictoriamente, lo real es la feminización en el mundo de la comunicación.

Fue así como surgió el Centro de Comunicación e Información de la Mujer (CIMAC) y su propuesta. En el mejor ejercicio de imitación y al ritmo del movimiento emergente de la sociedad civil y la madurez del movimiento feminista decidimos trabajar con nuestras herramientas para hacer visibles a las mujeres a través de una agencia de noticias que empieza a tener alguna influencia en espacios y lugares precisos.

♦♦♦

Formamos una red, de hombres y mujeres de los medios, que actualmente opera en 28 entidades del país. También hemos venido perfeccionando alternativas de información democrática que sean un soporte para las iniciativas de los partidos políticos, las organizaciones sociales y de mujeres.

En el CIMAC se siguen tres rutas importantes:

a) Trabajar discutiendo e innovando con las "obreras de la tecla": las mujeres reporteras que tienen como trabajo cotidiano recopilar informaciones y transmitirlas, por cualquiera de los medios. Es decir, sin aspirar o pretender hacer tarea de "gremio", sí enlazarnos para hacer una faena común: mirar a las mujeres desde otra perspectiva e informar sobre lo que desean, hacen, piensan, innovan o luchan, sin prejuicios.

Celebramos talleres y reuniones constantemente. En dos años hemos recorrido el país. Hay pequeños núcleos de "periodistas sensibilizadas" en Puebla, Baja California, Nuevo León, Coahuila, Durango, Sonora, Guerrero, Oaxaca, Querétaro, Tabasco, Chiapas, Jalisco, Veracruz, Colima, etcétera. Las periodistas reflexionan sobre su trabajo, se fortalecen entre sí y prestigian sus informaciones.

Como resultado de estas reuniones —en algunas entidades se han repetido—, las reporteras han empezado a buscar a las mujeres organizadas de sus entidades como fuente de información; otras se han comprometido con algunas causas y crean redes autónomas para hacer lo mismo.

b) Desde el CIMAC, como agencia de servicio, se confeccionan informaciones todos los días, para ser publicadas, pero también son soporte de discusiones y análisis de grupos y organizaciones. Esta información circula entre más de cien periodistas enlazadas/enredadas.

También desde ese espacio hemos formado una especie de central de intercambio, información interred que ha permitido a las periodistas más curiosas entrar en ese mundo "subterráneo y secreto" del lenguaje feminista.

c) En el CIMAC, adicionalmente, el equipo profesional de periodistas que lo compone se encarga de "cubrir" las actividades, propuestas, iniciativas, del movimiento feminista, del movimiento amplio de mujeres, de las instituciones o personas, para mantener al día su acervo informativo, lo que nos permite a todas estar suficientemente informadas. Es decir, practicamos con tesón la circulación de información interna, sin tapujos y sin secretos.

Tras estas actividades trabajamos en la discusión y reflexión del mundo de las comunicaciones con una visión ética y democrática, con el objetivo final de cambiar de fondo la estructura patriarcal y parcializada de los medios.

Las tres tareas han permitido, adicionalmente, crear entre nosotras una corriente solidaria, profesional y de trabajo, muy interesante. Hemos empezado a influir, a penetrar con otro hacer, con otra palabra, en los medios más cerrados o distantes. Lo mismo en una agitada capital como Acapulco que en la costa chica de Guerrero, igual en la capital de Chiapas que en la de Baja California.

En la red —de contactos, tareas, trabajos precisos— sucedió algo que no nos propusimos: hay cada vez más hombres interesados en privilegiarse con nuestros secretos. Editores y productores de radio y televisión se han declarado integrantes de la red.

El futuro

Esta red podrá convertirse en una importante aliada de los tiempos por venir, cuando las mujeres del siglo XXI logren al fin existir por sus propios méritos, sin necesidad de tantas pataletas. Las nuevas aliadas, "integrantes del cuarto poder", seguramente estarán dispuestas a embarcarse en sus deseos, necesidades, luchas y éxitos.

El segundo gran paso —todavía incierto— es si esta cadena de voluntades y buena fe puede empezar a influir en el lenguaje de las noticias y si, al mismo tiempo, es capaz de prestigiarse frente a las mujeres que, organizadas, todavía no acaban de construir su política y siguen temiendo a la prensa. Esta tarea no es sólo nuestra, también dependerá de nuestros compañeros periodistas y nuestras compañeras líderes del movimiento.

Pero la red hoy es una realidad que, a quienes la imaginamos desde el CIMAC como sueño irrealizable, nos asusta un poco. Imaginen por un instante una campaña en más de 100 o 200 diarios, revistas, programas noticiosos y noticiarios de televisión sobre algo, lo que ustedes quieran, durante algunos días. Su fuerza, la de cada palabra, hecho o propuesta, de cada una de nosotras, podría ser determinante.♦