

Periodismo Alternativo, Incluyente y de Género SEMIac

La Habana, Cuba, mayo 2008

Por Sara Lovera López*

Preámbulo

La noción de *discurso* propuesto por Foucault, planteado no como palabras y frases verbales traducidas de un pensamiento, sino como eso, como *discurso/práctica* que ejerce poder, abrió una perspectiva a las mujeres feministas a partir de los años 70, para describir las condiciones de todas las mujeres a través de la inserción de un discurso emancipador dentro de los más variados proyectos periodísticos y de comunicación en todo el mundo.

Se abrieron espacios de debate, de conocimiento, de difusión y promoción de las ideas que las hacían vibrar y padecer.

Las feministas de los años 70 siempre tuvieron presente que se habrían de enfrentar a un sistema de valores marcadamente tradicionalista y conservador. A poderosas industrias de la comunicación y a políticas de Estado que excluyeron a las mujeres de la sociedad, la política, el progreso y de los mass media.

Hoy, es claro, las mujeres estamos enfrentadas a un limitado acceso a los instrumentos y tecnologías de la comunicación y a un modo periodístico que va a la zaga de la realidad.

Ello, a pesar del avance de las mujeres en muchos campos. Y todavía los temas de inclusión, igualdad, condición comparativa de hombres y mujeres, sigue atrapado por las políticas editoriales de los más diversos medios de comunicación.

Sólo la imaginación, la tenacidad y el coraje hicieron posible abrir hendiduras sistemáticas y eficaces desde donde las mujeres logramos lanzar consignas y reflexiones por todos los medios y de cara a la sociedad. Y hoy estamos contribuyendo al análisis genérico de la realidad.

El reto, manifiesto en los años 70, principalmente tras la realización de la Primera Conferencia Mundial de la Mujer (México 1975), era llegar a las grandes masas, a la opinión pública local, nacional e internacional, para poner en la

discusión lo que hoy conocemos como el conflicto entre los géneros, que en el fondo es el conflicto del poder.

Era necesario cambiar el curso de los acontecimientos. Había que enfrentar, en 1975, cuando ya habían salido a la calle las europeas, a una prensa que hostigaba y maltrataba a las mujeres. La misma que ocultó durante décadas la organización y las demandas de las feministas, la que oculta realidades antes invisibilizadas, como los fenómenos de la homosexualidad, el nuevo tipo de familia, la competencia laboral y sus secuelas entre hombres y mujeres, la aparición de nuevos actores en la lucha de nuestros pueblos y las propuestas del sur.

En esos años, en el movimiento feminista, la reacción fue crear sus propios medios, para informarse entre ellas; todavía hay quien cree en ello. Pero la apuesta es llegar a toda la sociedad, a la opinión pública, dando voz y ampliando nuestra propia voz, si lo que queremos es contribuir a la transformación del mundo.

En ese contexto nació la iniciativa que hoy conocemos como SEMIac, agencia de noticias de las mujeres de América Latina y el Caribe, de la que nos ocuparemos hoy.

Los orígenes de SEMIac

Luego de la Primera Conferencia Mundial de la Mujer, asistimos en 1978 a la aparición, diría atrevida, moderna, visionaria, de un servicio internacional de noticias de y sobre las mujeres.

Indirectamente el mensaje era salir de nuestro ghetto.

De cara al diagnóstico de la condición social de las mujeres que los gobiernos tuvieron claro en 1975, era incontrovertible que las periodistas estaban invisibles, a pesar de que hacía al menos 70 años que las mujeres ya incursionaban en los periódicos en todos los países de América Latina y seguramente en Estados Unidos y Europa.

De las entrañas de la Década de la Mujer de Naciones Unidas (1975.-1985), el equipo de Tribuna de la Mujer de la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer de la ONU, se pensó en una vía pública, periodística, para difundir las buenas nuevas, suscritas por los gobiernos que se comprometieron a impulsar el avance de las mujeres, a través de políticas estatales y cambios legislativos.

Así nació lo que conocemos como **Women's Feature Service (WFS, Servicios Periodístico de Mujeres)**, con el liderazgo de Anita Anand.

En principio fue un servicio especial de información constituido por una Red de Mujeres Periodistas, que la convirtió en muy poco tiempo en la Oficina Informativa de la Mujer, (OIM), y así se llamó.

Nació con el apoyo económico y el respaldo de UNESCO.

A partir de 1981, se estableció un acuerdo entre la OIM e IPS y se fundó SEM (Servicio Especial la Mujer), que tendría una independencia relativa, ya que dependía logística y financieramente de IPS.

La sede central se encontraba en la India y hasta la fecha opera como una organización independiente desde Nueva Delhi.

La WFS en América Latina, conocida hoy como Servicio Especial de la Mujer de Latinoamericana y del Caribe (SEMlac), tuvo su oficina en Brasil.

La WFS llegó a producir, en un solo año, 432 noticias y 480 reportajes desde 30 países. Este material era elaborado por unas 120 mujeres periodistas, la mayoría de países del sur.

La WFS cubrió todas las conferencias regionales e internacionales de mujeres organizadas por Naciones Unidas y dio cuenta, durante más de una década, del acontecer y la vida de las mujeres en todos los países donde tenía periodistas.

Era realmente un hecho sorprendente, si lo vemos a distancia. Un servicio informativo elaborado por corresponsales mujeres.

Su principal objetivo fue dar voz a periodistas de Asia, África y América Latina, para que reportaran sobre la realidad económica, social y política de sus países *in situ* y desde su propia perspectiva.

En esos años no había aparecido el concepto de género. SEM navegó contra corriente.

Desde Nueva Delhi se fue variando la idea de dar voz a las periodistas a una toma de conciencia de mirar a las otras mujeres y darles voz e investigar sobre su condición.

Es probable que esta iniciativa, que todavía sorprende a algunas sociedades, haya sido el más importante proyecto informativo y comunicacional jamás pensado.

Asistimos por primera vez a la aparición de un servicio mundial de noticias elaborado exclusivamente por mujeres profesionales de la información, capaz de competir en el mercado de la información con las antiguas y posicionadas agencias internacionales de noticias.

Partimos, desde el comienzo, de reconocer que la mirada de las periodistas era diferente a la mirada masculina que aún predomina en los medios de comunicación.

SEM llegó a tener, en aquella época, corresponsales en más de cien países.

Los años 90 nos trajeron un descenso considerable de los fondos para la cooperación internacional, se cerró el de la UNESCO y todo apuntaba al fin de esta historia.

Sin embargo, las periodistas que integraban el servicio y su dirección mundial, con sede en la India, deciden la creación de una agencia de noticias internacional, no gubernamental, que mantuviera el trabajo periodístico sostenido durante diez años.

La Dirección Regional para América Latina se separó, en 1992, del proyecto internacional, y estableció oficinas en Costa Rica.

Existen datos fidedignos de que como WFS sigue operando. Ha estado presente en las sesiones del Foro Social Mundial y Anita Anad sigue contribuyendo al análisis y perspectiva de la información, desde las mujeres.

Durante muchos años estos servicios informativos produjeron muchas iniciativas, como diarios temporales durante las reuniones; cubrió los avances relacionados con las Conferencias Mundiales y cooperó con otras agencias de Naciones Unidas.

El WFS posee y continúa dirigiendo un sistema de capacitación en línea para sus periodistas, realiza encuentros y foros para sus corresponsales sistemáticamente y trabaja con varias organizaciones de la sociedad civil que buscan incidencia en los medios, ofreciendo asesoramiento sobre las estrategias a seguir.

Durante algunos años produjo un programa de radio; a través de la Internet, y sus materiales son ofrecidos a clientes habituales del WFS en los principales medios. Debo decir que fue pionera en el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación.

Las noticias de WFS o SEM en español, inglés o francés, pueden encontrarse en cualquier diario del mundo, cuando menos se lo espera el lector.

Una de las prácticas más importantes que ha desarrollado es la profesionalización de sus corresponsales; la creación de un manual de estilo: la realización de reportajes de fondo, sintéticos, y sostenidos en fuentes verificables. Ha mantenido a lo largo de casi 30 años el requisito de la confiabilidad en sus informaciones.¹

Para la Conferencia de Beijing, fue la única agencia que llevó dos corresponsales de cada región y, antes y durante la conferencia, se elaboró un

¹ Folleto de la historia de SEMlac. Tahis Corral, 2001. Brasil.

diario en varios idiomas. Fue tan exitoso, que al cierre de la conferencia se hizo una mención a SEM.

Este modelo ha servido de inspiración y referencia para las iniciativas desarrolladas en otros países, como el caso de México. Desde los años 70 tuvo la visión de generar reacciones en la opinión pública y una corriente en la opinión pública favorable a la equidad y la igualdad entre hombres y mujeres.

SEMLAC, su propia historia

La instalación independiente de SEM en América Latina, hoy conocida como SEMlac, pertenece a una segunda fase que coincidió con la década de la mujer, de las Naciones Unidas, y los intereses de las organizaciones internacionales, por el tema de los derechos de las mujeres.

Una conjunción de factores debilitó el sostenimiento de la agencia y su servicio informativo, tales como la falta de financiamiento, de proyectos coherentes y de capacidad de adaptación a las nuevas realidades de la comunicación.

Pero, al final de los noventa, SEM comenzó, tímida y lentamente, a recuperarse, a partir de la adquisición de un equipamiento imprescindible y sobre todo del aliento, la fuerza y profesionalismo de varias de sus antiguas corresponsales y otras de nueva incorporación. Ello permitió cumplir con las exigencias de la agencia e impulsar nuevas ideas, incluido lo que alguna vez pareció un sueño imposible: la realización y colocación en Internet de nuestra página Web (www.redsemlac.net).

Las corresponsales de La Habana -aplausos para la terquedad del equipo cubano encabezado por Mariana Ramírez Corría, Sara Más y Dalía Acosta- decidieron invertir su tiempo, su capacidad y su esfuerzo para hacer del renacimiento de SEMlac, una agencia de información influyente, en tiempos de las nuevas tecnologías de la comunicación y con trascendencia continental, .
Hablamos del rescate y reconstrucción de la red de periodistas y el mantenimiento de un producto semanal periodístico de calidad y otros productos.

Actualidad de SEMlac

La agencia tiene su sede regional en Lima, Perú, y una mesa editorial compartida entre esa oficina y la de La Habana, ahora con 20 corresponsales y colaboradoras en 12 países de la región.

Es decir, Semlac está colocada realmente en el mercado de la información, las corresponsales en red y conjunto claramente comprometido, difunde, promueve e informa.

Unida a la red internacional con visión de género, podemos estar seguras de que llegamos a un amplio público de habla hispana. SEMlac tiene, sin lugar a

dudas, el liderazgo en la información de género elaborada por profesionales del periodismo.

El servicio informativo circula por la red cada lunes y varios productos comunicativos se han ido desarrollando.

Decidimos conservar la idea original: es un espacio para que las mujeres comunicadoras expresen sus puntos de vista y visiones de la realidad en artículos, análisis, crónicas y reportajes de agencia y cumplimos con la tarea de ser un servicio público de información.

No hemos abandonado nuestro propósito de dar voz a las mujeres, a quienes elegimos de manera prioritaria como fuente primigenia.

Nos acercamos a sus vidas como contenido principal. Buscamos que los informativos tomen en cuenta la realidad de mujeres y hombres, como esa necesaria relación y conflicto entre los géneros.

Sabemos --y por ello le damos relevancia-- del impacto que sobre unas y otros, mujeres y hombres, generan las diferentes acciones, políticas y procesos de la vida económica, política, social y cultural de los países de la región. Analizamos, también, los procesos globales.

Seguimos trabajando contra corriente. Nuestro modo profesional y la elección de temas son fundamentales para aportar a la transformación de los medios, ya que sabemos que la comunicación global, periodística, controlada por grandes consorcios, es cada vez más superficial y responde a las inercias de los grupos de poder.

Por eso damos especial énfasis a la investigación periodísticas a fondo, lo que nos permite tener productos no sólo novedosos, sino que hacen la diferencia. Algunas veces son sorprendentes.

El equipo directivo y nosotras, las corresponsales, hemos creado un objetivo claro: promover un periodismo con perspectiva de género, incluyente, alternativo e interactivo. La meta es tener presencia en los medios de comunicación y la sociedad latinoamericana y caribeña.

Rescatamos la mejor tradición del periodismo, es decir, pensamos que la calidad y la credibilidad son dos requisitos indispensables para los informativos.

Al tiempo, estamos comprometidas con el principio de que el periodismo es un servicio público en el marco del artículo 19 de la Carta de los Derechos Humanos: la libertad de expresión y el derecho de la sociedad a estar bien informada.

Sabemos que hoy día es urgente ir más allá de la cobertura informativa signada por la impronta de la actualidad. Con frecuencia nos alejamos de las inercias, de las agendas de los medios monopolizados y damos prioridad a la gente, a sus afanes, a sus propuestas. Indagamos por dentro, a fondo.

Sin reportarlas, estamos muchas veces por encima de las agendas institucionales que sobre género tienen nuestros gobiernos.

Producimos dossier o reportes especiales para dar mirada abarcadora, y regional, sobre temas de fondo y de coyuntura, desde las realidades de cada país, temas conocidos como emergentes en nuestras sociedades, como la transexualidad, la violencia contra las mujeres, la migración, el debate sobre el aborto o la ocupación precaria o no remunerada.

La apuesta de SEMlac no sólo echa un vistazo al horizonte evidente, queremos dar una mirada diferente al periodismo, salir del publicitario de los grupos de poder; hemos decidido no ser una simple caja de resonancia del sistema.

Con estas convicciones SEMlac ha credo un incentivo para sus corresponsales. Cada año convocamos al premio interno de periodismo de investigación, que gratifica al mejor proyecto de investigación periodística para una de las corresponsales, cuyo resultado final se difunde por medio de varios trabajos que transmite la agencia.

Ello, considerando que la rapidez del periodismo nulifica la posibilidad de mirar todas las aristas de un acontecimiento. Recuperar, también, una mirada histórica, completa, que explique cómo se llegó a una situación, requiere de tiempo y recursos para las corresponsalías.

El primero de estos concursos premió la investigación que culminó con la serie de mis reportajes “Las viudas del carbón”, que además sirvió de historia base para la realización del documental del mismo nombre, que se presentará en este encuentro, y que muy recientemente ha merecido el Premio México de Periodismo.

Una segunda emisión del premio fue para el equipo de SEMlac en La Habana, sobre la homosexualidad en esta isla del Caribe.

En resumen: queremos aprovechar las nuevas tecnologías de la comunicación para socializar la información e investigación periodística y establecer vías de interrelación con otros actores, a la vez que promovemos el enfoque de género mediante productos y servicios periodísticos que nos permiten ir más allá del hecho, profundizar en cómo un acontecimiento afecta tanto a mujeres como a hombres como a diversos sectores de la población, conscientes de que su aplicación en la investigación, tratamiento y cobertura periodísticas permite mostrar los procesos de discriminación y desequilibrio de poder vigentes, en busca de soluciones.

Finalmente queremos compartir algunos hechos:

En 2007 produjimos y difundimos 304 materiales, 148 de ellos reportajes especiales y 156 notas.

Tenemos servicios de información gratuitos (Resumen semanal de SEMlac, Servicio Digital de SEMlac, No a la Violencia, Género y Comunicación-para periodistas y comunicadores, Archivo Digital) a una lista de alrededor de 1900 suscriptores, en tanto, llegamos con nuestro Servicio Informativo semanal a una lista de 292 suscriptores.

Los receptores son, en su mayoría, medios de comunicación, periodistas, comunicadores (597) y especialistas (359).

Los servicios de SEMlac son de gran utilidad: llegan a los medios de gran alcance, tanto tradicionales como alternativos; son fuente de referencia informativa para los temas emergentes y para el análisis y la reflexión.

Tienen una gran resonancia gracias a que circulan por diferentes redes virtuales y redes con periodistas, principalmente de mujeres, que los difunden en la población de habla hispana, multiplicando el impacto de asuntos y temas con nuestra perspectiva.

Cumplimos como difusoras del pensamiento genérico, que todavía tiene grandes resistencias en la sociedad. Queremos contribuir a la construcción de una corriente de opinión pública que comprenda que la visión genérica contribuye a muy diversos caminos hacia la democracia y la justicia. .

Como ejemplo vale señalar que en 2007 le dimos seguimiento (o monitoreamos) 363 artículos, referencias o reproducción de su resumen publicados por otros medios de comunicación.

En total, 126 medios de comunicación, redes, portales, foros de discusión, blogs y entidades afines han reproducido total o parcialmente a SEMlac

Hemos identificado a los medios multiplicadores de gran capacidad, entre ellos se encuentran: cimacnoticias, Rotativo Querétaro y Criterios. Periodismo independiente, de México; la revista Mujeres de Cuba, Rebelión; el Centro de Información OPM de Puerto Rico; Artemisa Noticias de Argentina y el Nuevo Diario de Salta, de Argentina.

Esto es muy importante, si consideramos que desde SEMlac nos hemos incluido en la corriente internacional de la urgente necesidad de mitigar la violencia contra las mujeres.

Con las mejores herramientas del periodismo, hacemos visible este flagelo que cobra vidas de miles y miles de mujeres cada día en todo el mundo.

Nos hemos insertado desde hace tres años en la campaña mundial de los 16 Días en contra de la Violencia de Género.

SEMLac trasmite durante esa jornada un servicio digital especial, además de los temáticos No a la Violencia y Género y Comunicación, con una presencia a lo largo del año.

Reportajes, reflexiones de especialistas, historias de vida, percepciones populares y experiencias comunitarias han salido a la luz luego de múltiples indagaciones que se han socializado por esa vía y que hoy pueden consultarse

en la página Web de la agencia y en el sitio No a la Violencia de la corresponsalía de La Habana, en nuestra página Web.

El año pasado , el "Grupo de Reflexión y Solidaridad Oscar Arnulfo Romero", en Cuba, realizó una edición especial dentro del programa "Campaña por una Cultura de Paz frente a la violencia de género" que incluyó 10 artículos de Cuba sobre esta temática, especialmente elaborados para SEMlac. Además, la agencia atendió en 2007 la solicitud de 151 de sus materiales y, entre julio y diciembre de 2007, distribuyó 80 documentos elaborados por otras instituciones, de interés para los lectores.

El salto no ha sido sólo numérico. Aunque aún tenemos insatisfacciones con algunos de los trabajos que transmitimos, se ha hecho un gran esfuerzo por elevar la calidad del producto periodístico, damos prioridad al uso de fuentes propias, buscamos humanizar las historias, profundizar en las causas de los problemas y darle cada vez mayor espacio al periodismo de investigación.

Además de cumplir con la dinámica y primera razón de ser de una agencia de noticias y las corresponsalías de prensa extranjera en cualquier país del mundo, SEMlac, desde la corresponsalía de Cuba, transmite un servicio digital semanal y realiza cinco servicios digitales especiales al año, sobre temas como violencia, aborto, infancia, sida y población, entre otros.

Contamos además con un Archivo Digital que incluye Directorio de Mujeres, Bibliografía de Género, Base de Datos y Archivo Gráfico (fotos, caricaturas, ilustraciones).

A la idea inicial de consolidar la labor de búsqueda y preservación de información que ha venido realizando la corresponsalía a lo largo de más de diez años, se suma el propósito de contribuir en la medida de nuestras posibilidades a la socialización de información.

Receptores

Claro que, para avanzar en nuestros propósitos, hemos contado con el apoyo necesario de otras redes, agencias y profesionales, con quienes hemos estrechado y desarrollamos alianzas comunes. Tal es el caso de CIMAC, en México, para el apoyo mutuo en la distribución de materiales periodísticos y la participación en las redes de periodistas con visión de género.

¿Cuál puede ser nuestro espacio en un mundo donde medios con fines como el nuestro ya no son una excepción? ¿Cuál es la alternativa que SEMlac puede brindar al trabajo que hoy realizan en América Latina medios como CIMAC, Mujeres Hoy, Rebelión, Artemisa, Tertulia...y muchos otros? ¿Qué está faltando en el periodismo que hoy hacemos y que SEMlac podría hacer? ¿Tiene el periodismo una función que cumplir en un mundo donde la información fluye sistemáticamente por las más diversas redes electrónicas y se coloca libremente

en Internet? ¿Habría posibilidades de reconstruir un servicio realmente internacional? Como Prensa Latina, Notimex o DPA

Esas son las interrogantes que nos hacemos hoy, cuando insistimos en proponer una mirada diferente de América Latina y el Caribe a través de un periodismo investigativo alternativo, y en la necesidad de alcanzar un posicionamiento importante en el escenario de los medios de comunicación, espacios académicos, organizaciones no gubernamentales y gubernamentales, redes y organizaciones internacionales.

Eso nos los dirá el tiempo. Mientras tanto, nos renovamos día a día.

Gracias

*Este texto es resultado del trabajo colectivo de la dirección de SEMIac desde Cuba y Sara Lovera, corresponsal de SEMIac en México.