



**Seminario sobre el Progreso Económico de la
Mujer Rural en América Latina y el Caribe**

**San José, Costa Rica
17-21 Junio 1991**

**El papel de la comunicación como apoyo
a una mayor participación de las mujeres
en los proyectos de desarrollo rural**

**Sr. José Nagel
IICA**

**El Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA)
en colaboración con el Instituto Interamericano
para la Cooperación Agrícola (IICA)**

**Financiado por los Gobiernos de Noruega y de los
Países Bajos y una contribución del Fondo de Desarrollo
de las Naciones Unidas para las Mujeres (UNIFEM)**

IICA
C10
N147p



TEMA I: ANALISIS DEL ROL ECONOMICO Y LAS NECESIDADES DE LAS
MUJERES RURALES EN PROYECTOS DE DESARROLLO RURAL EN
AMERICA LATINA Y EL CARIBE

PONENCIA: EL PAPEL DE LA COMUNICACION COMO APOYO A UNA MAYOR
PARTICIPACION DE LAS MUJERES EN LOS PROYECTOS DE
DESARROLLO RURAL

EXPOSITORA: COORDINADORA-CONSULTORA BEATRIZ SORIANO

31. 5/21.6

11CA
C10
N 147p

00002921

Las metodologías educativas de aplicación especialmente en el contexto rural, han dependido con más notoriedad de las decisiones políticas de los que detentan el poder, de las posibilidades reales de los países y ligada a estas circunstancias, la utilización de las tecnologías más actuales y apropiadas para lograr objetivos para el desarrollo.

En nuestra América Latina, las mayores poblaciones se encuentran en las zonas casi marginadas, zonas ricas en potencial agrícola, pero empobrecidas por carencias de políticas que cambien el empobrecimiento el aislamiento y la incomunicación, por propuestas dinámicas donde sea posible la participación de todos los sectores, incentivando en la valorización del trabajo, no sólo al hombre sino a la mujer, en los amplios roles que allí ejerce.

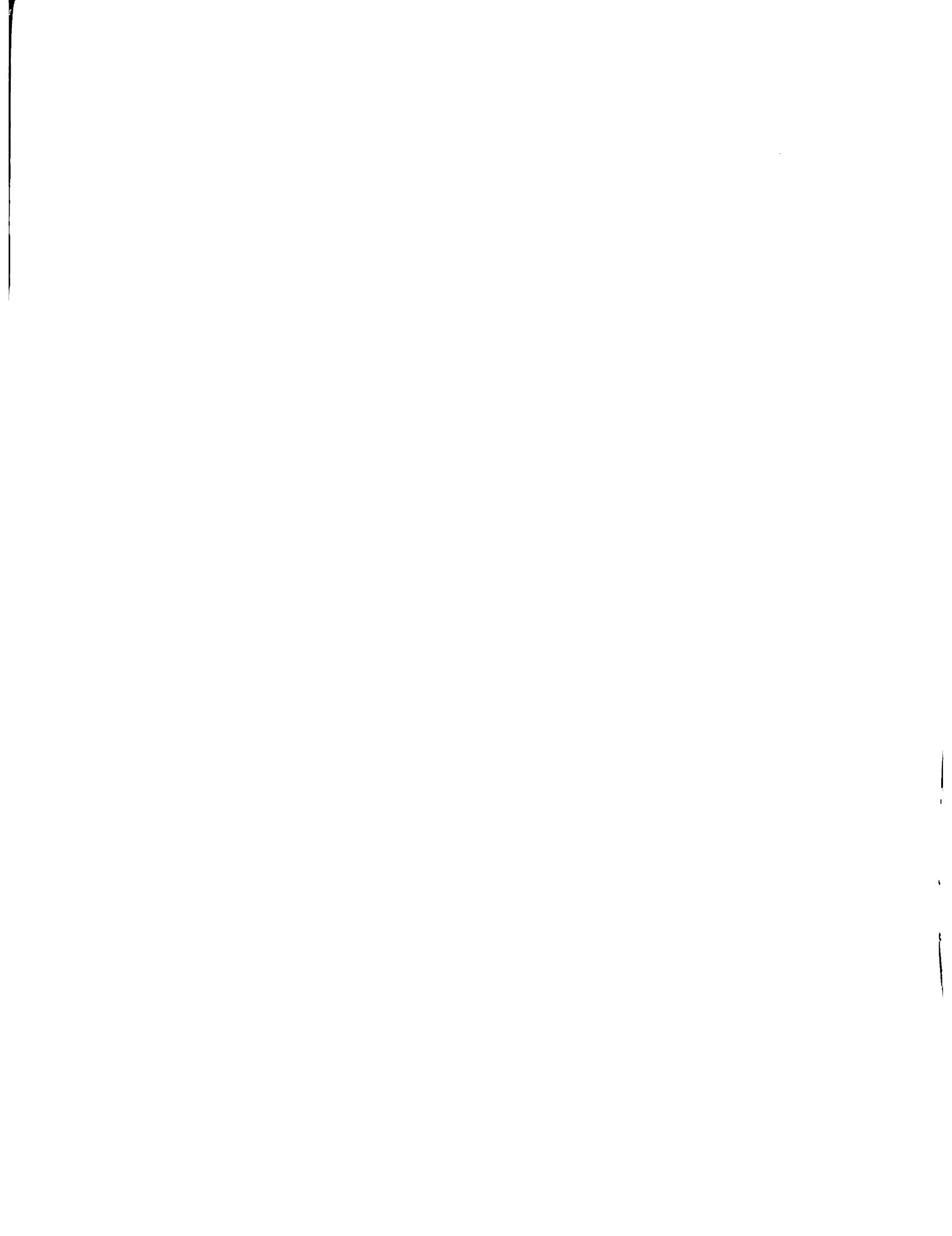
Inserta en la ideología para el progreso, está la ciencia de la comunicación cuyo objetivo esencial debe considerarse: comunicación igual educación. La amplitud del hecho de "comunicar" permite la educación sistemática, y la no formal, ambas de total legitimidad para la capacitación, la salud, la sobrevivencia del ser humano.

En el marco de la premisa "no hay desarrollo posible sin educación" muy pocos países de la región contabilizaron estos datos en sus planificaciones, sin embargo algunos han asumido la responsabilidad y como ejemplo doy a Costa Rica, un país con 51.100 kilómetros cuadrados, una densidad de 57.2 y un porcentaje de alfabetización de 90%.

Como dato ilustrativo en Costa Rica funcionan más de cien organizaciones no gubernamentales que trabajan para el desarrollo de la mujer.

Diferentes sectores, inclusive a nivel mundial con conocimiento de las potencialidades de esta región, se interesan por conocer causas y efectos del empobrecimiento; tanto a nivel local, subregional e internacional comienzan a estimularse políticas que cambien a partir de la educación, las posibilidades de desarrollo. Entre los diferentes actores de atención, por fin aparece la figura de la mujer como agente de doble productividad y triple jornada de trabajo, cumpliendo el natural rol reproductivo, el de jefa de hogar, en altos porcentajes y el de agente de promoción socio-cultural.

Con el reconocimiento de su fuerza laboral, de su igual condición psicofísica, las organizaciones entienden que para



igualar posiciones y lograr desarrollo que beneficie no solamente al sector femenino, sino a la propia familia y a la sociedad, comienzan entonces planes, programas y proyectos cuya esencia es el desarrollo de la región, pero nivelando roles y situaciones.

Es menester entonces retomar la premisa y lograr ese desarrollo a partir de la educación. Paralelamente a la gestión alfabetizadora, y mientras la mujer continúa siendo desprovista de igual consideración igual salario, igual trabajo, igual responsabilidad en el hogar igual compromiso con su comunidad.

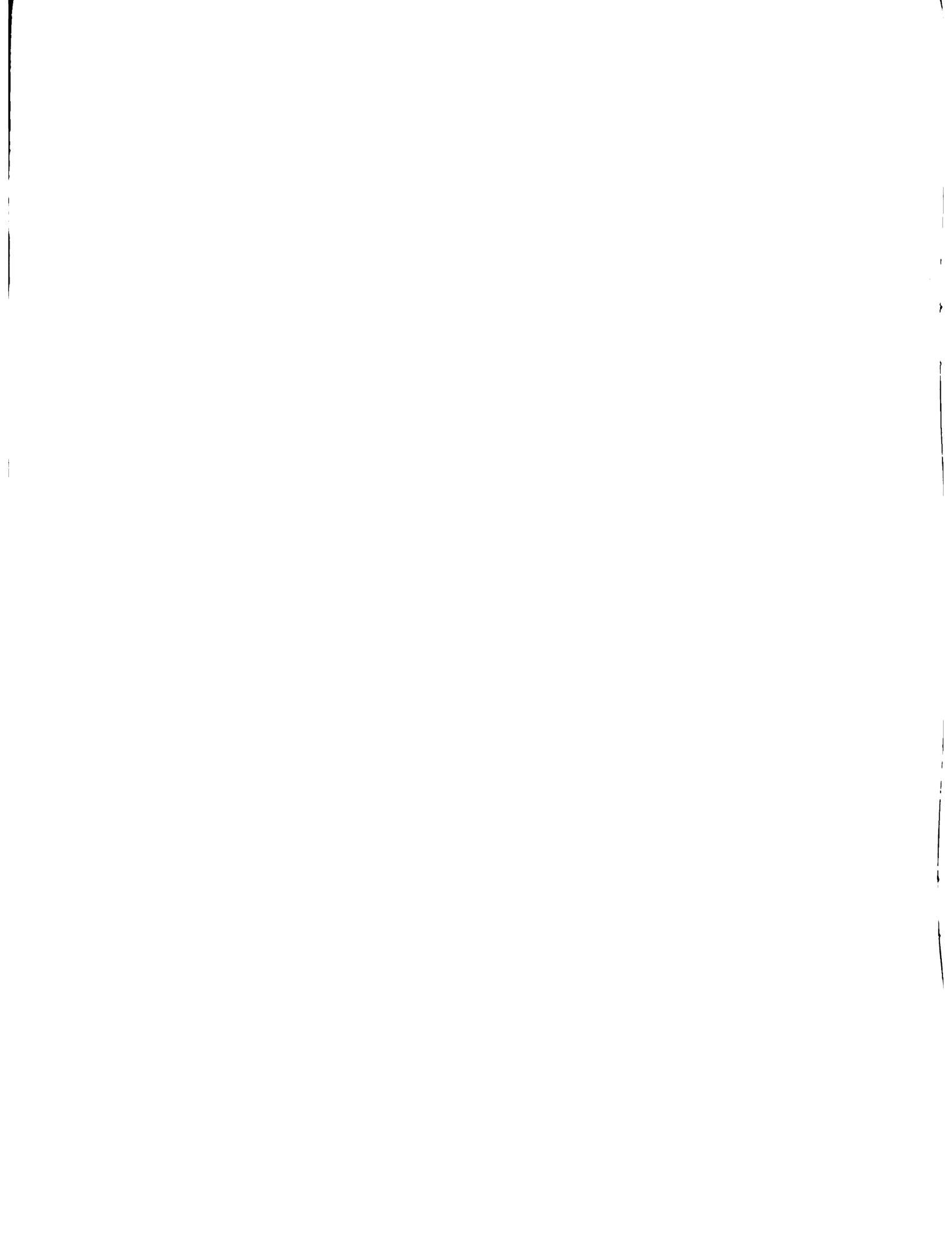
La tarea no es sencilla, por motivos propios de su célula cultural original y por la ancestral pauta universal, la mujer sigue hoy día siendo discriminada y desvalorizada.

Cómo entonces, queriendo desarrollo, educando y dirigiendo esfuerzos para producir modificaciones, debemos canalizar los financiamientos. A través de propuestas igualitarias, donde los beneficiarios sean personas, profundizando en la cuestión de género mujer y las reales diferencias sexuales, que lejos de obstaculizar los planes promuevan el crecimiento en favor de actores y beneficiarios.

La propuesta pasa por un cambio de mentalidad que modifique contenidos educacionales, ampliando receptores y uniendo esos objetivos a la tecnología.

La región tiene un interesante cantidad de organizaciones que trabajan por la mujer rural, centrando su objetivo en la información, educación y concientización sobre la condición de subordinación, falta de oportunidades, y apoyos que la mujer enfrenta.

Estas organizaciones no solamente, no cuentan con suficiente personal sino que además no tienen capacitación, en técnicas comunicacionales, elaboración de mensaje, planificación adecuada, producción de materiales, utilización de los mismos; y a veces desconocen la gran posibilidad de materiales existentes que circulan sobre el tema. Por lo mismo no están en condiciones de evaluarlo ni juzgar su calidad; muchos de esos materiales, la mayoría de los mensajes emitidos desde los medios deterioran la imagen de la mujer y refuerzan los roles masculinos fortaleciendo además estereotipos y valores negativos que tradicional e históricamente han desvalorizado a la mujer.

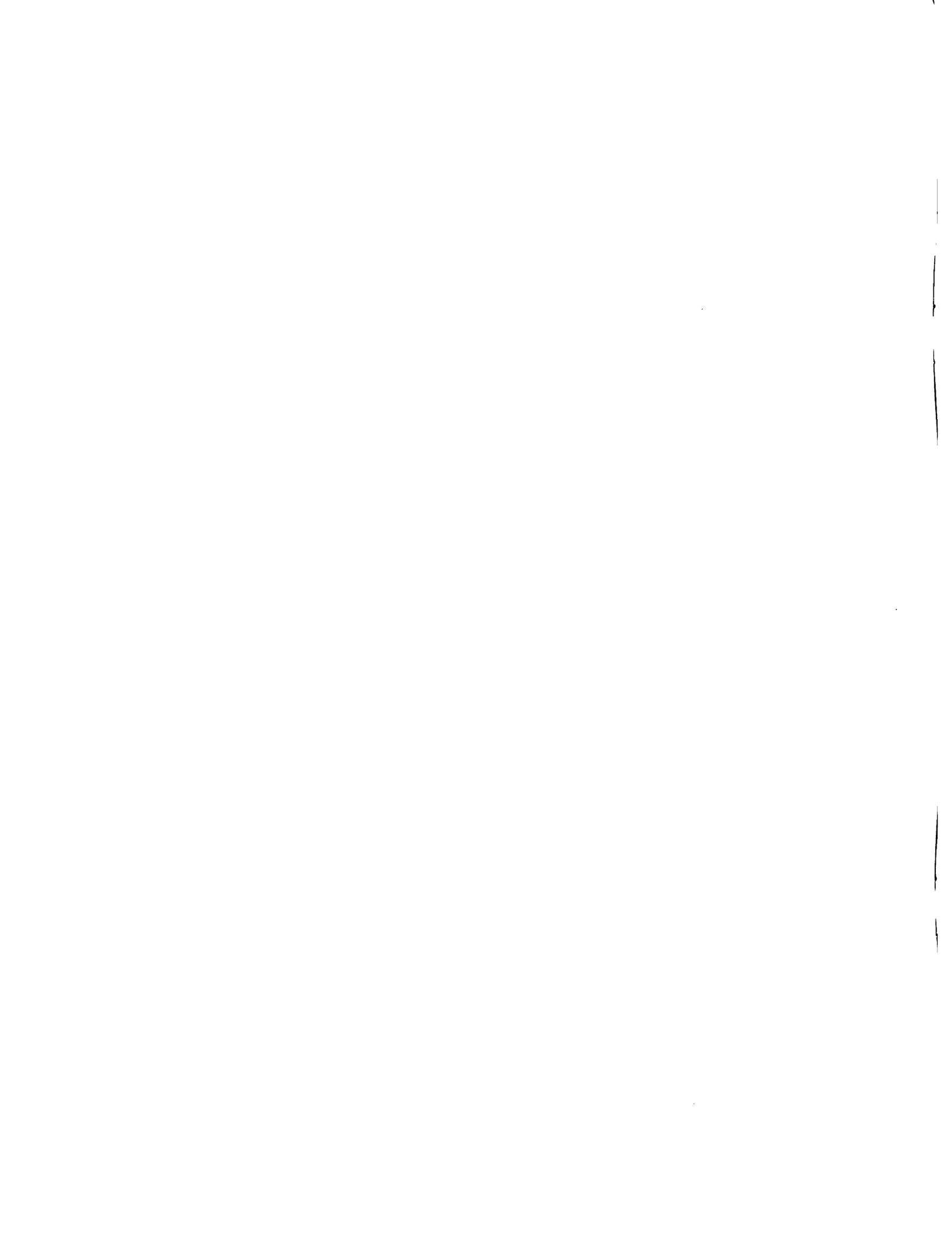


Los pequeños productores rurales conjugan en su hogar labores de producción económica y reproducción social. Estudios demuestran la gran diferencia existente en las labores adjudicadas a los diversos miembros del grupo familiar en la región, siendo precisamente las mujeres quienes además de las labores propias del hogar, más duras en el contexto rural por carencias de servicios básicos o deficientes servicios públicos, deben asumir además funciones como el cultivo, siembra, cuidado y cosecha de los mismos, elaboración final de granos y alimentos y labores de artesanía, alfarería, tejidos y aún, ocuparse de la comercialización.

Al desconocerse como trabajo el doméstico, ni constituir una actividad remunerada genera relaciones de dependencia y subordinación, profundas desigualdades y carencia de una legislación apropiada, suman elementos que la destinan a una marginación sin fin.

Las instituciones que trabajan con mujer rural cumplen un rol eficiente en la medida que capacitan en distintas actividades a dicho sector, inclusive, se han permitido incursionar en algunos medios con mensajes dirigidos a la mujer y respecto de ellas a la comunidad en general, pero al carecer de instrumentos conceptuales válidos y técnicas apropiadas muchas veces su esfuerzo se desvalorizó al emitir mensajes que contradicen los prósperos objetivos. Si le sumamos alta carencia de materiales educativos y de promoción que les permita accionar y resonar con las características que son requeridas para la acción que se han propuesto emprender, y paralelamente el acceso de sectores rurales a emisiones de mensajes en medios gráficos y fundamentalmente radiofónicos (radios comunales o rurales) el proceso de desarrollo continúa entorpecido por la contaminación existente en dos niveles de dirección: Las instituciones y los medios, aún con propósitos totalmente diferenciados: Las instituciones trabajando en proyectos de desarrollo con la mujer emiten mensajes que careciendo de capacitación apropiada contradicen sus objetivos y fortalecen involuntariamente estereotipos. Los medios cuyos intereses son otros, elaboran mensajes que fortalecen la discriminación, la idea de mujer objetivo, etc. Finalmente, ambos mensajes desfavorecen manteniendo los criterios de desigualdad. Por ello la comunicación hoy deberá tener inserto su rol educativo, en los proyectos.

El Centro Interamericano de Documentación e Información Agrícola (CIDIA), es una unidad que dispone de la infraestructura física y el caudal humano para desarrollar como lo viene haciendo, actividades de capacitación en producción y uso de los medios de



comunicación escritos, audiovisuales y alternativos y está en condiciones de supervisar investigaciones y programas. Con más de diez años de experiencia en la metodología de talleres y de producción, ha probado diversos métodos y se han evaluado los resultados.

El IICA a través del CIDIA, tiene la capacidad instalada para ejecutar actividades de capacitación en técnicas de comunicación masiva, producción en los diversos medios, análisis de materiales comunicacionales-educativos, y capacidad de convocatoria con organizaciones que trabajan con mujer. Una fluida relación y respeto por parte de los medios y sus empresas en los países de la región, permite promover la articulación de estructuras y mensajes acordes con los proyectos de desarrollo en los que está comprometidos.

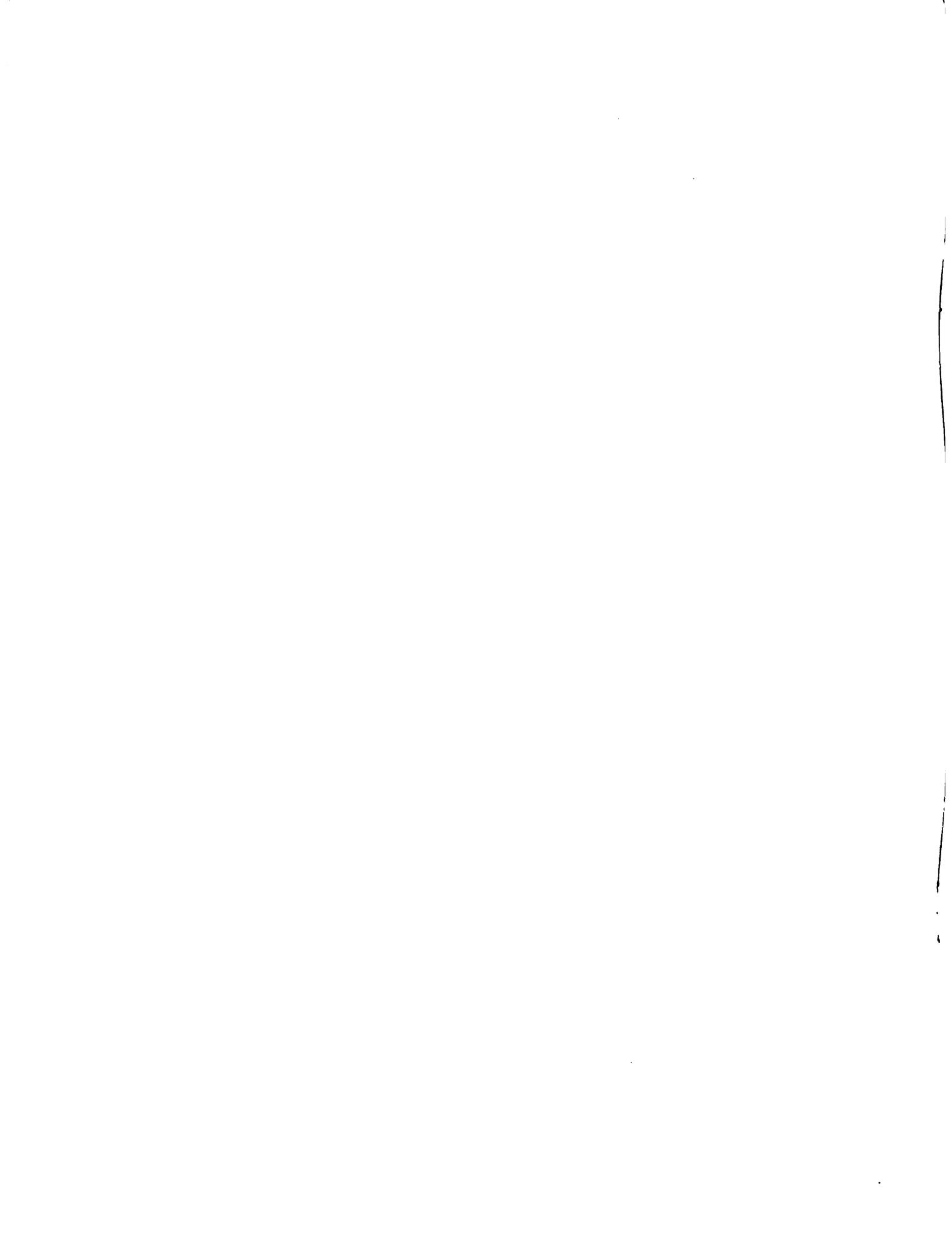
Capacitar concientizando en los conceptos de igual condiciones y posibilidades de la mujer rural como aporte a sus programas; fortalecimiento de las organizaciones que trabajan con mujer rural, en técnicas comunicacionales y dinámicas grupales; apoyo a proyectos cuyos objetivos y acciones apunten aún mayor desarrollo de la mujer rescatándola en sus valores como agente igualmente fundamental para el desarrollo y nivelándola en su categorización como persona. Promover la comunicación e interacción de instituciones y personas que se capacitan.

Lograr los resultados esperados a partir del seguimiento y evaluación constante de los proyectos en marcha.

En ese marco se inscribe el convenio IICA/ASDI.

El proyecto IICA/ASDI "Mujer y Comunicación" Técnicas de Comunicación Masiva y Grupal que trabajan con organizaciones gubernamentales y privadas que trabajan con la mujer rural, se propone capacitar a dirigentes que trabajan directamente con las mujeres rurales, desde organismos oficiales, instituciones privadas, facilitándoles técnicas en comunicación social tales como radio, impresos y video, a la vez de técnicas en dinámicas grupales.

Desearía mencionar cuáles serían los objetivos de los medios de comunicación social para entender lo oportuno de este proyecto; según los criterios de la sociedad:



1. Informar:

- Proporcionar la información sobre los acontecimientos y las condiciones del mundo y la sociedad.
- Señalar las relaciones del poder.
- Facilitar la innovación, la adaptación y el progreso.

2. Correlación:

- Explicar, interpretar y comentar el significado de los acontecimientos y de la información.
- Dar apoyo a la autorizada y las normas establecidas.
- Socializar.
- Coordinar actividades distintas.
- Determinar prioridades y asignación del status relativo.

3. Continuidad:

- Difundir la cultura dominante y reconocimientos de las subculturas y de los nuevos avances culturales.
- Forjar y mantener la comunidad de valores.

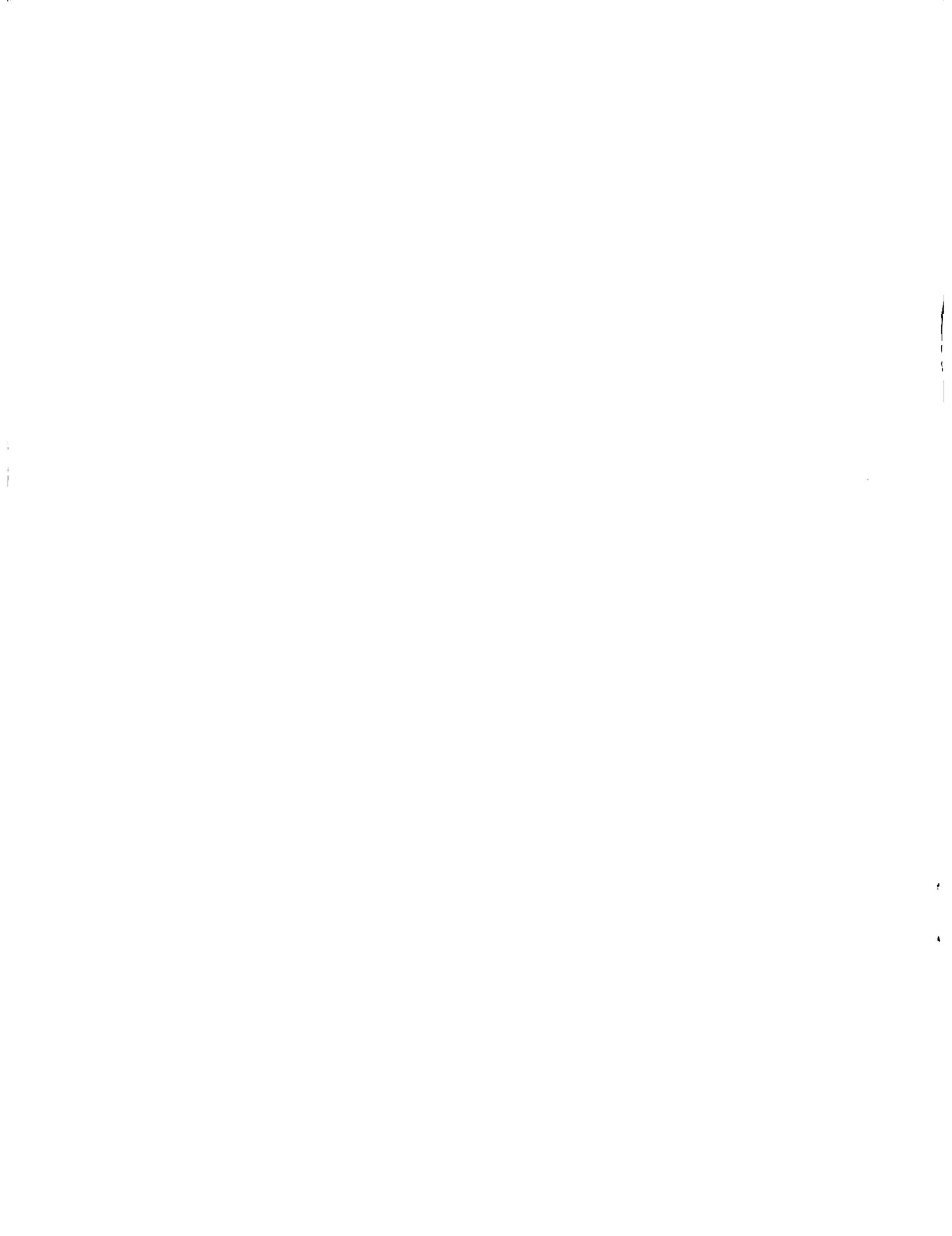
4. Entretener:

- Proporcionar entretenimiento, diversión y formas de descanso.
- Reducir la tensión social.

5. Movilización:

- Hacer campaña a favor de los objetivos sociales en la esfera de la política el desarrollo económico, el trabajo.

Adhiriéndose a la posición técnica-sociológica de Denis McQuail, en cuanto a objetivos y funciones que a veces se mezclan cuando tratamos de encuadrar a los Medios de Comunicación, y a las reflexiones de Armand y Michele Mattelard, sobre "Los Medios de



Comunicación en Tiempo de Crisis" quien dice: "la radio no tiene más que un aspecto, cuando debería tener dos" tomando esa frase de Brecht, agrega.

"LO QUE SE DENOMINA MEDIO DE COMUNICACION NO ES UN MEDIO DE COMUNICACION SINO UN MEDIO DE DISTRIBUCION".

"La radio no tiene más que un aspecto, es un sencillo aparato de distribución y no hace más que transmitir. Para hablar positivamente hay que ver lo positivo de la radio transformando su función, hay que transformarla de aparato de distribución, en aparato de comunicación, es un sistema de canalización si supiera no sólo emitir sino recibir, no solo hacer escuchar al oyente sino también hacerle hablar, no aislarlo sino ponerlo en contacto con los demás".

Sintetizo en estas pautas y reflexiones lo que al proyecto "Mujer y Comunicación" le da la raíz y energía para proporcionar a los países de Centroamérica en este momento, las herramientas para lograr la comunicación para un futuro posible.

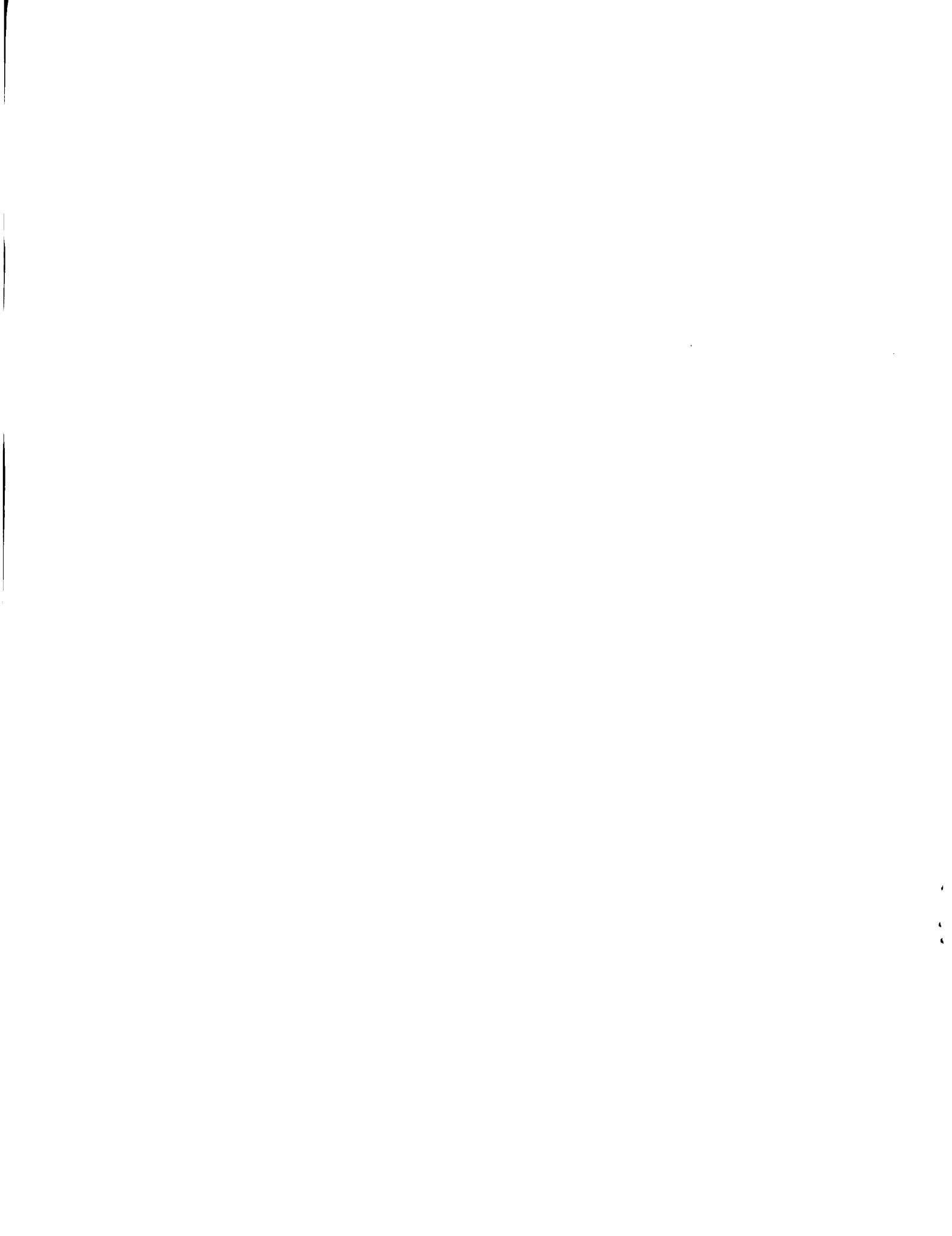
Cuáles son los contenidos fundamentales para lograr el mensaje adecuado, tener la claridad conceptual en la diferenciación sexual, rescatar así esta persona mujer en los procesos de desarrollo, los derechos de la mujer en el marco de los derechos humanos.

Aplicar estos conceptos en el diseño y contenidos de los materiales educativos, vayan dirigidos a las temáticas más diversas, salud, nutrición, prevención, organización, etc. Utilizando técnicas y formatos que permiten esos medios básicos de comunicación, como son la radio, el video y los impresos.

Son entonces los objetivos generales del Proyecto "Mujer y Comunicación": Capacitar a dirigentes que trabajan con mujer rural, logrando productores de mensajes entre aquellas instituciones que producen material. Promover la comunicación participativa respetando valores culturales de cada lugar. Promover la comunicación de la mujer rural con el mundo actual, ayudando a reconocer y desarrollar sus capacidades.

Promover la organización comunitaria, social y económica a partir del potencial de la mujer.

En cuatro niveles de acción en Costa Rica, El Salvador, Honduras, Guatemala y Nicaragua, el proyecto se ejecuta en:
a) Diagnóstico (IMR). Para conocer las instituciones que en el



área trabajan con proyectos, programas y acciones dirigidas a la mujer rural, produciendo, o interesados en producir sus propios materiales. A partir de lo cual lograremos un Inventario, producto DEL INFORME MUJER RURAL (IMR) y que estará a disposición de las mismas organizaciones interesadas.

2. Capacitación: En los temas fundamentales:

Mujer y Comunicación: Género femenino-división sexual, fuerza laboral: invisibilidad del trabajo, potencial de la mujer.

Concepto objetivo y función de los medios, instrumentos para el desarrollo: técnicas de Radio, Impresos y Video. Mensaje- Información-Formación.

DOS TALLERES INTERNACIONALES - 5 NACIONALES

Seminario Internacional: INFORME MUJER RURAL (IMR)

3. PRODUCCION: Estimular la producción a partir de la capacitación, coproduciendo con los países y sus participantes en los Talleres, dos videos, dos programas de radio, e impresos sobre los temas de Mujer Rural que surjan como propuestas de cada país. Libros, manuales, etc.

4. RIMR (Red Informativa Mujer Rural):

- Se crea un banco de datos con todas las producciones afines al proyecto.
- Integrar a la RIMR dichas producciones y aquellas que se interesen en participar, de distintos países del mundo.
- Dar circulación a esos materiales en toda el área Centroamericana.
- Promover la creación de sedes nacionales de la RIMR.
- Publicar el Boletín Mujer y Comunicación, con toda la información que ingrese la red.
- Distribuir.

•
•
•

)
)

