

## Fundación MAVI<sup>217</sup>

La Fundación Mujer, Arte y Vida (MAVI) es una organización que desarrolla estrategias de comunicación, educación e información para el fortalecimiento de redes, colectivos, procesos comunitarios y educativos, con una perspectiva de género. Usa el audiovisual y otras tecnologías de la comunicación para registrar, denunciar, expresar y movilizar en torno a los intereses del movimiento social de mujeres en Colombia: derechos humanos, sexuales y reproductivos, no violencia, participación ciudadana y promoción de la salud, entre otros. Está localizada en la capital del Valle del Cauca, Cali, donde tuvo lugar un proceso participativo para la creación de una Política Pública para la Equidad de Género y la Igualdad de Oportunidades para las Mujeres de este municipio; la Fundación participó en esa experiencia.

### El camino del feminismo es el de la incertidumbre

En el año 1996 un grupo amigas se reunió para desarrollar un proyecto editorial:

No sabemos qué fue primero pero tengo la impresión de que todo inició en una mesa de café: la política, el amor, la risa, los encuentros, las huidas, las ganas de estar juntas y como un pretexto para querernos más: *Agenda Mujer*, que ha sido el norte de nuestra compañía. La Agenda es sobre todo conversación: en soliloquio o en colectivo, en proceso y en ciclo, en silencio y en algarabía; una conversación sobre nuestras pequeñas historias y el devenir humano que evidencian nuestros prejuicios, nuestros miedos, nuestras soledades, que nos dispone al camino, al ritmo de nuestras propias

---

<sup>217</sup> La investigación que da soporte a estas notas y su redacción estuvieron a cargo de Gerylee Polanco Uribe. Este ejercicio se llevó a cabo durante el primer semestre de 2010, por lo que se comprenderá que no dé cuenta de las transformaciones ocurridas en la organización desde entonces.

cojeras y que nos ha permitido en relámpagos de dicha y entusiasmo, mirar por un instante un rostro auténtico de cada una<sup>218</sup>.

La *Agenda Mujer* es una agenda-libro que por medio de una compilación de escritos, poemas, ilustraciones y fotografías recupera el saber de las mujeres y recrea el imaginario de lo femenino. Clara Charria, Gloria Velasco, María Cecilia Paz y Adalgiza Charria (integrantes de la Fundación) junto a otras tres amigas más dieron vida a esta publicación. En ese momento, dice Gloria, no había sospecha de que también terminarían juntas constituyendo la Fundación Mujer, Arte y Vida (MAVI). La agenda es un producto autosostenible con una trayectoria de quince años. Ha sido el espacio para que sus visiones del feminismo se difundan y puedan mostrar sus reflexiones sobre lo personal. Adalgiza afirma que esa iniciativa ha sido una forma de hacer memoria:

Nuestros procesos personales son comunes y corrientes, y expresan los de otras mujeres. Porque una tiene problemas en el amor, ¿cómo vivimos el amor o la soledad, el cuerpo, el consumo, el empleo, la relación con el dinero, la relación con el planeta, nuestros miedos, nuestras angustias, nuestras incoherencias? Todo eso que son las vidas. Entonces hicimos unos talleres de escritura; no pretendemos aquí ser ni escritoras ni poetas pero sí, digamos, aspirábamos a una escritura honesta en el sentido de que consulte la profundidad de cada quien, sin mayores pretensiones ni estándares de los cánones de qué es bueno, qué es malo. A nosotras nos parece que la escritura tiene que acceder a todas las mujeres. Si logramos decir lo que tenemos que decir, es suficiente.

Para ellas, la agenda se convirtió en el espacio que les permitió “decir lo que tienen que decir” desde su condición de mujeres, en una so-

---

<sup>218</sup> Extracto del documento *La quimera: vida y cotidianidad como “obra de arte” en la experiencia institucional de la Fundación MAVI*. Disponible en formato PDF, veáse: [www.vamosmujer.org.co/efemerides/SOSTENIBILIDAD\\_ponencia\\_gloria\\_velasco.pdf](http://www.vamosmujer.org.co/efemerides/SOSTENIBILIDAD_ponencia_gloria_velasco.pdf).

ciudad que históricamente las ha excluido de campos como el político o el artístico. Fue en 1999 cuando a este proyecto editorial se sumaron otros intereses, como escribió Gloria:

Teníamos unas pocas pero sentidísimas certezas: no nos gustaba este mundo ni su lógica mercantil y maniquea. No nos gustaba esta ideología que no permitía holgura a nuestros deseos. No queríamos trabajos que nos hicieran huir de nosotras mismas. Podíamos juntar nuestras diversidades, nuestros expertismos, nuestras indignaciones, nuestras celebraciones, nuestras búsquedas comunes. Podíamos ser un equipo formal y empresarial, organización no gubernamental feminista, social y utópica, de inspiración personal y colectiva. Nos reunimos en agosto del año 1999 alrededor de una minuta copiada de notaría con el propósito de trabajar desde la comunicación social, la democracia, la salud, la paz, la equidad, y consolidar políticas desde las mujeres en estas áreas.

Estas cuatro amigas, Adalgiza, Clara, Gloria y María Cecilia<sup>219</sup>, iniciaron “el camino de la incertidumbre”, como expresa Gloria. Hasta el momento han diseñado y ejecutado más de cincuenta proyectos en once años de existencia. En la actualidad, la organización ha ampliado su planta de personal permanente y cuenta con una secretaria, una pasante en comunicación social y una profesional, Jimena Bonilla, quien está a cargo del portal de MAVI: [www.infogenero.net](http://www.infogenero.net) (el cual describiremos más adelante).

Todas las integrantes de MAVI han sido *militantes* del feminismo, de diferentes maneras y en distintos momentos de sus vidas. En la organización se entiende el feminismo como el proceso de confrontar la estructura patriarcal de la sociedad para lograr la igualdad de género y, así, intentar transformar el rol tradicionalmente atribuido a la mujer. Adalgiza recuerda que comenzó a percibir esa *estructura* en su propio hogar: “Desde el comedor de la casa se empieza a ver que hay algo injusto allí; en cómo se tramita el poder y las preferencias. Yo me acuerdo

---

<sup>219</sup> María Cecilia Paz se jubiló y ya no forma parte de la organización.

que hubo una crisis económica muy fuerte y mi papá dijo: ‘Si hay que darle estudio a alguien, será a tu hermano’. Entonces yo decía ¿por qué él y no yo? No era por méritos académicos ni nada, sino simplemente porque él era hombre”.

La influencia del feminismo en cada una de las integrantes las llevó a participar en trabajos relacionados con la defensa de los derechos de la mujer: Gloria hizo parte de la creación del Centro de Estudios de Género, Mujer y Sociedad en la Universidad del Valle (el primero en el país para el año 1993); Clara hizo parte de la Red Nacional de Mujeres que se formó para aportar al proceso de la nueva Constitución colombiana en 1991; Adalgiza participó como periodista en dos revistas publicadas por mujeres en la ciudad de Cali, *Cuéntame tu vida* (1978) y *La manzana de la discordia* (1980)<sup>220</sup>.

Durante sus estudios universitarios, Jimena y Adalgiza formaron parte de grupos de mujeres locales que replicaban los ejercicios de “autoconciencia”<sup>221</sup> (práctica de las llamadas feministas radicales): cada participante relataba las formas de opresión a las que ha sido o está sometida y las oyentes generaban una interpretación crítica de cada situación para proponerle formas de liberación; en estos grupos también se hacían lecturas de diversos materiales que proponen miradas distintas a las relaciones de género como la literatura de Simone de Beauvoir.

Hablábamos acerca de cómo hacer para proclamarnos sujetos de derecho, en especial, el derecho a decidir sobre nuestro propio cuerpo. Hablábamos de la libre opción a la maternidad, derechos sexuales y reproductivos, emancipación. Hablábamos de cuál era la relación que teníamos con la madre, con el novio, con el otro, con las otras. Hablábamos de cómo se nos había inculcado el pa-

---

<sup>220</sup> La primera revista se publicó solo durante tres años; la segunda se editó durante los años ochenta y, después, en la década de los noventa tuvo un receso. Hacia 2006, el Centro de Estudios de Género, Mujer y Sociedad de la Universidad del Valle volvió a editar tres números más.

<sup>221</sup> Los ejercicios de autoconciencia (*consciousness raising*) surgen en el seno del grupo feminista New York Radical Women, en 1967.

triarcado, ¿en qué momento le hacíamos el juego?, si replicábamos las estructuras, entonces, ¿cómo no hacerlo? ¿cómo descolocarnos de ese lugar? (Jimena).

Siendo una organización liderada por mujeres y feministas, sus propósitos no podrían ser otros que los del feminismo pues, como dice Adalgiza, quieren “nada más y nada menos que cambiar el mundo”. Sin embargo, las apuestas de MAVI están focalizadas en el terreno de lo micro: la ciudad, la plaza, el barrio, la esquina, la sala de la casa, la cocina, el cuarto. Entonces, en correspondencia con las ideas del movimiento feminista, en los proyectos desarrollados por la Fundación es transversal la pregunta: “¿Qué tanto se está reproduciendo la lógica patriarcal o lógica de ‘centro’?”.

Para eso no hay una línea. No hay un *test* sino que hay que preguntárselo en cada momento porque el feminismo se inventa constantemente. No hay una brújula clara. Hay señuelos, hay luces, hay direcciones pero no hay caminos trazados. Una a veces va y se devuelve y dice: “Bueno, ¿estoy reproduciendo esquemas? ¿Estoy haciendo lógica de ‘centro’?”. Y no tenemos las respuestas ni siquiera, nos lo preguntamos y creemos que el hecho de preguntárnoslo nos hace a veces ensayar otras cosas, pero sin saber si lo estamos encontrando, sino que vamos allí probando. Es muy experimental este trabajo (Adalgiza).

La unión de las experiencias personales y las experticias de cada una de las integrantes en campos como la gestión de proyectos, el periodismo, la salud y la psicología, configura dentro de la organización una interdisciplinariedad que aporta al desarrollo de sus iniciativas; no obstante, lo que en el fondo las fortalece, según Adalgiza, “es que todas somos feministas”. El horizonte político parece claro: participar en procesos de resistencia a los códigos culturales machistas de una sociedad que ha limitado (y reducido) el papel de las mujeres; en MAVI se afirma que si bien desde hace algunas décadas hay una cierta crisis del patriarcado, la lucha contra este no ha terminado;

para ellas aún existe discriminación hacia la diversidad sexual, hay baja participación de mujeres en escenarios de decisión política, no existe equidad en el acceso a la educación y el empleo, persisten altos niveles de violencia hacia las mujeres en los hogares y en el contexto de guerra de nuestro país, etc.

Aunque MAVI comparte las ideas de lo que se ha llamado “feminismo de la igualdad”, el cual aboga por la equidad de derechos entre hombres y mujeres, dentro de la organización se insiste en que se debe ir más allá de esa búsqueda de igualdad, tal como explica Adalgiza:

A nosotros nos pulsa más el feminismo de la diferencia que buscar en profundidad qué es lo femenino; nos interesan las diosas, el proceso interno. ¿Cómo acomodamos los cuartos, cómo vivimos el día y cómo somos capaces de agradecer o no?. Nos interesan más las transformaciones culturales que las transformaciones políticas. No es una cosa o la otra, hay que hacer las dos, pero en nosotras la pulsión es más por el feminismo de la diferencia que, claramente, también se plantea estructuras para pensar de otra manera: Que la dirección no siempre es recta, que estamos un poco desacomodando el orden y no estamos en lo políticamente correcto siempre, sino que podemos arriesgar cosas.

La “pulsión” de pensar de otra manera hace que en la organización se propicie en un ejercicio permanente de confrontación con su trabajo, quizás para evitar colapsar, como relata Gloria, “en medio de informes, pago de impuestos, cronogramas, procesos sociales, coyuntura, actualidad, pertinencia y oportunidad política”. Por eso el trabajo en MAVI se hace en medio de “complicidades de trabajo que posibiliten encontrar maneras creativas para asumir los proyectos, aprendiendo de modo constante, retando las inercias, construyendo en forma colectiva, permitiéndose el asombro”, concluye Gloria. Las integrantes no asumen su compromiso laboral como en un empleo convencional:

Esta no es una organización de trabajo. No tenemos con esto una relación meramente laboral, sino que es el trabajo y la vida misma. Entonces uno de nuestros principios es la experimentación como opción de vida. Entonces nos equivocamos y nos podemos equivocar mucho, pero es equivocándose como uno aprende ¿sí me entendés? Y sí, la embarramos. ¡Ah! ¡Pues la embarramos! ¿Y qué hacemos? ¡Vamos a ver qué aprendemos de esto! Creo que la experimentación es un motor, es una luz para que la gente haga lo que crea que tenga que hacer.

Basada en lo experimental como premisa de su cotidianidad, en la Fundación MAVI ha surgido la necesidad de mantener un proceso de aprendizaje constante, sobre todo, en los asuntos administrativos, legales y contables, pues en la organización no contaban con ese tipo de experticias entre sus integrantes. Una de sus estrategias es trabajar en equipo teniendo en cuenta los procesos personales de cada una de las integrantes, procesos que tienen que ver con lo emocional y también con los ritmos de aprendizaje y la capacidad para asumir los errores. De ahí que sea importante generar confianza entre ellas para configurar un compromiso con los intereses del feminismo y el movimiento social de mujeres en Colombia. “Es una organización horizontal; aquí por ejemplo no hay directora, no hay roles fijos, no hay una estructura jerárquica”, comenta Adalgiza, y Gloria relata que en MAVI “la plata es por igual, las responsabilidades por linajes y militancias, las funciones por capacidades o disponibilidad”.

### *Feminizar la comunicación*

La Fundación MAVI ha proyectado su trabajo *desde* la comunicación al plantear la organización como productora de mensajes, noticias, reflexiones, historias de vida; y *hacia* la comunicación en la medida en que promueve la inclusión del enfoque de género en las agendas informativas masivas. Esta doble vía surge de su propia experiencia al hacer parte del movimiento social de mujeres. A continuación indicamos algunos resultados de un diagnóstico realizado por la organización:

- Los grupos de mujeres no tienen medios de comunicación propios, ni recursos metodológicos ni estrategias de penetración para acceder a los existentes.
- Los medios de comunicación existentes son poco sensibles a las problemáticas, denuncias, expresiones y hallazgos de los grupos y movimientos sociales de mujeres y son dados a priorizar unos sujetos sociales hegemónicos, invisibilizando otros actores.
- Los grupos y movimientos sociales de mujeres no tienen mecanismos ni espacios, ni dinámicas para interlocutar internamente y construir colectivamente las ideas, reflexiones y análisis que permitan desarrollar un saber común que pueda ser coherente y sistemáticamente comunicado.
- Los grupos y movimientos sociales de mujeres no han logrado convertirse en fuentes informativas para los medios de comunicación<sup>222</sup>.

La relación de MAVI con el movimiento social de mujeres de Colombia ha sido fundacional (surgido en los años setenta, se mantiene mediante el trabajo en red y moviliza a las mujeres de diferentes procedencias -étnicas, orientación sexual, edad, posiciones políticas y religiosas-). La sintonía de la Fundación con las luchas del movimiento la ha hecho reflexionar sobre sus prácticas comunicativas. Ante de la carencia de medios de comunicación propios y dinámicas de locución al interior y exterior del movimiento social de mujeres, en MAVI, afirma Jimena, nació la necesidad de crear un espacio permanente “donde nosotras las mujeres concertemos unas ideas en común que nos permitan desarrollar un saber común”. Se revela entonces para ellas una correspondencia entre la comunicación y el feminismo y, de ahí, que su lema sea “feminizar la comunicación”(idea inspirada en la de “caminar la palabra”, originaria del movimiento indígena del Norte del Cauca<sup>223</sup>).

---

<sup>222</sup> Extracto del documento Proyecto de Información de Género en Defensa de los Derechos Humanos de las Mujeres, disponible en: [www.issuu.com/infogenero/docs/presentaci\\_nproductorajunio2](http://www.issuu.com/infogenero/docs/presentaci_nproductorajunio2).

<sup>223</sup> El Tejido de Comunicación de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte



Feminizar la palabra es renombrarnos; pasar las cosas por el corazón. No ignorar que existen otras realidades y otros sentires en el mundo, más allá de lo hegemónico. Es hablar desde las emociones. Fuera del centro y desde lo periférico, desde lo alternativo. Es incluir a las mujeres, sus hallazgos y sus demandas en el lenguaje, porque hemos estado invisibilizadas. Es incluir nuestras miradas, nuestras reflexiones y nuestros deseos.

*Feminizar la comunicación* implica para MAVI:

- Una comunicación que privilegia la comprensión de la realidad.
- Que asume la diversidad como riqueza informativa, rescata voces, sana exclusiones.
- Apunta a una soberanía informativa en tanto vuelve protagónica la voz de las comunidades.
- No pone puntos finales, ni absolutismos, porque parte de lo provisional, lo inacabado, la borrosidad, la incertidumbre.
- Es una comunicación nómada: comunicación-acción-transformación<sup>224</sup>.

Así, la comunicación en la organización no la conciben como un proceso de *transmisión* de información ni de vaciado de contenidos, sino como una acción en sí misma que implica movilización, evolución y mutación. Y es, precisamente, en ese estado permanente de cambio que ellas conectan la comunicación con lo femenino en la medida en que, como dice Adalgiza, lo femenino se aleja el paradigma de la certeza, de las verdades: “Entonces, feminizar la comunicación es

---

del Cauca ha declarado que “la palabra se debe caminar, no solo en el discurso y la propuesta política, sino en la acción y la conciencia para la movilización” (2009).

<sup>224</sup> Extracto del documento Proyecto de Información de Género en Defensa de los Derechos Humanos de las Mujeres, disponible en: [www.issuu.com/infogenero/docs/presentaci\\_productorajunio2](http://www.issuu.com/infogenero/docs/presentaci_productorajunio2).

experimentar, es hacer otras búsquedas, ¡porque nos interesan más los puntos suspensivos!”. Por eso es importante para la Fundación MAVI:

[que] las comunidades aprendan a narrarse a sí mismas; que sean ellas las que establezcan su agenda informativa y prioricen las historias que quieren contar, rescatar del olvido las voces que quieren resaltar. Es preciso que los grupos de mujeres nos convirtamos en fuentes de información para los medios de comunicación; que nuestras historias, nuestras consignas, nuestras luchas sean asumidas con toda la profundidad y la hondura que tienen. Se trata de cerrar la brecha de prejuicios y suspicacias que existen entre los medios y los movimientos de mujeres<sup>225</sup>.

## Infogénero

Para llenar los vacíos informativos y comunicativos del movimiento social de mujeres y cerrar las brechas con respecto a la invisibilización de las temáticas género, la Fundación diseñó una estrategia para actuar de manera oportuna frente a lo que acontece en ese ámbito: el proyecto Infogénero-Productora de Información de Género, que tiene como objetivo “contribuir a la democratización de la información periodística aumentando la visibilidad de la temática sobre derechos humanos, no-violencia y paz desde una perspectiva de género en los medios de comunicación masivos y comunitarios del Valle del Cauca”<sup>226</sup>.

La Productora de Información de Género es un portal de Internet localizado en [www.infogenero.net](http://www.infogenero.net) que busca generar espacios de intercambio:

[Somos] un proceso de comunicación en el que nos encontramos mujeres desde el feminismo y la no violencia, quienes creemos que el periodismo es un terreno intermedio, a mitad de camino, un

---

<sup>225</sup> Disponible en: [www.fundacion-mavi.nireblog.com/post/2007/11/05/presentacion-libro-“en-buenas-manos”](http://www.fundacion-mavi.nireblog.com/post/2007/11/05/presentacion-libro-“en-buenas-manos”).

<sup>226</sup> Disponible en: [www.infogenerocolombia.blogspot.com/2009/03/productora-de-informacion-de-genero.html](http://www.infogenerocolombia.blogspot.com/2009/03/productora-de-informacion-de-genero.html).

campo en travesía que puede ayudarnos a entender la realidad. Una comunicación que nos ayude a comprendernos, a expresar la ambigüedad, a captar la magia de la circunstancia, a ver lo inacabado, a señalar la luz del suceso, a religar lo que aparentemente está separado, a no olvidar que somos parte del tinglado. Una comunicación que sane heridas porque rescata voces y rescata historias. Un periodismo con la poética de lo femenino que cree en la conversación más que en la entrevista, en la participación más que en la objetividad, en los puntos suspensivos más que en el punto final<sup>227</sup>.

Otro objetivo de Infogénero es convertirse en una agencia de noticias que provea contenidos que circulen de manera interna (en la red de organizaciones del movimiento de mujeres), y externa (en los medios de comunicación dominantes). La construcción de la agenda del portal se crea en las Salas de Redacción, un encuentro que ocurre el primer martes de cada mes para poner en común problemáticas, saberes y sentires de las mujeres:

Los grupos organizados de mujeres han ido construyendo un pensamiento que requiere socializarse, tienen criterios particulares sobre la educación, el medio ambiente, el poder, el cuerpo, la sexualidad, el amor. Los medios, las mujeres lo sabemos, están sobrecargados de verdades absolutas, de personajes autorizados, de esquemas preconcebidos. Queremos tener acceso a ellos para intentar subvertir el sinsentido en que se ha convertido el progreso, para que la emoción haga parte de lo noticioso, para que lo privado también sea político<sup>228</sup>.

Sus integrantes afirman que la mayoría de las temáticas sobre derechos humanos y no violencia hacia las mujeres tienden a ser invisibilizadas en los medios de comunicación dominantes, quizás, en la

---

<sup>227</sup> Disponible en: [www.infogenero.net/sitio/index.php?option=com\\_content&view=article&id=19&Itemid=27](http://www.infogenero.net/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=19&Itemid=27).

<sup>228</sup> Disponible en: [www.fundacion-mavi.nireblog.com/post/2007/11/05/presentacion-libro-“en-buenas-manos”](http://www.fundacion-mavi.nireblog.com/post/2007/11/05/presentacion-libro-“en-buenas-manos”).

transacción informativa muchos de estos asuntos son denuncias que revelan las injusticias sociales de un país como el nuestro; esto hace que esos temas no tengan preferencia a pesar de su importancia, pues usualmente hay mayor énfasis en las noticias judiciales, los escándalos políticos o los chismes del espectáculo e incluso en los deportes. En MAVI emprende la configuración de un periodismo de género sustentado en estas preguntas:

¿Cómo son vistas las mujeres en los medios de comunicación?  
¿Cuándo son sujeto de noticia y cuándo son objeto de noticia?  
¿Quiénes escriben sobre la condición social de las mujeres? ¿Aparecen en portadas solo cuando están vinculadas con escándalos?  
¿Reproducen estereotipos donde las mujeres aparecen como víctimas, personas bellas o buenas? ¿Se continúa creyendo que la misión fundamental de las mujeres es la maternidad, la familia, el servicio a los demás, la virtud? ¿Qué o quién tiene legitimidad para que los medios las tomen en cuenta y se conviertan en fuente informativa? ¿Cómo lograr que las organizaciones de mujeres entren en los medios con sus búsquedas y hallazgos, con sus saberes y énfasis? Porque lo cierto es que el protagonismo femenino en los medios es bastante pobre y no refleja su dinamismo en la sociedad (Charria:20).

En Infogénero los temas tratados son asuntos de mujeres pero no como conjunto homogéneo de tópicos sino que, desde MAVI, se busca focalizar de acuerdo con las demandas de cada subgrupo, por lo que se aborda la información según edades (niñas, adultas y ancianas), orientaciones sexuales (lésbicas y bisexuales) o procedencia étnica (indígena, afrocolombiana, etc.). En definitiva, se trata de dar una *perspectiva de género* a los diferentes asuntos de la vida en sociedad.

Las mujeres no tenemos medios de comunicación propios y los que hay no son lo suficientemente sensibles a nuestras angustias, a nuestras proclamas, a nuestras denuncias. No tenemos recursos metodológicos para acceder a los que ya están; son medios que priorizan sujetos hegemónicos e invisibilizan a los demás acto-

res. MAVI siempre ha querido que las mujeres nos convirtamos en fuentes de información para los medios de comunicación; que estemos en la agenda mediática pero que también podamos producir nuestra propia información y nos empoderemos de la herramienta: aprender a redactar un comunicado, a enviarlo por e-mail, a tomar una foto, a hacer un registro audiovisual (Jimena).

Cada Sala de Redacción de Infogénero opera como una lluvia de idea que construye de manera colectiva la agenda de noticias; allí aparecen los sucesos urgentes, los importantes, los reflexivos. Algunos de los temas más frecuentes son<sup>229</sup>: despenalización del aborto y violencias sexuales, diálogo intergeneracional de feministas, violencias contra las mujeres y la Ley 1257<sup>230</sup>, política pública municipal de mujeres, seguimiento del Auto 092<sup>231</sup> de la Corte Constitucional, inseguridad de las mujeres en Cali, Observatorio de violencias contra las mujeres, etc.

En la organización hay una apuesta por trabajar en el discurso informativo porque las temáticas políticas, sociales y culturales relacionadas con las mujeres no figuran en el panorama periodístico de manera permanente ni con una perspectiva analítica profunda. Una meta a largo plazo de MAVI es la creación de una red de periodistas con enfoque de género para “mostrar que hay un problema de violencia sexual en el conflicto armado colombiano, o un problema de tierras con las mujeres desplazadas”, enfatiza Adalgiza.

La necesidad de *agendar* los temas de las mujeres está ligada con la de *democratizar* la información. Para las integrantes de MAVI es urgente la difusión de las particularidades del sector poblacional de mujeres (problemas, actividades, reflexiones e historias) para reducir el desconocimiento y la indiferencia frente a estas. Pero Adalgiza insiste

---

<sup>229</sup> En este link se encuentran las relatorías de las Salas de Redacción publicadas hasta el momento. Disponible en: [www.infogenero.net/sitio/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5&Itemid=2](http://www.infogenero.net/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=5&Itemid=2).

<sup>230</sup> Disponible en: [www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2008/ley\\_1257\\_2008.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2008/ley_1257_2008.html).

<sup>231</sup> Disponible en formato PDF, véase: [www.nrc.org.co/biblioteca/auto-092.pdf](http://www.nrc.org.co/biblioteca/auto-092.pdf).

en que no solo se trataría de la inclusión en los medios masivos, sino de la generación y difusión de la información propia de las organizaciones de mujeres.

Todos y todas podemos tener acceso al uso de dispositivos para crear nuestra propia información. La ventaja es que ahora los equipos son menos costosos y más livianos; así, el conocimiento está al alcance de todo mundo y estas herramientas permitirán la masividad para llegar a muchas otras personas. Yo creo mucho en la idea de democratizar la información. Adalgiza también piensa de la misma manera. La comunicación hay que ponerla en manos de todo el mundo y cuando la gente lo hace una vez, queda entusiasmada para hacerlo dos veces (Jimena).

La Productora de Información de Género demanda una estructura en la que la división del trabajo sería clave para localizar, procesar y difundir toda la información del movimiento de mujeres. El trabajo en red con otras organizaciones sociales permite que entre estas y MAVI se mantengan abiertos los canales de información; de esta forma, las noticias sobre actividades siempre confluirán en el portal; no obstante, la producción propia de Infogénero es lenta debido a la falta de personal. Jimena explica que le toma un día editar una noticia en video y “mientras pasa ese día, ocurren cosas nuevas, y entonces hay temas que toca dejar porque ya no alcanzo a editarlos, porque perdieron vigencia”.

Cuando se diseñó Infogénero, en la organización imaginaron un equipo mínimo formado por dos periodistas, dos camarógrafas y dos editoras pero por cuestiones presupuestales esto no ha sido posible y Jimena es quien ha asumido la mayoría de actividades de la producción informativa del portal<sup>232</sup>:

---

<sup>232</sup> Debido a la necesidad de actualizar a diario el portal, Jimena emprendió el conocimiento, de manera autodidacta, del software libre llamado Joomla plataforma en la que actualmente está diseñada [www.infogenero.net](http://www.infogenero.net).

Yo soy la que hago la cámara, pongo la luz, el micrófono. Hago la entrevista, edito, subo los videos. Mando correos, actualizo el Facebook, mantengo el Twitter. Muchas veces me toca irme sola a registrar las acciones de las mujeres (aunque también graban Gloria, Adalgiza y Laura) pero yo no puedo estar en todo y entonces me quedo acá editando, que es donde está el cuello de botella.

Pese a las limitaciones de personal, la iniciativa de Infogénero (que comenzó en el año 2009) ha logrado dar visibilizar los acontecimientos y reflexiones de las organizaciones de mujeres, sus acciones y campañas. De hecho, la página de inicio del portal se identifica con la frase “Más de 100 videos sobre derechos humanos y temas que afectan la vida de las mujeres”; aunque además de videos, en la página hay publicados *podcasts*, fotografías, noticias, información de campañas, links de interés, entre otros.

Infogénero genera contenidos propios no solo para el movimiento de mujeres sino también para los medios masivos. Se plantea como reto que los temas de género no sean *portada* en ocasiones como el Día de la Mujer o el Día contra el Aborto. Sin embargo, que la información sobre asuntos de género sea incluida en los grandes sistemas informativos de manera permanente no ha sido tarea fácil y por eso, otro de los objetivos de la organización ha sido emprender un trabajo con periodistas de la región vallecaucana que consiste en implementar una estrategia de sensibilización que evidencie ante ellos el grado de invisibilización de *las causas de las mujeres* existente en los medios para los que trabajan. Además, se busca que los periodistas consideren el uso de un lenguaje “no sexista” en la redacción de las noticias<sup>233</sup> y conozcan las organizaciones y personas que podrían ser posibles fuentes de información para documentar las informaciones relacionadas con temáticas de género<sup>234</sup>; como dicen en

---

<sup>233</sup> Para este empeño editó la publicación titulada *Manual para un periodismo no sexista* (2010), escrito por Adalgiza Charria.

<sup>234</sup> En la publicación *En buenas manos – Agenda regional de periodistas* (primera edición en 2007 y segunda en 2010) se cuentan historias de vida de periodistas y se provee información de contacto sobre organizaciones y personas relacionadas con los asuntos de género.

MAVI, se trata de “tender puentes” entre el movimiento de mujeres y el periodismo, pues como dice Adalgiza “lo que no se nombra se invisibiliza”.

## Entre lo local y lo global

Cuando se entra a la sede de MAVI se encuentran varias mesas redondas con sus respectivos asientos como si fuera un cafetín. No se trata solo de una oficina: “Las mujeres llegan a hacer aquí sus conspiraciones con la idea de que no es sino uno juntarse con otras para que salgan proyectos; entonces muchos de estos salen simplemente alrededor de un café o del agua de boldo que damos aquí”, cuenta Adalgiza.

La organización se ofrece como un lugar de encuentro para que otras mujeres puedan “juntarse” y pensar nuevos proyectos, con o sin MAVI. Se trata de un trabajo en red, cooperativo y solidario. Uno de esos proyectos en conjunto ha sido con el Colectivo de Mujeres Pazíficas<sup>235</sup>. Durante ocho años, la Fundación ha acompañado el proceso de este Colectivo al facilitar sus instalaciones para las reuniones, apoyando la ejecución de campañas y participando en el diseño del Diplomado que da forma a la Escuela Política de Mujeres<sup>236</sup>, una de las estrategias educativas de este Colectivo. La propuesta pedagógica y política de la Escuela está en consonancia con el trabajo de MAVI. Estos son sus objetivos:

---

<sup>235</sup> El Colectivo de Mujeres Pazíficas busca, con una perspectiva feminista y pacifista, incidir políticamente en la actual situación de violencia del país. Retoma la consigna feminista “lo cotidiano es político” para hacer visible la violencia contra la mujer en todos los ámbitos, desde lo doméstico, laboral, económico, político y sexual. Para más información, véase: [www.aullemosmujeres.org/escuela1.htm](http://www.aullemosmujeres.org/escuela1.htm).

<sup>236</sup> El Diplomado tiene una duración de 120 horas y ha sido certificado por el Centro de Estudios de Género Mujer y Sociedad de la Universidad del Valle en los últimos años. En promedio ingresan cuarenta mujeres en cada ciclo. La Escuela forma parte del Banco de Proyectos de Buenas Prácticas para Superar el Conflicto creado por el PNUD. Para más información, véase: [www.saliendodelcallejon.pnud.org.co/buenas\\_practicas.shtml?x=7595](http://www.saliendodelcallejon.pnud.org.co/buenas_practicas.shtml?x=7595).



- Fortalecer la ciudadanía de las mujeres y su liderazgo participativo, desde miradas y construcciones feministas, que incorporen saberes, prácticas ancestrales y nuevas de las mujeres y de lo femenino.
- Aportar a la formación de mujeres que aspiren a cargos de toma de decisiones para que incorporen elementos académicos básicos y propuestas alternativas con perspectiva de género.
- Incorporar la perspectiva de género en los ámbitos en los que se mueve la vida cotidiana de las mujeres participantes, promoviendo su empoderamiento.
- Propiciar procesos de articulación y construcción de alianzas al interior de los movimientos de mujeres y feministas y, con otros sectores sociales y políticos a nivel local, nacional, regional y global<sup>237</sup>.

De manera puntual, MAVI se ocupó de estructurar el módulo de periodismo en el Diplomado. La experiencia ha sido muy importante para la organización pues “se ha convertido en un reto creativo desarrollar estrategias pedagógicas, año tras año”, cuenta Adalgiza. Para la Fundación, esta escuela se ha convertido en un semillero de mujeres *activistas*, un lugar de sensibilización sobre las problemáticas de género y, especial, en un escenario para aprender y hacer más conscientes a las mujeres participantes de su rol en la sociedad. En 2006, se formó a raíz del Diplomado un colectivo enfocado en la comunicación que se llamó Imagen y Memoria; este surgió ante la necesidad de registrar las acciones colectivas de las organizaciones de mujeres, lo cual generó una experiencia de apropiación del video (Jimena, Adalgiza y Clara fueron parte de este).

Hasta 2009, la Escuela Política de Mujeres contó con la financiación de una agencia de cooperación inglesa, al parecer, porque en la evaluación efectuada les preguntaron en qué había contribuido el proyecto con la desmovilización de las FARC y, MAVI respondió “en nada”. Al analizar esta situación, deducen que la agencia no logró dimensionar

---

<sup>237</sup> Véase: [www.aullemosmujeres.org/escuelas.htm](http://www.aullemosmujeres.org/escuelas.htm).

la complejidad del conflicto armado colombiano porque para ellas no es posible exigirle “la entrega de las armas” a la actividad de la Escuela, pues se trata de una problemática de índole nacional que rebasa los alcances de este proceso educativo.

Con respecto a la relación de MAVI con organizaciones de la sociedad civil, la Fundación ha tenido trabajo directo con catorce organizaciones, entre las que se cuentan: Colectivo No Violencia Cali, Colectivo de Mujeres Pazíficas, Cineclub Cinematria, Ruta Pacífica de Mujeres, Mujeres de Negro, Iniciativa de Mujeres Colombianas por la paz IMP, Confluencia Departamental de Mujeres del Valle del Cauca, Féminas Festivas, Mujeres de LGBT, Revista Agitación feminista, Teatro La Máscara, Centro Cultural Tejiendo Sororidades, Mujeres de María de Magdala, Semilla de Mostaza, Aullemos Mujeres. La mayoría de estas organizaciones también forma parte del movimiento social de mujeres. Uno de los aspectos más importantes para MAVI en el trabajo colectivo es consolidar confianzas mutuas, puesto que de esto dependerá la calidad de los procesos y sus resultados.

Vos y yo estamos en el mismo plano pues somos militantes de las mismas causas. Yo no soy jefe tuya ni vos sos jefe mía, ¿a son de qué? Somos dos personas iguales donde efectivamente en el terreno de la militancia se dan relaciones de dignidades, de linajes, de acumulados, de experiencias. Yo te tengo que reconocer a vos, a tu saber, a tu trayectoria y no hay relaciones laborales (Adalgiza).

No obstante, el tema de la representatividad en un movimiento social es un punto complejo, según lo que relata Adalgiza:

Rápidamente hay movilización pero hay que hacer consensos. Entonces ¿a nombre de quién se dice? ¿Quién dice eso? ¿El movimiento de mujeres? ¿Un grupo? ¿Ocho grupos? ¿Quién firma? Hay una necesidad urgente de sacar un comunicado, de manifestarse públicamente, de protestar, pero no podemos a veces actuar tan oportunamente pues estamos definiendo esa representatividad, sobre todo porque nunca vamos a poder hablar en nombre de “todas” las mujeres ni de “todo” el movimiento de mujeres.

La organización también ha ejecutado proyectos con entidades estatales locales como la Alcaldía de Cali, principalmente con su Secretaría de Salud y de Desarrollo Territorial y Bienestar Social.

La gente que está en el estado es una gente que trabaja mucho; es gente de entrega y a una también se le cambia el *chip* de que son burócratas, que no hacen nada y se ganan la plata fácil. Es otra relación la que se empieza a sentir. Uno empieza a sentir que hay una relación de colaboración, ¿sí? De poder hacer cosas y en cierto sentido hemos tenido mucha flexibilidad para proponer y nos han aceptado iniciativas que pensamos novedosas o que son más de proceso. A veces una se enfrenta a proyectos que son efectistas y una quiere que quede algo de proceso, que resulte algo más que empodere a la gente con la que se está haciendo una intervención. A veces se logra y a veces no.

En la organización existe un grado de desazón con el trabajo desarrollado con el estado puesto que sus integrantes intuyen que no será posible dar solución a todas las problemáticas en un solo proyecto y además, porque surge “una cierta certidumbre de que tarde o temprano ha de continuarse el trabajo en solitario, cierta sensación de que los procesos sociales, frágiles en sí mismos, no contarán ni con la inteligencia, ni con la delicadeza, ni con la pertinencia estatal”<sup>238</sup>. Para MAVI es importante reconocer que la relación con el estado oscila entre la colaboración y la confrontación pues como organización perteneciente a un movimiento social cree que debe “mantener siempre las posibilidades de acción directa, no institucionales: marchas, huelgas, boicot, funerales, tomas. Hay que saber que el estado puede ser potencialmente un enemigo o potencialmente un aliado”<sup>239</sup>. La *confrontación* está pensada como un lugar desde el cual abrir nuevas posibilidades

---

<sup>238</sup> Extracto del documento La quimera: vida y cotidianidad como “obra de arte” en la experiencia institucional de la Fundación MAVI. Disponible en formato PDF, en: [www.vamosmujer.org.co/efemerides/SOSTENIBILIDAD](http://www.vamosmujer.org.co/efemerides/SOSTENIBILIDAD) Ponenc Gloria Velasco. pdf.

<sup>239</sup> *Ídem*.

de acción, valorar otras metodologías o proponer alternativas a lo establecido.

En cuanto al vínculo con las agencias de cooperación internacional, estas han figurado como financiadoras y donantes, proveedoras de recursos captados por medio de convocatorias públicas o de invitaciones directas; algunas de las agencias con las que ha trabajado MAVI son: Aecid, Global Fund for Women, Unifem<sup>240</sup>, Instituto de la Mujer de España, Coraid, MAPP-OEA<sup>241</sup>. En la relación establecida con estas ha sido fundamental la búsqueda de la horizontalidad.

No podemos admitir que nos impongan una condición de sumisión, de responder más a sus intereses que a los nuestros. Somos más dadas a cuestionar a nuestros estados que a estas agencias cooperantes que han marcado mucho la pauta en nuestros procesos; para la mayoría de ellas todavía priman los proyectos que incluyen un amplio número de personas beneficiarias y una abundante lista de actividades como los principales referentes de la eficiencia<sup>242</sup>.

## Video, espejo y transformación

En las propuestas de intervención social realizadas por MAVI se incluyen estrategias de comunicación que promueven el uso de Internet, radio, video o escritura para crear productos o procesos comunicativos<sup>243</sup>. En algunas ocasiones, los materiales son realizadas por terceros pero tratan, en la mayoría de los casos, producir estas piezas de comunicación con metodologías participativas que involucren a las personas de las comunidades que hacen parte de los proyectos, sean

---

<sup>240</sup> Fondo de las Naciones Unidas para la Mujer.

<sup>241</sup> Misión de Apoyo al Proceso de Paz en Colombia de la Organización de los Estados Americanos.

<sup>242</sup> Extracto del documento La quimera: vida y cotidianidad como “obra de arte” en la experiencia institucional de la Fundación MAVI. Disponible en formato PDF, veáse: [www.vamosmujer.org.co/efemerides/SOSTENIBILIDAD](http://www.vamosmujer.org.co/efemerides/SOSTENIBILIDAD) Ponenc Gloria Velasco.pdf.

<sup>243</sup> Se trata de comunicados de prensa, publicaciones impresas, notas radiofónicas, canciones, afiches de campañas, entre otros.

mujeres, niños, adolescentes, etc. Para este estudio de caso, nos centraremos en el uso dado al video e Internet. El video se convierte en una herramienta metodológica con los ejercicios de *video-transformación* o en las actividades de los video-foros, pero también constituye un medio tanto para registrar como para difundir las acciones de las organizaciones de mujeres. Veamos cada uso en detalle:

1. *Video-transformación*: método que consiste en grabar a una mujer hablando acerca de un tema específico; este fragmento será observado por ella misma y por el grupo de trabajo para analizar la manera como se expresa, sus ademanes y el dominio o no del tema. Aplicaron esta metodología<sup>244</sup> en el proyecto *Vocerías*, que difunde contenidos de la Ley de Violencia contra las Mujeres (Ley 1257) mediante un trabajo directo con mujeres de organizaciones populares y comunitarias. En principio se capacitó a las participantes sobre los contenidos de dicha ley y por medio de los ejercicios de *video-transformación* se convirtieron en *transmisoras* de la ley a otras mujeres que la desconocen o no saben de sus beneficios<sup>245</sup>; de alguna manera la mujer-vocera pone a circular la información *boca a boca* pues, como afirma Adalgiza, “si una mujer cuenta eso [los contenidos de la ley] en la fila de la galería, en el supermercado, eso se va regando”. Con la *video-transformación*, las participantes perdieron el miedo a verse y comenzaron a sentirse seguras de lo que pueden expresar. Adalgiza dice que el procedimiento tiene objetivos específicos:

Resaltar los aciertos y trabajar en las precisiones; si se equivoca se le indica que no es así y vuelve a decirlo y luego a oírse; entonces, ya sabe cómo decirlo. Así las mujeres se empoderan, se convierten en sujetas comunicacionales. Además, una mujer popular, al verse en el video dice que está fea o gorda, se mira todo lo que tiene y

---

<sup>244</sup> Esta metodología fue creada por Silvia Mejía para quien el video es una herramienta de empoderamiento y transformación de las personas (de ahí que también algunas personas llamen a este método “video-terapia”

<sup>245</sup> Véanse apartes de este proceso en el video disponible en: [www.youtube.com/watch?v=WZrpd3ofGbU](http://www.youtube.com/watch?v=WZrpd3ofGbU).

no le gusta, pero cuando ponemos su imagen en cámara lenta o la congelamos cuando se está riendo y, en ese gesto, ella empieza a verse linda y es impresionante como deja la pena de verse como es. Y las he oído decir: “Sí, sí puedo, mirá”. Y como hay una necesidad de aprender esta ley, de aprender a contarla, a decirla, no necesitamos ser abogadas porque tenemos una madre, una abuela, una tía, una prima o una vecina que la cascaron o la están humillando.

El ejercicio de *video-transformación* genera un espejo en el cual cada mujer está frente a sí para reconocerse; eso le ayuda a confiar en su imagen para poder transmitir a otra mujer su saber o su sentir. La realización de imágenes audiovisuales sobre ellas mismas potencia el hecho de que las mujeres en esas sesiones puedan verse *sin aditivos* y sobre todo acepten su imagen, voz, movimiento, palabra. Como sostiene Adalgiza, “el video tiene mucha potencia de autorreconocimiento porque allí la representación es muy fuerte: la gente ve sus propios lugares y sus propias narrativas y a la gente verse le da mucha fuerza”. Esa “potencia” es la que generaría la transformación de una persona insegura en una con mayor confianza para comunicarse y, en este caso, para transmitir informaciones que ayudan a defender los derechos de la mujer. En ese sentido, el video es una herramienta que entra a hacer parte de procesos sociales más amplios. Adalgiza relata como la experiencia ha tenido sus efectos:

Sabemos que con la *video-transformación* la gente sí piensa otras cosas; la gente se ha reunido y propone hacer otras cosas, por ejemplo un video-magazín con recetas aportadas por cada mujer. Resulta que las mujeres se reunían y empezaban a decir que tenían necesidades de todo, de trabajo, de vivienda, de salud, pero entonces empiezan a decir también que su mayor necesidad es la autoestima. Eso me parece una belleza porque podrían haber dicho que su mayor necesidad era la casa, pero ellas terminan diciendo que su mayor necesidad es la autoestima. ¡Es impresionante! Y eso es lo que a mí más me ha emocionado. Ha pasado que empiezan a ver que hay algo en ellas bonito, que hay algo en ellas potente, que

si lo hicieran otra vez lo harían mejor y empiezan a decir: “¡Claro! eso es lo que a mí me falta”. Entonces no importa si no tienen con qué pagar el arriendo; lo que necesitan es aprender a hablar, aprender a expresarse. O sea, hay una necesidad comunicativa enorme en las mujeres y el video es un reflector y un espejito muy bonito.

2. Video-foros: videos (o películas) alusivos a un tema específico se proyectan a un grupo (ya sea de mujeres, jóvenes, niños, adultos) para que al finalizar se genere una conversación sobre lo visto. Por lo regular, las películas exhibidas son producidas por terceros, pero en algunos proyectos desarrollados por MAVI los videos presentados son hechos por los mismos participantes de estos: “Es más fácil cuando la película es de ellos porque al mirarse a sí mismos crecen en comunidad”, expresa Adalgiza. Los video-foros generan así un espacio para dialogar, confrontar y debatir, para encontrar sus propias soluciones a una problemática o asunto por resolver en la comunidad.

Porque no es el otro que viene a dar la película y mostrar cómo hay que resolver los conflictos. Ellas mismas se critican, ellas mismas dicen: “Doña Rosa es más sabia”. Entonces el video tiene esa potencia para mirarse y resulta que nos presenta historias no contadas. El video revela el poder de la gente. En últimas, todos los proyectos tienen el mismo propósito de nombrar el poder de la gente, el linaje de la gente, la fuerza de la gente (Adalgiza).

Desde esta perspectiva, para la organización, el video entra a ser parte de un proceso de construcción colectiva de saberes. Bien sea el video hecho por la misma comunidad, este se convierte en objeto de análisis por quienes la realizaron y, en ese sentido, esa mirada hacia *adentro* permite hacer una reflexión sobre la problemática tratada (por ejemplo, formas de convivencia en un barrio). Por eso, para MAVI el video resulta fundamental en un trabajo con comunidades, como lo expresa Adalgiza:

Nos parece que hay que vivir con la sombra y tramitar las sombras, pero en el ejercicio pedagógico hay que iluminar las potencias; entonces, desde ahí podemos construir y el video, que es fundamental, está en la base del proyecto pedagógico. El video simplemente puede cambiar el reflector, no para el “centro”, no para la autoridad, no para los de siempre. Cambias simplemente el foco. Entonces iluminás lo otro, esas otras historias.

3. Piezas cortas de video (clips): se trata de la producción de videos que oscilan de uno a diez minutos de duración. También, en su mayoría, son producidos por profesionales de MAVI o en procesos participativos con las comunidades. Los contenidos resultan de la sistematización de las actividades realizadas; a veces recogen los sucesos de una coyuntura política o registran las campañas y acciones colectivas de los grupos de mujeres. Las piezas procuran tener un estándar de producción audiovisual en términos de calidad técnica para emisión por televisión (aunque en muchos la imagen pierde definición cuando se publican en la red); los clips se pueden reproducir en el portal de Infogénero, en los canales que posee en YouTube<sup>246</sup>, Vimeo<sup>247</sup> y Livestream<sup>248</sup>.

## Hacia un periodismo *comprometido*

La producción audiovisual de Fundación MAVI incluye dos documentales, *Indignación en el cañaduzal*<sup>249</sup> y *Precariedad*<sup>250</sup>, pero el grueso está en

---

<sup>246</sup> Disponible en: [www.youtube.com/user/infogenero](http://www.youtube.com/user/infogenero).

<sup>247</sup> Disponible en: [www.vimeo.com/user1443820](http://www.vimeo.com/user1443820).

<sup>248</sup> Disponible en: [www.livestream.com/infogeneronet](http://www.livestream.com/infogeneronet). También en el perfil Facebook hay una serie de videos y fotografías publicadas ([www.facebook.com/home.php?#!/profile.php?id=1540304602&v=wall](http://www.facebook.com/home.php?#!/profile.php?id=1540304602&v=wall)).

<sup>249</sup> Sobre el paro de los corteros de caña de azúcar del Valle del Cauca. Fue realizado en conjunto con el Colectivo Imagen y Memoria. Una de las partes puede verse en [www.youtube.com/watch?v=sFOT3JQBWXc&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=sFOT3JQBWXc&feature=player_embedded).

<sup>250</sup> Sobre la situación de las mujeres en las cárceles.



la realización de las piezas cortas de video, en las cuales predomina el formato periodístico, como lo describe Jimena:

Esas notas las hemos compartimos con los noticieros comunitarios y ellos nos piden decir qué, cómo, cuándo, dónde. Entonces se hace un DVD compilado que se manda a canales como Ascuanpac, Telebeli, Asobuitrera, Yubarta TV, a las parabólicas (Cablepacífico, Cableunión, etc.), a canales en La Unión, Toro, Obando. Esta compilación se hace mensual o cada dos meses. Las notas son atemporales porque no tenemos la infraestructura para hacerlas diariamente pero mantenemos una lógica de la noticia porque sí queremos que tenga vigencia. Aunque nosotras hemos hecho otros ejercicios de contarnos desde otras lógicas -que no son las de “centro”- como por ejemplo cuando hacemos cosas más libres, como documentales.

Pero no solo se apela a lo periodístico por una cuestión de formato o de distribución. “Los medios son transmisores de culturas, con la enorme responsabilidad de incidir directamente en los procesos de socialización y de transformación de identidades”, escribió Adalgiza en el *Manual para periodismo no sexista*. De ahí que para MAVI sea importante reconocer el impacto de los medios:

Los medios de comunicación no son los responsables de la desigualdad de las mujeres frente a los hombres ni los causantes de la marginación que lo femenino ha tenido en esta cultura. Son cinco mil años de cultura patriarcal los que preceden a la expansión comunicacional. Sin embargo, la manera como los medios presentan, proyectan, usan y representan estas desigualdades pueden potenciarlas o disminuirlas. Los medios a la vez se descomprometieron absolutamente de las demandas y reflexiones de los grupos sociales, cedieron a las lógicas del mercado y los intereses del poder, y han olvidado la necesidad de las personas de participar, opinar, evaluar el sistema de producción simbólica más poderoso de estos momentos (Charria:69).

El contenido de las piezas cortas de video realizadas para Infogénero son producto de la necesidad de *equilibrar* las desigualdades informativas con respecto al trabajo y las luchas de los grupos de mujeres. Se trata, en suma, de hacer memoria para propiciar maneras de resignificar sus acciones y pensamientos; para ello, sostiene Adalgiza, “el formato que más nos conviene es la historia de vida y tendríamos que ser coherentes ahí, pero no tenemos el tiempo y nos enfrentamos a otras cosas”. Con la historia de vida se profundizaría en los sucesos y las experiencias del movimiento social de mujeres; sin embargo, como subraya ella, hay que enfrentar *otras cosas* (como por ejemplo, las coyunturas, las urgencias de las denuncias, las indignaciones, etc.), por lo que proyectos audiovisuales más complejos, tanto en su narrativa como en su extensión, no logran desarrollarse debido al tiempo de producción que demandan.

El calibre político de la información creada y difundida por la organización constituye la marca de su producción audiovisual<sup>251</sup>. Veamos una clasificación de los tipos de piezas de corta duración:

1. Noticias: según el formato televisivo, tanto en su componente textual como visual; la imagen es prueba de lo que se está diciendo y se apela al uso de voces de autoridad. Se responden las preguntas ¿qué?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿cómo? Las noticias se centran en las actividades que llevan a cabo organizaciones sociales de mujeres y diversas secretarías de la administración municipal de Cali. Algunos ejemplos son:

- Alcalde de la ciudad de Cali firma la Política Pública Municipal de Mujeres<sup>252</sup>.

---

<sup>251</sup> Se incluye el filminuto titulado *Amor en 3D*, que dialoga con la celebración del Día del Amor y la Amistad, usando un lenguaje narrativo-poético. Disponible en: [www.youtube.com/watch?v=h8qA0zQI-Wg](http://www.youtube.com/watch?v=h8qA0zQI-Wg). En el portal de Infogénero también se comparten videos producidos por otras organizaciones, ya sean de campañas, noticias, etc.

<sup>252</sup> Disponible en: [www.youtube.com/watch?v=va5hnJ-Ggyo](http://www.youtube.com/watch?v=va5hnJ-Ggyo).

- Lanzamiento del Observatorio Ciudadano Trans en la ciudad de Cali<sup>253</sup>.
- Foro Mujeres en situación de desplazamiento forzado, un ejercicio de sensibilidad a la ciudadanía<sup>254</sup>.
- Foro Mujer, VIH, Salud y Pobreza<sup>255</sup>.

2. Entrevistas: como su nombre lo indica, son videos que registran entrevistas realizadas, en su mayoría, a mujeres con una historia o experiencia de vida significativa. A veces aparece en pantalla la entrevistadora y a veces no; se suele mostrar al personaje en un plano medio y se hace poco o ningún uso de imágenes de apoyo. Algunas de la mujeres entrevistadas han sido Jules Falquet (académica internacional), Aida Quilcué (líderesa indígena), Laura Restrepo (escritora), Carmiña Navia (escritora), Marta Cecilia Saldarriaga (investigadora), Ana Francis (excombatiente salvadoreña), Rocío Pindea (funcionaria de la Secretaría Municipal de la Mujer en la ciudad de Medellín), poetisa Tatiana de la Tierra, Abuela Margarita (indígena mexicana).

3. Campañas: se trata de videos realizados para la difusión de campañas con fines pedagógicos. Por ejemplo: “Déjate ver”, de la campaña Tienes Derechos, Mujer estamos contigo (sobre la Ley 1257 y el Autoog<sup>256</sup>; “Despanfletízate” (contra el resurgimiento de las llamadas limpietas sociales)<sup>257</sup>; “Un silbato por nuestras vidas”, (sobre la violencia contra las mujeres)<sup>258</sup>; “Solo insumisas” (sobre el machismo)<sup>259</sup>, entre otras.

---

<sup>253</sup> Disponible en: [www.youtube.com/watch?v=W4uBV1\\_CsLo](http://www.youtube.com/watch?v=W4uBV1_CsLo). Este lanzamiento tuvo lugar dentro del Encuentro de Movimientos Sociales Trans: Organización, expresión, ciudadanía y derechos humanos.

<sup>254</sup> Disponible en: [www.youtube.com/watch?v=GKKOEAWL5C0](http://www.youtube.com/watch?v=GKKOEAWL5C0)

<sup>255</sup> Disponible en: [www.youtube.com/watch?v=cCbAHjZMOWE](http://www.youtube.com/watch?v=cCbAHjZMOWE).

<sup>256</sup> Disponible en: [www.youtube.com/watch?v=5CsmZZGaPp8](http://www.youtube.com/watch?v=5CsmZZGaPp8).

<sup>257</sup> Disponible en: [www.youtube.com/watch?v=fj-K2v8orA8](http://www.youtube.com/watch?v=fj-K2v8orA8).

<sup>258</sup> Disponible en: [www.youtube.com/watch?v=ccc14u6\\_rFw](http://www.youtube.com/watch?v=ccc14u6_rFw).

<sup>259</sup> Disponible en: [www.youtube.com/watch?v=FqLW9xgErfw](http://www.youtube.com/watch?v=FqLW9xgErfw).

4. Reportes de sistematización: son videos que describen los objetivos, cuentan las actividades y muestran los resultados de diversos proyectos de intervención social que promueven temáticas referentes a los derechos humanos o de las mujeres. Un ejemplo de estos reportes es *Mujeres migrantes*<sup>260</sup> que presenta el trabajo adelantado por una organización local sobre derechos de mujeres desplazadas en la ciudad de Cali.

5. Acciones colectivas y eventos conmemorativos: son registros de las actividades realizadas por el movimiento social de mujeres de Cali. Uno de ellos es *Novias*<sup>261</sup>, en el cual la cámara, en clave cine-directo, acompaña esta acción colectiva en el marco de la celebración Día de la Mujer (8 de marzo). También se pueden incluir en esta categoría los videos que muestran las conmemoraciones del Día internacional de la No Violencia contra las Mujeres o del Día contra el Aborto, entre otros; y también el registro de protestas públicas como la Marcha Antimilitarización que se realizó contra las bases estadounidenses en el país<sup>262</sup>.

Con respecto a elementos formales comunes, todas los clips tienen créditos de autoría de Infogénero y la fecha de producción, información que suele mostrarse al final; al inicio se hace uso de texto fijo que proporciona información de contexto sobre lo que se abordará en el video. Estos videos utilizan imagen en movimiento o fija (como fotografías, afiches o gráficos) como apoyos visuales; e identifican a las personas que hablan con un generador de caracteres.

Adicionalmente, dentro de la producción audiovisual de la organización, vale reseñar la experiencia de MAVI en el Noticiero Internacional de Barrio (NIB), un proyecto de comunicación basado en la producción de un noticiero bimensual con ocho organizaciones sociales de América Latina y Europa (MAVI fue una de las representantes de

---

<sup>260</sup> Disponible en: [www.youtube.com/watch?v=CvgNg\\_QQnqs](http://www.youtube.com/watch?v=CvgNg_QQnqs).

<sup>261</sup> Disponible en: [www.youtube.com/watch?v=-REk2vS431c](http://www.youtube.com/watch?v=-REk2vS431c).

<sup>262</sup> Disponible en: [www.youtube.com/watch?v=rc544NnlNIM&](http://www.youtube.com/watch?v=rc544NnlNIM&).

Colombia). Esta propuesta se ejecutó durante los años 2004 y 2005 bajo el auspicio del Programa @lis (Alianza para la Sociedad de la Información de la Unión Europea)<sup>263</sup>. Para la producción del NIB se ofreció un curso de formación para las comunidades vinculadas a las organizaciones participantes del NIB. MAVI participó en la producción de “secuencias” (como el NIB las denominó) sobre temas como el racismo, la salud, las resistencias urbanas, el analfabetismo, los medios alternativos, organizaciones de mujeres, entre otros. Son estas secuencias las se empaquetan en un solo programa o noticiero.

Podemos indicar que los modos de producción del video en la Fundación MAVI han sido ajustados a sus necesidades de difusión, como el caso de las piezas de corta duración a la web y los noticieros, pero también al presupuesto y al tiempo del que disponen para producirlos. Como mecanismo para informar, reflexionar y expresarse, MAVI acerca el audiovisual a las comunidades como una herramienta para la acción política y la activación de la memoria.

---

<sup>263</sup> Este programa de cooperación apoyó iniciativas para el desarrollo de la sociedad de la información y la lucha contra las desigualdades en relación con la utilización de las tecnologías en América Latina.

