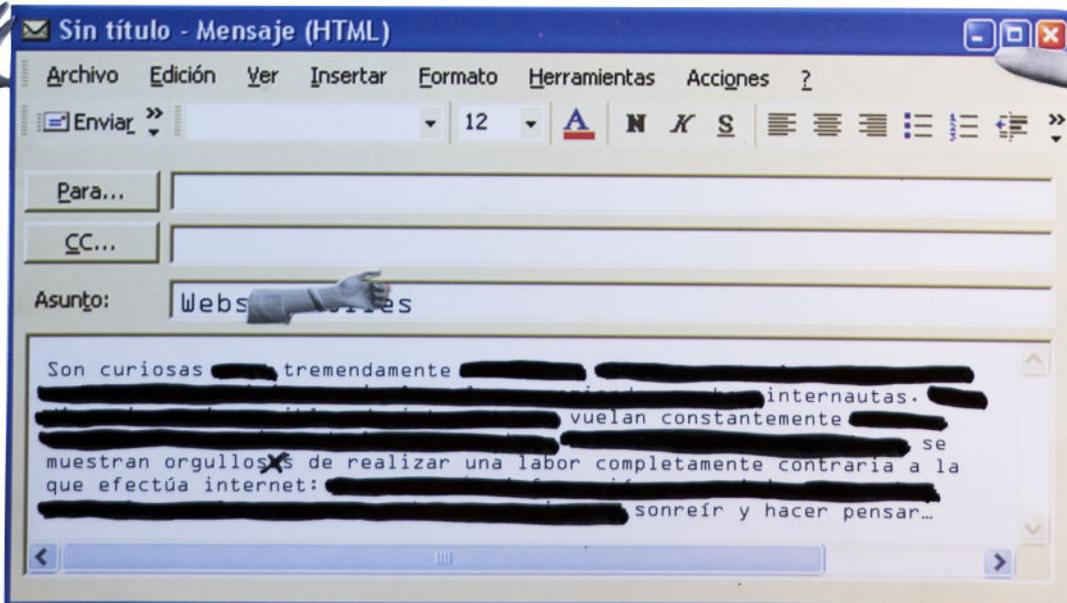




Aprendiendo a hacer comunicación antirracista y antipatriarcal

Marina Gallardo Izquierdo

- 2023 -



Índice

1. Introducción
 - 1.1. Tema de la investigación
 - 1.2. Objetivos y preguntas de investigación
 - 1.3. Conocimiento situado: contexto en el que se desarrolla la investigación
 - 1.4. Metodología de la investigación y estructura del trabajo

2. De dónde partimos
 - 2.1. Sistema de opresiones múltiples: aproximación al concepto de interseccionalidad
 - 2.2. Donde hay opresión, hay resistencia: los feminismos interseccionales

3. La comunicación
 - 3.1. Qué entendemos por comunicación
 - 3.2. De qué manera la comunicación hegemónica (re)produce el sistema de opresiones múltiples

4. Poniendo en marcha nuevos paradigmas comunicativos
 - 4.1. Hacia una comunicación feminista y antirracista

5. Investigación: ¿Cómo hacemos comunicación feminista y antirracista para la defensa del territorio?
 - 5.1. El uso de la comunicación transformadora por parte de agentes diversos en la CAV: Mapeo de experiencias de comunicación alternativa
 - 5.2. Experiencias de comunicación alternativa en el Estado español
 - 5.3. Personas entrevistadas
 - 5.4. Ideas fuerza extraídas de las entrevistas

6. Conclusiones: aportes para la guía de comunicación antipatriarcal y antirracista para la defensa del territorio
 - 6.1. Ideas que han surgido en el grupo focal

Referencias

Anexo 1: Formulario entrevista semiestructurada

1. Introducción

1.1. Tema de la investigación

El tema principal de esta investigación son las experiencias y prácticas comunicativas impulsadas, tanto por medios de comunicación alternativos, como por organizaciones populares y movimientos sociales, y enfocadas a la transformación social, en el contexto del Estado español, centrado especialmente en la Comunidad Autónoma Vasca (CAV).

Se parte de la idea de que el ejercicio de la comunicación social es una herramienta de transformación por varios motivos: el poder que puede llegar a tener en la construcción del imaginario colectivo, la capacidad de promover una conciencia social crítica y la influencia en la toma de decisiones de los sujetos a la hora de llevar a cabo acciones concretas de cambio socio-político.

Por otro lado, se entiende como transformación social aquella que implica avanzar en el desmantelamiento de la estructura de poder y opresión que ordena las sociedades a nivel global, construyendo alternativas habitables de vida en común. Por eso, cuando aquí hablamos de acciones dirigidas a la transformación social, nos referimos a aquellas que se sustentan en una ideología feminista interseccional, anticapitalista, antirracista y decolonial, y que tienen una clara intención de contribuir a las luchas contra el sistema de opresiones múltiples.

Partiendo de esta base, la investigación se centra en conocer y analizar prácticas comunicativas de determinados medios de comunicación alternativos, movimientos sociales, organizaciones populares y colectivos, que se realizan desde los feminismos, el antirracismo, a favor de la libre determinación de los pueblos y contra la explotación capitalista de los territorios. Una comunicación que tiene como objetivo principal remover las conciencias y movilizar los cuerpos para defender la vida, poniendo los cuidados en el centro.

Esta investigación se enmarca en un trabajo más amplio desarrollado de manera colectiva en diferentes territorios, que consta de tres ejes:

1. La investigación llevada a cabo por las compañeras de La Cuerda en Guatemala y Chiapas. Este trabajo se centra en un análisis del periodismo comunitario.
2. La investigación “Experiencias comunicativas alternativas para una defensa feminista del territorio”, desarrollada por Marixela Ramos y Marta Rivas en El Salvador y Honduras, y centrado en las radios comunitarias.
3. El presente trabajo, que se sitúa en el contexto de la CAV, incluyendo algunas experiencias que se amplían al territorio del Estado español, y que abarca un

concepto de comunicación que no se limita a las prácticas de difusión informativa de los medios de comunicación alternativos, sino que incluye experiencias comunicativas diversas desarrolladas por agentes y formas de organización heterogéneas.

1.2. Objetivos y preguntas de investigación

El objetivo general es “realizar una investigación colectiva, al servicio de los movimientos sociales, que vincule la defensa del territorio y la comunicación”. Trabajando especialmente en la visibilización y el reconocimiento de experiencias comunicativas impulsadas desde organizaciones de Pueblos Indígenas, feminismos comunitarios, y movimientos y organizaciones antirracistas y de defensa de los derechos LGTBQA+.

Como objetivos específicos contamos con los siguientes:

- Realizar un diagnóstico general sobre las prácticas comunicativas transformadoras en los distintos territorios (Mesoamérica y Estado español).
- Identificar estrategias y buenas prácticas en clave de alianzas para una comunicación colectiva entre distintos territorios.
- Elaborar propuestas de alternativas, estrategias y herramientas para un trabajo conjunto entre las organizaciones participantes en el proceso de la investigación (tanto investigadoras como población sujeto de la investigación).

Respecto a los objetivos específicos de este trabajo, identificamos varios:

- Hacer una reflexión sobre la situación de los medios de comunicación alternativos y de los procesos de comunicación de diferentes movimientos y colectivos sociales en el contexto del Estado español.
- Conocer prácticas de comunicación para la transformación social llevadas a cabo por agentes diversos.
- Identificar una serie de prácticas que puedan ser implementadas por las diferentes organizaciones y aliadas para contribuir a las luchas feministas, antirracistas y decoloniales por la defensa del territorio.

Sobre la base de estos objetivos, las preguntas que orientan este trabajo son varias:

- ¿En qué consiste la apuesta por una comunicación alternativa, vinculada a la transformación social?
- ¿Qué prácticas comunicativas concretas identificamos?

- ¿Cómo estas prácticas promueven la defensa del territorio?
- ¿Cómo incorporar la perspectiva feminista y de cuidados, intercultural y antirracista, y ecologista?

1.3. Conocimiento situado: contexto en el que se desarrolla la investigación

Un aspecto importante que debe ser tenido en cuenta en esta investigación es que el conocimiento es situado, por lo que se debe contextualizar la realización del trabajo.

La investigación principal, es decir, aquella que engloba los tres ejes de trabajo previamente mencionados, es impulsada por la organización Lumaltik Herriak, dentro de su programa de Educación para la Transformación Social, con la línea de trabajo *Defensoras*.

Lumaltik Herriak es una ONGD vasca que nace con el objetivo de apoyar a las Comunidades Zapatistas en la lucha por la libre autodeterminación. En este proceso, se impulsa desde el año 2019 la línea de trabajo *Defensoras*, con la que se trabaja por la construcción de una red de solidaridad internacional con las mujeres defensoras de los derechos humanos, de la tierra y del territorio en Mesoamérica.

Como parte del proyecto "Defensoras rompiendo el cerco: construyendo comunicación feminista para la defensa del territorio", financiado por la Agencia Vasca de Cooperación para el Desarrollo en 2021, se impulsa esta investigación con el objetivo de recoger saberes y aprendizajes en materia de comunicación para, por un lado, continuar apostando desde la propia organización por la comunicación como herramienta para la transformación social y, por otro, para ponerlos a disposición de las distintas organizaciones y colectivas que forman parte de la red de aliadas, como apoyo en el trabajo por la transformación social.

Además, es importante señalar que la persona encargada de coordinar la parte de la investigación que se sitúa en el contexto del Estado español es una mujer cis, blanca y europea, que ha recibido la totalidad de su educación formal en instituciones públicas de enseñanza reglada del Estado español. Es fundamental tener en cuenta las opresiones que nos atraviesan, pero también los privilegios que nos son dados en el contexto de opresiones múltiples en el que vivimos. Por eso, y también con la intención de no apropiarnos de narrativas que no nos corresponden porque no nacen de nuestra experiencia como sujetos políticos, señalamos la posición desde la que construimos este trabajo.

Teniendo en cuenta todo esto, el análisis que se hace a continuación parte de teorías de autoras del llamado Sur global, porque son las que introducen la visión de la

interseccionalidad, algo que resulta vital para cualquier análisis que se quiera hacer de la realidad. Partimos de estos aportes teóricos para llegar a la parte de investigación más empírica, centrada en el análisis de la comunicación y de las prácticas comunicativas de colectivos concretos que, en este caso, sí pone el foco en el Estado español, un país del llamado Norte global.

Consideramos fundamental traer a estos territorios los aportes de las autoras del Sur para salirnos de nuestra mirada eurocéntrica y poder analizar las prácticas que llevamos a cabo aquí y que, en un mundo globalizado, tienen un impacto en otras partes del mundo. Mientras que en los Sures globales se están llevando a cabo procesos de resistencia y lucha, es aquí, en el Norte global, donde tiene que darse una revisión de los privilegios y del modo de vida que se sustenta sobre la explotación de otros territorios.

Desde esta perspectiva, creemos también que la fórmula en la que se realiza el trabajo, de manera coordinada entre comunicadoras y activistas de diversos territorios, sirve como marco para el intercambio y el aprendizaje colectivo durante el propio proceso de realización de la investigación.

1.4. Metodología de la investigación y estructura del trabajo

La metodología propuesta para esta investigación está compuesta por tres partes: en un primer momento se hace una búsqueda utilizando herramientas online y recursos bibliográficos para poder construir el marco teórico de la investigación, y hacer una aproximación a la situación actual del uso de la comunicación como herramienta para la transformación social. En la segunda parte, la metodología está basada en la realización de entrevistas semiestructuradas a personas, previamente seleccionadas, que forman parte de colectivos, medios, movimientos y organizaciones que hacen un uso activo de la comunicación feminista, antirracista, decolonial y por la defensa del territorio. Por último, las ideas-fuerza y los puntos comunes sacados de las entrevistas se contrastan con las personas que han participado en la investigación, a través de un grupo focal, en el que se reflexiona sobre las conclusiones que podemos sacar de esta investigación y empezamos a imaginar cómo será la guía de comunicación.

El trabajo está estructurado en 6 apartados:

La primera parte es esta introducción, en la que se presenta el tema central de la investigación, los objetivos y las preguntas que la orientan, el conocimiento situado del que nace, y la propuesta metodológica para su construcción.

El segundo, tercer y cuarto apartado los constituye el marco teórico en el que está basada la investigación. Esta parte es importante porque hace una descripción y contextualización de los conceptos con los que se trabajan, y permite elaborar una visión global de la situación que se estudiará luego con más profundidad.

El quinto apartado es la parte más empírica. En él se hace un mapeo inicial de las experiencias que se van a analizar, se describen dichas experiencias y se exponen las principales ideas extraídas de las entrevistas realizadas.

Por último, la sexta parte está formada por las conclusiones de la investigación, en las que se dan los aportes extraídos para la construcción de la guía sobre prácticas comunicativas feministas, antirracistas y decoloniales para la defensa del territorio.

Además, se incluye un apartado de referencias y un anexo con la estructura de la entrevista empleada.

2. De dónde partimos

Antes de nada, proponemos tres definiciones de conceptos clave de los cuales partimos para poder hablar de interseccionalidad:

Capitalismo

El capitalismo es un sistema de ordenamiento de las sociedades que surge en Europa y está basado en una economía que tiene el objetivo de acumular capital de manera ilimitada. Las lógicas de acumulación capitalistas fueron las que llevaron a promover cambios tecnológicos y de expansión, dando como resultado la colonización de territorios fuera de las fronteras del continente europeo y la conformación del “sistema-mundo moderno”.

El capitalismo se da, sin embargo, dentro de los límites planetarios que sostienen la vida y las sociedades humanas, por lo que la acumulación ilimitada de capital no puede sostenerse en base al uso de recursos naturales que son limitados e irremplazables. Es por ello por lo que es un sistema que se da a través de la explotación de los territorios, de las personas y en contra de la vida.

Racismo

La raza es una construcción social basada en el fenotipo, y el racismo es una construcción social basada en la raza. Se trata de un constructo colonial, ya que es el con la

colonización que empieza a usarse como justificación de las opresiones y diferencias sociales. Las razas existen, entonces, como un producto del racismo.

La racialización de las personas es involuntaria, todas las personas somos racializadas porque se nos asigna una raza al nacer, pero cuando hablamos de personas racializadas nos referimos a aquellas a las que dicha racialización afecta de manera negativa, sufriendo racismo.

La racialización, sin embargo, no es universal y es un proceso complejo y, muchas veces, contradictorio. Una misma persona puede sufrir racismo en un contexto y en otro no, es decir, ser racializada negativa o positivamente según el contexto en el que se encuentre.

Patriarcado

El patriarcado es un proyecto de organización de la sociedad que promueve el control de los cuerpos, los deseos y la propia libertad de autorrealizarse de las mujeres*¹ y las personas disidentes del género y la heterosexualidad.

Impone jerarquías de los hombres sobre las mujeres* y el resto de géneros existentes, de la heterosexualidad monógama sobre otras formas de vivir la sexualidad, y de las personas cis sobre las trans y las disidentes del género.

2.1. Sistema de opresiones múltiples: aproximación al concepto de interseccionalidad

El capitalismo, el racismo y el patriarcado ordenan las sociedades imponiendo una división entre las personas en función de categorías socialmente construidas, que hacen que algunas estén situadas en el centro del sistema-mundo, mientras que otras son relegadas a los márgenes. Este sistema de opresiones múltiples jerarquiza a las personas en base a su clase social, al género que les atribuye al nacer y al fenotipo de la piel, asignando valores específicos para cada categoría. Así, algunos sujetos, en función de los valores que les son asignados, ocuparán el centro del sistema y tendrán unos privilegios que se sostienen sobre las opresiones que atraviesan a aquellos que el sistema va alejando hacia fuera.

El entrecruzamiento de las diferentes categorías que nos atraviesan genera experiencias de vida diversas, por eso no se puede agrupar a todas las personas en categorías

¹ Usamos la palabra mujeres seguida de un asterisco para referirnos a las mujeres, incluyendo a personas disidentes del género o de género no binario que podrían encontrarse dentro del espectro femenino.

estancas, sino que es fundamental asumir la heterogeneidad de las experiencias de los sujetos si se quiere luchar por la justicia social.

El concepto de interseccionalidad fue propuesto por la abogada afroamericana Kimberlé Crenshaw en 1989 para poder analizar cómo afectaba el cruce del patriarcado y el racismo en la vida de las mujeres Negras², cuestionando las agendas políticas del feminismo blanco y de la lucha antirracista:

“Uso la interseccionalidad como forma de articular la interacción general entre el racismo y el patriarcado. También me sirvo de la interseccionalidad para describir la situación de las mujeres de color en los sistemas simultáneos de subordinación y que están en los márgenes tanto del feminismo como del antirracismo” (Williams Crenshaw, 1991).

A pesar de que Kimberlé Crenshaw utiliza el concepto de interseccionalidad, principalmente, para comprender el choque del patriarcado y el racismo en la vida de las mujeres Negras, afirma que hay otros factores que son clave a la hora de entender las violencias que les atraviesan, como son la sexualidad y la clase social.

La antropóloga social Ochy Curiel define la interseccionalidad como un concepto que sugiere entender el entrecruzamiento del racismo, el cis-hetero-sexismo y el clasismo como “opresiones que operan de manera simultánea, co-existen y son consustanciales” (Curiel, 2015).

En un taller de antirracismo, afrofeminismo y panafricanismo, las compañeras de Afrocolectiva³ explicaron la interseccionalidad con la metáfora de los Kg de peso que cada una llevamos en nuestra mochila: si eres mujer llevas un kg de peso, si eres Negra, llevas otro kg más, si eres migrante se suma otro kg más, y así sucesivamente... Y explicaban que, si la vida se pudiera comparar con una carrera, hay que entender que hay personas que salen en el km 40 y otras en el 2, y cargando con un peso desigual.

Gracias al trabajo de numerosas mujeres* que han visibilizado sus experiencias de vida y de qué manera impacta en sus cuerpos el sistema de opresiones múltiples, vamos incorporando en nuestras luchas, alianzas y resistencias, la interseccionalidad como un marco fundamental a través del cual mirar la realidad para poder transformarla. Esto nos hace conscientes de que hay numerosos factores que se cruzan en la vida de las mujeres* además del género, la raza, la clase social y la sexualidad, como son: la

² Negras aparece con mayúscula porque, siguiendo los motivos expuestos por Kimberlé Crenshaw en los textos consultados, “las personas Negras constituyen un grupo cultural específico y, como tal, quieren ser denominadas con un nombre propio”, Kimberlé Crenshaw (1991).

³ Taller en Bilbao con Chaima Boukharsa, Ana Bueriberi y Quinndy Akeju, de Afrocolectiva (diciembre, 2022).

diversidad funcional, la neurodivergencia, su condición de migradas o extranjeras, la cultura, los cuerpos no hegemónicos, la ruralidad o la edad.

Otro aporte fundamental a la visión de la interseccionalidad proviene del análisis decolonial de autoras, lideresas sociales, voceras y mujeres* del llamado Sur Global. Muchas de las teorías decoloniales de las que nos nutrimos provienen del territorio comúnmente conocido como América Latina. Estas teorías indican que, además de una dominación económico-política y jurídico-administrativa desde los centros del sistema-mundo sobre las periferias, con la colonización se dio una dominación cultural, introduciendo jerarquías en base al constructo de la raza, pero también jerarquías epistémicas y espirituales. Esta dominación cultural se articula sobre la base del eurocentrismo, es decir, la construcción europea del conocimiento del mundo, que se impone sobre las demás y niega las epistemologías de los pueblos colonizados (Quijano, 2007).

Es debido a este entretrejimiento de opresiones que las feministas decoloniales nos dicen que no es posible acabar con el patriarcado sino se lucha también por la descolonización. Es decir, si no desmontamos las relaciones de poder y concepciones del conocimiento que fomentan la reproducción de jerarquías raciales, geopolíticas y de imaginarios impuestas por el mundo moderno/colonial occidental.

El panafricanismo también apunta en esta dirección. Es un movimiento político-literario que tiene la intención de unir a todas las personas africanas en la defensa de sus propias narrativas, y que resulta fundamental para el antirracismo y la descolonialidad.

Incluir la visión de la interseccionalidad nos ayuda en nuestras luchas diarias por la transformación social. Necesitamos tenerla siempre presente para no reproducir las estructuras de poder y privilegios que perpetúan la opresión, e ir desmontando el sistema de jerarquías. Es por eso por lo que esta investigación toma la interseccionalidad como una de las bases teóricas sobre las que empezar a construir propuestas de comunicación que nos ayuden en nuestros procesos de construcción de otras formas de vida.

2.2. Donde hay opresión, hay resistencia: los feminismos interseccionales

La interseccionalidad nos ayuda a comprender cómo actúa el sistema de opresiones múltiples y de qué manera genera en las personas experiencias de vida diversas, pero también es una base para articular diferentes movimientos, alianzas y horizontes. Nos permite acercar las agendas políticas de los feminismos y el antirracismo, co-creando lo que María Galindo llama “una construcción compleja de sujetos políticos heterogéneos, conectados unos con otros por sueños y rebeldías comunes” (Galindo, 2015).

Muchos movimientos feministas toman también el concepto de interseccionalidad de los feminismos negros y de color nacidos en EEUU para cuestionar la visión reduccionista del feminismo blanco hegemónico que tiene como sujeto principal a las mujeres blancas, occidentales, de clase media y heterosexuales. Así, desde las experiencias diversas de las mujeres y teniendo en cuenta la interseccionalidad que les atraviesa, surgen muchos movimientos feministas contrahegemónicos, como los diferentes feminismos decoloniales del Abya Yala, el feminismo comunitario, el afrofeminismo, el feminismo poscolonial y el lesbianismo feminista autónomo en América Latina, entre otros (Espinosa Miñoso, 2016).

Asumir la complejidad de los sujetos de los feminismos favorece la creación de alianzas entre mujeres* para fortalecer la lucha por la justicia y la transformación social. Audre Lorde manifestaba que las diferencias son una potente materia prima creadora para el cambio (Lorde, 1979), quizás una de las claves sea tomar estas diferencias como motor creador revolucionario. ¿Y si, como dice María Galindo, asumimos que no tenemos por qué ponernos de acuerdo? Escucharnos entre nosotras, aprender en nuestras experiencias y sentir, e intercambiar perspectivas para crear comunidades de apoyo mutuo que escapen a las dinámicas del sistema.

La escritora, investigadora y docente afrocaribeña Yuderkys Espinosa habla de la necesidad de:

“Un feminismo que se haga cómplice y se alimente de los movimientos de comunidades autónomas que en el continente llevan a cabo procesos de descolonización y restitución de genealogías perdidas, que señalan la posibilidad de otros significados de la vida en comunidad y reelaboran los horizontes de utopía conocidos y avalados universalmente” (Espinosa Miñoso, 2016).

Estas ideas nos permiten empezar a hablar de *otros posibles*. Tomar nuestras experiencias, nuestros caminos marcados por la intersección de opresiones y violencias, para crear cuerpos comunes en movimiento.

Los feminismos comunitarios han elaborado una serie de propuestas para la acción política que abarcan diferentes aspectos de la vida. Julieta Paredes señala estos campos de acción que son: los cuerpos, el espacio, el tiempo, el movimiento y la memoria (Paredes, 2008).

A estos, se suma otro campo de acción que está cobrando cada vez más fuerza en los movimientos feministas contrahegemónicos: el de los imaginarios. Las transformaciones sociales implican también la transformación de subjetividades, imaginarios y formas de vida que sostengan los procesos impulsados. Esto significa abordar la capacidad de imaginar nuevos horizontes y utopías, y poner en valor los saberes que provienen de las experiencias de sujetos múltiples y diversos. Es aquí donde

la comunicación juega un papel central, y es desde esta necesidad de comunicarnos y comunicar otras formas de vida y de organización social, no sólo posibles, sino también deseables, que avanzamos hacia el siguiente apartado de esta investigación.

3. La Comunicación

3.1. Qué entendemos por comunicación

La comunicación constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social. El propio origen etimológico de la palabra *comunicación* hace referencia a esta idea, pues la palabra latina de la que procede: *communicare*, es sinónimo de *comulgar*, y significa relacionarse, poner en común y participar (Erro Sala, 2002). El proceso comunicativo es una función vital no solo para la especie humana, sino también para el resto de las especies animales, ya que nos permite relacionarnos entre nosotras y con el entorno, creando los significados que conforman la manera en la que entendemos la realidad. Además, es fundamental para crear comunidades, que son la base de la supervivencia en gran parte del mundo animal.

Sin embargo, la forma en la que entendemos la comunicación de manera generalizada en la actualidad dista mucho de lo que realmente implica el proceso comunicativo. La comunicación, tanto el concepto como la propia práctica comunicativa, ha sido desvirtuada por las lógicas modernas. En palabras de Ingrid Chavarría (2011), “ha habido una captura de la comunicación, una reapropiación de esta función primordial que trastoca nuestra manera de pensar, comprender y sentir, en definitiva, de vivir”.

El concepto moderno⁴ de comunicación está fuertemente vinculado al de información, y es entendido como el conjunto de mecanismos y redes a través de las cuales circulan los productos informativos (Erro Sala, 2002). Esta “captura de la comunicación” está basada, por un lado, en la mercantilización de la información como materia de consumo y, por otro, en una cada vez mayor tecnologización de los procesos comunicativos. De esta manera, hoy en día cuando se habla de comunicación se hace referencia casi en exclusiva a los medios de comunicación como productores y transmisores de información a través de canales mediados por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

⁴ Aquí *moderno* no es sinónimo de actual o de estar “a la moda”, sino que hace referencia al concepto de comunicación implantado en la Modernidad, siendo ésta la etapa que comienza en Europa tras la caída del Antiguo Régimen, y en la que se constituyen los Estados-Nación y se origina a la Revolución Industrial y todo el sistema-mundo colonial de explotación y opresión.

Esta forma de concebir la comunicación nos limita y nos hace creer que no tenemos poder sobre los mecanismos para generar ideas, deseos, temores, sueños y horizontes colectivos. Los poderes económicos se apropian así de las fuentes de creación de paradigmas intersubjetivos dominantes y naturalizan las nociones de progreso, competencia, desarrollo y bienestar que sostienen el mercado capitalista (Daza, Hoetmer y Vargas, 2012). Por ello, la reapropiación de la comunicación se vuelve un pilar fundamental para la transformación social, pasando de una concepción de la comunicación de carácter propagandístico a una que la considera parte de un modelo participativo de creación de saberes y significados, según el cual las personas nos hacemos conscientes de la realidad que nos rodea y podemos pensarla, compartirla y transformarla.

Entonces, ¿qué entendemos nosotras por comunicación?

La comunicación es un proceso a través del cual nos relacionamos entre nosotras y con el entorno. Nos permite el intercambio de ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes, construyendo imaginarios y conformando así el conocimiento que tenemos de la realidad.

Esta forma de entender la comunicación implica asumir su valor político y estratégico a la hora de poner a circular representaciones y formas de relacionarnos que contribuyan a la transformación social.

3.2. De qué manera la comunicación hegemónica (re)produce el sistema de opresiones múltiples

Las opresiones que se ejercen sobre los cuerpos de las mujeres* y de las personas racializadas están legitimadas por los imaginarios patriarcales y racistas que permean todos los aspectos de la vida cotidiana. Estos imaginarios están profundamente arraigados en las culturas y son transmitidos por medio de la comunicación dominante, que actúa como agente pedagógico en la naturalización de la violencia.

Desde una mirada feminista interseccional, la comunicación dominante es transmisora de los imaginarios patriarcales y racistas, al cumplir una doble función. Por un lado, la naturalización de la vulneración de los derechos de las mujeres* y de las personas racializadas y, por otro, la invisibilización de su papel como sujetos políticos.

Así, podríamos decir que las principales críticas feministas interseccionales a la comunicación dominante se centran en los siguientes aspectos:

- Es transmisora y reproductora de mandatos sociales que funcionan como norma y que son parte del sistema de opresiones.

- Es en sí misma un mecanismo de violencia simbólica que potencia las relaciones de subordinación y la violencia en el ámbito familiar, comunitario y social.
- Promueve visiones estereotipadas sobre las mujeres* y las personas racializadas, y la invisibilización de su papel como sujeto político.
- Se asienta en la hegemonía de los medios de comunicación de masas como práctica comunicativa principal.

Es interesante escuchar también, algunas críticas específicas al ejercicio comunicativo que hacen los medios, como vectores del racismo. Durante la mesa de diálogo: “El compromiso de la comunicación contra el racismo y la xenofobia desde los medios hasta el arte”, en las “IV Jornadas Desactivando el Racismo y la Xenofobia”, organizadas por la Fundación Cepaim en 2022, el periodista Moha Gerehou señalaba que la visibilidad de la población negra en los medios se hace muchas veces para mostrarlas como víctimas o como verdugos, y la periodista Sarah Babiker añadía que esto implica mostrarlas como personas sin capacidad de acción porque “una víctima no es una persona con agencia”.

También se habló de las narrativas deshumanizadoras, como aquel titular de Antena 3 que decía “Un inmigrante salva a un hombre”. Las personas blancas parece que lo hemos naturalizado, pero es asombrosa la frecuencia con la que aparecen en las imágenes que consumimos diariamente cuerpos negros ahogándose en el mar, deshumanizando a las personas, buscando una empatía que si se tratara de cuerpos blancos no se necesitaría buscar de esa manera.

También son habituales los estereotipos o prejuicios (“El primer negro que...”), o mostrar sólo a las personas racializadas con agencia cuando hablan específicamente de las opresiones que sufren, pero no consumir sus productos culturales, por ejemplo.

Rebeca Nguissani, comunicadora y parte del Movimiento Antirracista, también dio algunas claves en esta línea durante las Jornadas de Comunicación Feminista y Antirracista, organizadas por Lumaltik Herriak en mayo de 2023 en Gasteiz. Señaló una serie de prácticas de los medios de comunicación hegemónicos que debemos cuestionar:

- El uso de la “Narrativa del dolor”: sólo se habla de los pueblos del Sur para situarlos como víctimas.
- La “Narrativa de la excepción”: se habla de las personas racializadas siempre como “algo extranjero, ajeno, impersonal y excepcional; en cosas puntuales, no en la cotidiano, como si no pertenciésemos a la comunidad”.
- La “Narrativa única”: blanca, cishetero y racista que empobrece el discurso. Un discurso de odio basado en la otredad y marginalización.
- El “Inmigracionalismo”: discursos que reducen la migración a relatos sensacionalistas, desde los que la sociedad construye su imaginario.

Narrativas del miedo

No es sólo que la comunicación dominante perpetúe el sistema de opresiones múltiples que nos atraviesa, sino que ha logrado implantar la poderosa idea de que un cambio no es posible, y ha eliminado la capacidad de imaginar esos otros posibles.

Traemos aquí el análisis que hacen Lucila Rodríguez-Alarcón y Violeta Velasco (2021) del tratamiento de las noticias en los medios de comunicación porque nos parece muy interesante para comprender cómo se ha ido implantando en nuestros imaginarios la idea de que, o no hay futuro o, si lo hay, será desastroso, privándonos de la capacidad de construir utopías liberadoras.

Las autoras afirman que tras los atentados contra las torres gemelas de Nueva York el 11 de septiembre de 2001, hubo un cambio significativo en las narrativas dominantes de los medios que ha logrado inscribirse en el imaginario colectivo.

La comunicación mediática que durante meses inundó todos los canales informativos del Norte global se centró en la construcción de un nuevo enemigo: ahora el enemigo está entre nosotras, puede ser nuestra vecina o la persona con la que coincidimos cada mañana en el metro de camino al trabajo.

Esta narrativa del miedo vino a reforzar la idea de oposición sobre la que se construye toda la identidad blanca occidental: nosotras/las otras, lo civilizado/lo salvaje, el progreso/el subdesarrollo... pero, además, supuso un debilitamiento del tejido social.

Ya en la década de los 80, se pusieron muchos esfuerzos en extender una concepción individualista del ser humano. Como señalan Lucila Rodríguez-Alarcón y Violeta Velasco en el mismo documento: “el paradigma individualista fue en aquel momento alimentado desde políticas de desintegración del tejido social organizado y discursos explícitos”, que pueden resumirse en la significativa declaración de Margaret Thatcher: “No existe eso que llamamos sociedad, hay individuos”.

Las narrativas del miedo continuaron instaurándose en la comunicación dominante en la crisis económica del 2008, en la que se lanzaron mensajes de “en cualquier momento lo puedes perder todo”. Esta combinación de inseguridad, peligro y miedo económico constituía un entorno narrativo radicalmente nuevo, que supuso un cambio del paradigma de la comunicación tal y como existía previamente. Sumado a las sensaciones de desesperanza y miedo, la irrupción de la pandemia en el año 2020 ha instaurado un vacío existencial que ha complicado enormemente el panorama emocional previo.

Sucede que la realidad, tal como nos la han contado hasta ahora, ha dejado de ser soportable. Y una de las razones es la narrativa del miedo y de la imposibilidad de cambio que se ha impuesto: “pensamos el mundo y el futuro desde la distopía” (Rodríguez-Alarcón y Velasco, 2021).

Pensar el mundo y el futuro desde la distopía es muy peligroso porque son ideas que paralizan. Es por ello que, si queremos hacer una comunicación que incite a la acción social por la transformación, hay que abrir la puerta a narrativas que nos hagan imaginar que el cambio es posible y que nos empujen a pensar todas esas posibilidades deseables desde la perspectiva de la justicia social y planetaria.

“Necesitamos un cambio narrativo que nos permita hacer un frente común, porque el miedo y la tristeza que sentimos son colectivos y así debe ser la solución para desprendernos de ellos. Necesitamos volver a creer en nuestra capacidad de cambio como seres humanos”, (Rodríguez-Alarcón y Velasco, 2021).

4. Poniendo en marcha nuevos paradigmas comunicativos

“La comunicación es un derecho de los pueblos y es también una herramienta de poder”, Lumaltik Herriak.

Se hace necesario y urgente cambiar los discursos, crear contra-narrativas, apropiarnos de los mecanismos de construcción de imaginarios colectivos. Para que podamos desmontar las ideas que sostienen el sistema de opresiones múltiples, para poder tener una visión amplia de lo diversas que somos, de las realidades que nos atraviesan. Construir una comunicación transformadora que:

- visibilice realidades intencionalmente ocultadas por la comunicación dominante al servicio de los poderes hegemónicos;
- ponga a circular la palabra, los saberes, la memoria y los sueños de sujetos diversos;
- permita tejer redes, colectividades y solidaridades;
- reúna y movilice para la incidencia política.

En definitiva, una “común-ic-acción”.

Resignificar la comunicación como medio para la transformación social emancipadora, implica, por un lado, repensar los saberes y los imaginarios dominantes que son impuestos por la cultura y transmitidos a través los medios de comunicación y que conforman las ideas que justifican y perpetúan las opresiones y las violencias. Por otro lado, supone ampliar la visión sobre las prácticas comunicativas poniendo en valor procesos de intercambio, de *in-corporación* de saberes y formas de expresión que van más allá de la concepción dominante de los “medios de comunicación”, y que son indispensables para la creación de comunidades sociales, la construcción de significados y la transmisión de saberes.

4.1. Hacia una comunicación feminista y antirracista

Una comunicación feminista y antirracista es aquella que está dirigida a acabar con el patriarcado y el racismo, contribuyendo a la creación de una visión crítica de la realidad, abordando temas y voces silenciadas, y construyéndose desde la práctica colectiva y democrática.

Preguntaba Rebeca Nguissani durante las Jornadas de Comunicación Feminista y Antirracista organizadas por Lumaltik Herriak en mayo de 2023, en Gasteiz, si realmente “existe la comunicación antirracista aquí en el Estado español”. Las compañeras que participaron en estas jornadas dicen que el trabajo de muchos colectivos hace pensar que sí, pero que si miramos la comunicación cotidiana, el panorama es desolador.

“Como personas blancas, es nuestra obligación repensarnos y buscar herramientas para educarnos. En el antirracismo, más allá de la conciencia hay que pasar a la acción”, Lumaltik Herriak.

En estas mismas jornadas, María Ángeles Fernández, periodista de Pikara, comentaba la reflexión interna que actualmente están teniendo en la revista sobre no dejar el feminismo solo en el titular. Pensar como organizaciones: “¿A quiénes estamos dejando fuera nosotras?”.

“Creemos que es nuestra responsabilidad seguir cuestionando lo que hacemos. Cuestionarnos nosotras mismas, no solo cómo informamos y cómo nos informamos, sino sobre cómo ejercemos el periodismo”, Lumaltik Herriak.

Partiendo de este principio de autocuestionarnos y deconstruirnos, la comunicación como práctica política supone promover espacios de intercambio y generar recursos gráficos y dialécticos orientados a erosionar las significaciones dominantes, a influir en los imaginarios sociales y a construir propuestas de cambio y transformación (Ares y Risler, 2012).

Por otro lado, la construcción de una mirada transformadora de la comunicación sólo es posible partiendo del principio de autonomía, tal y como plantea David Leonardo Jiménez (en Acosta, Pinto y Tapias, 2016), del colectivo Ciudad Comuna⁵: autonomía para decidir, pensar y crear procesos comunicativos con un sentido y propósito propios. Desde su experiencia con Ciudad Comuna, ha observado que los procesos de comunicación permiten a los actores y actrices comunitarias mostrar otra lectura de ellas mismas, ya no como actores y actrices demandantes, sino como actores y actrices constructoras que pueden incidir en políticas públicas y desarrollar procesos de movilización y participación.

⁵ Ciudad Comuna es una corporación integrada por colectivos de jóvenes, dedicada al desarrollo de experiencias de comunicación comunitaria que aporten a la transformación de las realidades sociales, políticas y culturales de las comunidades que habitan el territorio de la Comuna 8 de la ciudad de Medellín, Colombia.

Otro aspecto clave de una comunicación feminista y antirracista es la colectividad. La relación entre lo individual y lo colectivo es uno de los aspectos constituyentes de las subjetividades, y la comunicación transformadora cumple una función como creadora de subjetividades sobre la base de tres dimensiones: la del hacer, la del significar y la del sentir. Estas tres dimensiones se producen en el marco de relaciones dialécticas entre la memoria (el pasado, la procedencia), la experiencia (la cotidianidad, el presente) y la utopía (el futuro, los sueños y aspiraciones). Cuando se comunica en colectivo, se sale del espacio privado y de las lógicas individualistas, y el discurso emancipador toma forma y peso. Además, permite politizar el malestar, aprendiendo a pensar y expresar colectivamente, tanto los problemas como las propuestas de liberación, y permear los imaginarios sociales. Se trata de prácticas que constituyen una comunicación enfocada a la acción, que potencia la transformación y el empoderamiento colectivo (Acosta, Pinto y Tapias, 2016).

“La colectividad nos da energía, nos llena de fuerza, rabia y alegre rebeldía para seguir luchando contra el patriarcado, el racismo y el capitalismo”, Lumaltik Herriak.

“Juntarnos con más mujeres nos fortalece aún más. A pesar del miedo, reafirmamos que no apagarán nuestras voces”, decía Ángela Cuc Jun Na’oj durante estas mismas jornadas.

Las prácticas comunicativas feministas y antirracistas se enfocan en construir imaginarios que respondan a las realidades diversas de las mujeres* y las personas racializadas. Como escribe María Galindo (2021), se trata de cuestionarse las “construcciones conceptuales que omiten, niegan, inferiorizan, enmudecen y construyen imaginarios, categorías, paradigmas al servicio de las estructuras de poder”.

Las comunicadoras feministas y antirracistas trabajan para transformar la comunicación mediática a través de propuestas alternativas que deconstruyan las imágenes estereotipadas. Ponen el foco en desarrollar otro tipo de procesos comunicativos que visibilicen a los sujetos y sus luchas, ocupando el espacio público que históricamente les ha sido negado. De esta forma contribuyen a superar la comunicación meramente mediática y transmisora de información, para abarcar prácticas comunicativas que parten de las experiencias y las emociones, y que toman los cuerpos como forma de expresión y de ocupación física de los espacios.

En resumen, hablamos de una comunicación crítica, creadora de imaginarios liberadores, que busca:

- apropiarse de la transmisión de información para el ejercicio del contra-poder mediático;
- poner en común sentires y vivencias;
- articular estrategias de resistencia y lucha colectivas;
- incluir las lógicas de los afectos, los cuidados y los deseos;
- vincularse a los territorios y las realidades concretas;

- orientarse a la transformación social emancipadora;
- politizar el malestar;
- y construirse a través de lenguajes y expresiones diversas.

5. Investigación: ¿Cómo hacemos comunicación feminista y antirracista para la defensa del territorio?

5.1. El uso de la comunicación transformadora por parte de agentes diversos en la CAV: Mapeo de experiencias de comunicación alternativa

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Pikara Magazine

www.pikaramagazine.com

Pikara es una revista creada en Bilbao en 2010 que trata todo tipo de temas aplicando una perspectiva feminista e interseccional. Sus contenidos son creados por una red muy amplia de colaboradoras diversas que aportan diferentes perspectivas y visiones.

El proyecto está constituido como una cooperativa que se financia principalmente con los aportes de las suscriptoras, y abarca, no sólo la comunicación a través de la web, sino que autoeditan su propia revista, han extendido sus canales de difusión (redes sociales, podcast, creación audiovisual, monográficos...), e impulsan talleres y formaciones.

Se posicionan junto a los movimientos sociales, a los que apoyan difundiendo su trabajo y dándoles espacio en el medio. Se consideran “un agente más de transformación social que acompaña a los movimientos sociales y que quiere ser útil a estos difundiendo sus reivindicaciones, sus prácticas, sus alternativas al sistema capitalista y colonialista heteropatriarcal”.

Pikara es conocida en todo el Estado y fuera de él. Es un medio referente en la comunicación feminista e interseccional, y una ventana a la que asomarse para aprender, conocer y disfrutar con sus contenidos. Su proyecto ha hecho que, durante muchos años, muchas nos sintiéramos arropadas y acompañadas en nuestros sentires y luchas.

Andra

www.andra.eus

‘Andra, Emakumeon Ahotsak’ fue el primer periódico escrito y dirigido por mujeres que se publicó en el Estado español entre los años 2000 y 2004. Editado en Euskal Herria, se publicaba mensualmente en papel y se vendía en los quioscos.

Actualmente está constituido como asociación Kazetaritza Feminista, para que las mujeres que lo constituyen puedan dirigir y crear sus propios contenidos “con una mirada propia”, y se difunde de manera online.

Quieren “recoger y participar en los debates del feminismo y romper con los esquemas y los estereotipos machistas que los medios de comunicación siguen perpetuando”.

Hala Bedi irratia

www.halabedi.eus

Hala Bedi es una radio libre creada en Gasteiz en 1983 por iniciativa del movimiento popular vasco.

“Decimos que somos más que una radio porque nos basamos en características que nos diferencian del resto de emisoras. La autogestión, el funcionamiento asambleario, la consideración de la interculturalidad y la diversidad como valores, la comunicación cercana y participativa, la no sujeción a ningún interés económico o político, y el ser durante todos estos años instrumento del movimiento popular, nos hacen libres, diferentes a los demás”.

El proyecto tiene como objetivo principal acercar las herramientas de la radio a los movimientos sociales, colectivos y personas diversas de la ciudad que trabajan por la transformación social, para que puedan compartir sus mensajes con el resto de la población.

Tiene dos emisoras Hala Bedi Bat (107.4 FM) con contenidos en castellano y euskera, aunque principalmente en castellano, y Hala Bedi Bi (88.8 FM) con contenidos únicamente en euskera.

ORGANIZACIONES

Ecuador Etxea

www.ecuadoretxea.org

Ecuador Etxea es una organización creada por personas migradas en Euskal Herria que trabaja “en el ámbito de la interculturalidad, comunicación y educación para la transformación social”.

Su trabajo se sitúa desde hace años junto a las organizaciones y colectivas de Euskal Herria y Ecuador, apoyando los movimientos y luchas feministas y populares de ambos territorios.

“Nuestra filosofía de compartir y el trabajo en red se afianzó con el proyecto que hoy en día nos conocen. Nuestro registro diario a través de reportajes fotográficos y vídeos de las actividades del movimiento social y feminista de Bilbao y Euskal Herria. El objetivo principal es comunicar y crear una memoria audiovisual colectiva y popular que permita escribir esas narrativas de resistencia para la transformación social”.

COOPERATIVAS

Femgarabat

www.femgarabat.com

Femgarabat es el proyecto de Beatriz Aparicio y Janire Orduna, dos mujeres del ámbito gráfico que trabajan la comunicación feminista a través de la palabra y la imagen.

“Queremos construir realidades nuevas registrando, poniendo en valor y visibilizando realidades alternativas, compuestas de luchas, identidades y relatos que trabajan por la igualdad y por la transformación social, haciendo crítica también de aquellos relatos que no tienen en cuenta la perspectiva feminista”.

Trabajan con diferentes grupos y colectivos haciendo relatorías gráficas, talleres de creación y comunicación, y ofreciendo servicios de ilustración.

(H)ari contando contigo

www.somoshari.com

(H)ari es el proyecto de Ane Vitoria Martínez y Kistiñe Cárcamo Aboitiz, dos profesionales del ámbito de la producción y la creación audiovisual que han creado esta cooperativa, siguiendo los principios de la Economía Social y Solidaria, para acompañar procesos a través de la comunicación con perspectiva feminista.

“Acompañamos a nuestras clientas, desde una perspectiva feminista, en los procesos de comunicación de sus proyectos basándonos en nuestro conocimiento y experiencia previos en el ámbito social”.

INICIATIVAS AUTOGESTIONADAS

Dibujatolrato

www.dibujatolrato.com

“Se trata de un grupo abierto y autogestionado, integrado por personas que comparten su pasión por el dibujo y se relacionan entre ellas y las comunidades de su entorno a través de la práctica de dibujar, en la calle y del natural”.

5.2. Experiencias de comunicación alternativa en el Estado español

Afrocolectiva (Estado español)

www.afrocolectiva.wordpress.com

Afrocolectiva es un “medio de comunicación y deconstrucción afrofeminista, antirracista, y panafricanista, centrado en la lucha contra todos los sistemas de dominación”.

Las componentes del proyecto habitan en diferentes puntos del Estado español y los contenidos del medio se hacen en castellano, aunque tienen una presencia internacional.

Utilizan principalmente herramientas de difusión online para compartir contenidos que abarcan diversas temáticas pero siempre desde una perspectiva afrofeminista y antirracista. Utilizan las redes para crear contenidos informativos y pedagógicos que vayan deconstruyendo los imaginarios eurocéntricos, racistas y coloniales.

En Bilbao está una de las coordinadoras del proyecto, Quinndy Akeju. Ella es nigeriana nacida y criada en España; afroactivista, afrofeminista, panafricanista y antirracista; bailarina y coreógrafa de Afrodance; graduada en Enfermería; y coordinadora de la Comunidad Negra Africana y Afrodescendiente en España (CNAAE) en Euskadi.

Sangre Fucsia (Madrid)

www.sangrefucsia.wordpress.com

Sangre Fucsia es un programa de radio feminista que se emite en directo todos los viernes de 20 a 21h a través de la emisora libre y autogestionada Ágora Sol Radio, y desde el estudio de radio que tienen en la Casa Pública de Mujeres Eskalera Karakola, espacio transfeminista de referencia en Madrid desde 1996.

Alicante Entiende LGTBI (Alicante)

www.alicantentiende.com

Alicante Entiende LGTBI es “un colectivo LGTBI alicantino, creado en el año 2005, y que ofrece actividades de ocio, tiempo libre y temática LGTBI en Alicante, de una forma abierta y participativa”.

“Alicante Entiende es el principal colectivo español de referencia, a nivel nacional, en relación al activismo lgtbi en las ondas de radio, ya que produce el programa "Mas Voces Entiende", que lleva en antena más de 15 años, siendo el programa de temática LGTBI más longevo de la radio española y el primer podcast de temática lgtbi en castellano a nivel mundial”.

“Alicante Entiende también desarrolla acciones en favor de la visibilidad LGTBI en los ámbitos de la cultura, el cine, la música, así como en el trabajo social y la cooperación al desarrollo”.

Colectivo Enmedio (Barcelona)

www.enmedio.info

Enmedio es un colectivo de profesionales de la imagen (diseñadores, fotógrafas, cineastas, artistas) que trabajan estableciendo conexiones entre el arte y la acción política, usando procesos colectivos de creación comunicativa para la denuncia y la incidencia política.

“Exploramos la potencia transformadora de las imágenes y los relatos. Lo hacemos mediante espectaculares intervenciones, usando todo aquello que tenemos a nuestra disposición: fotografía, medios de comunicación, diseño... así es como creamos interferencias en el relato dominante; interrupciones en la explicación oficial del mundo”.

L'Apòstrof (Barcelona)

www.apostrof.coop

Son una cooperativa de comunicación que trabaja llevando a cabo proyectos de comunicación social. No tienen ánimo de lucro y ayudan a otros proyectos en su comunicación.

Mamachama (Santa Cruz de Tenerife)

www.mamachama.com

Llevan a cabo procesos de empoderamiento comunicacional en comunidades rurales a través de la comunicación participativa, con el objetivo de crear nuevos imaginarios sociales a través de la representación simbólica.

5.3. Personas entrevistadas

Blanca Diego Vicente, de LolaMora Producciones

Blanca es comunicadora social y periodista. Forma parte y es cofundadora del colectivo LolaMora Producciones, creado en los años 2005, 2006. Trabaja principalmente con radios comunitarias en diferentes territorios.

LolaMora Producciones es creada por un grupo de periodistas con ganas de desarrollar proyectos e ideas propias. Un grupo de mujeres periodistas que con los años han ido aprendiendo y practicando un periodismo con enfoque de género, de derechos humanos y basado en el trabajo con periodistas y medios de comunicación locales. Siempre en un plano de puente entre lo local, lo nacional y lo internacional.

Trabajan en diferentes territorios, pero aquellos en los que ha habido proyectos más grandes y en los que se han creado alianzas con colectivos locales son: la frontera entre Ecuador y Colombia, Colombia, Venezuela, El Salvador, Angola, Ruanda y El Congo (región de los grandes lagos, al este del país).

“Vamos a los diferentes territorios, generando alianzas con las radios comunitarias y con las periodistas comunitarias, gracias a las cuales vamos desarrollando distintos proyectos”.

“El tema principal que tratamos es la violencia sexual como arma de guerra, el entendimiento de la Corte Penal, cómo funciona la violencia basada en género y el papel de los medios de comunicación y las asociaciones de mujeres”.

Víctor Julio Torre Triado, de Emigrad@s Sin Fronteras

Víctor Julio es explorador y trabaja en la organización Emigrad@s Sin Fronteras, una Asociación de emigrantes creada en 2008 que trabaja en el ámbito de la Cooperación al Desarrollo y en el de la inmigración, para crear vínculos entre las personas migradas y sus lugares de origen para facilitar su participación política y social.

Trabajan principalmente en la Comunidad Autónoma de Euskadi, pero también en África y América Latina.

“Emigrad@s se crea con el objetivo de hacer que hombres y mujeres en la CAV, procedentes de diferentes geografías, se inserten profesionalmente en el territorio.

Empezamos a crecer en diferentes líneas de trabajo: Cooperación al Desarrollo e incidencia política, principalmente. Luego llegó la comunicación a través de la creación de nuestro canal de YouTube. Nos dimos cuenta de que, si en un taller éramos 15 personas, y luego creábamos un audiovisual que en YouTube veían 5.000, podíamos llegar a mucha más gente.

Así empezamos a crear contenido audiovisual como una herramienta para la transformación social y la incidencia política. En este mismo sentido, la creación audiovisual fue también fortaleciendo la Cooperación al Desarrollo.

El proyecto Emigrad@s Sin Fronteras está formado ahora por esas tres patas: Cooperación al Desarrollo, Incidencia Política y Comunicación Social”.

David Lopategui, de Bizilur

David, es integrante de Bizilur y colabora en la radio 97 FM con el programa Lur eta Murmur.

“Bizilur es una ONG que, como una herramienta para el movimiento campesino internacional, al principio trabajaba sobre todo con Sudamérica y Mesoamérica. Pero con el tiempo se ha ido extendiendo el trabajo también aquí en Euskal Herria. Entonces, tenemos Euskal Herria como territorio nacional en el que incidir, pero también trabajamos con Sudamérica, Mesoamérica y Palestina.

Desde Bizilur llevamos más de 10 años colaborando en radios libres y con un programa propio, produciendo y generando contenido en la 97 irratia.

Es un programa que vertebra de alguna manera los ejes principales del trabajo de Bizilur, que son: la soberanía alimentaria, las luchas feministas y las luchas campesinas o internacionalismo. Según estos ejes decidimos los contenidos que creamos y compartimos y, en ese sentido, hemos hecho muchos programas sobre feminismo campesino y popular, la Euskal Herriko Mundo Martxa, la marcha mundial de las mujeres”.

Bea Aparicio

Bea es ilustradora, dibujante y docente. Trabaja en varios proyectos colaborativos:

- Femgarabat: hacen gráfica con perspectiva feminista (diseño de imágenes con perspectiva feminista, relatorías gráficas, talleres que estén vinculados con la Transformación Social y donde la gráfica sea el vehículo).
- Lempicka y Asociadas: investigación en arte con perspectiva feminista (investigación y divulgación de arte).

Además, trabaja como ilustradora con encargos y trabajos más personales. Siempre incluyendo en su trabajo la perspectiva feminista.

“Parto de la idea de que, si lo que no se nombra no existe, lo que no se ve y no se dibuja, tampoco.

Para mí el dibujo es una herramienta de comunicación, es una forma de lenguaje. Es utilizar el medio para poder contar los mensajes que quiero, y no solamente la

realidad sino las realidades que puede haber en muchos momentos. Me sirve para expresar cosas que no sé cómo contar con palabras.

También creo que en un momento como el que nos encontramos en el que la imagen es un vehículo de comunicación tan potente, la gráfica tiene que tener un posicionamiento político en la manera en la que cuenta las historias y tiene que ser reflexiva en qué cosas representa y qué cosas deja fuera”.

Naiara Perea Cuerda, de la radio libre Hala Bedi

Naiara es comunicadora del equipo de Hala Bedi, una radio libre de Araba con alcance en toda Euskal Herria gracias a las redes entre las radios, que se conectan y comparten los contenidos.

“Radio comunitaria y radio libre, de base, son el mismo proyecto, pero nosotras la llamamos radio libre. Libre porque es autogestionada, asamblearia y su principal fuente de financiación son las socias de Hala Bedi”.

“Este año cumplimos 40 años de radio, así que yo no estoy desde el comienzo. Pero entiendo que la radio en su día nació con el mismo objetivo que tiene hoy, que es ser altavoz del movimiento popular de Gasteiz y de Araba, aunque con los años se ha ido extendiendo ese campo de trabajo. Pero el objetivo principal es ese, ser altavoz de los movimientos sociales y de las luchas populares, de todos esos movimientos que quizás no tienen la posibilidad de alzar su voz de una manera tan fácil”.

Mertxe Arratibel Ibaruri, de Andra

Mertxe es periodista y trabaja en el medio de comunicación online Andra.eus, que trabaja en el territorio de Euskal Herria y, principalmente, Bizkaia, aunque el alcance de las informaciones trasciende este territorio.

“Lo que nos mueve a trabajar es hacer periodismo feminista y difundir feminismo. Sobre todo, nos centramos en los movimientos feministas, en la difusión del trabajo de pensadoras feministas centrado en la violencia contra las mujeres.

Tenemos una mirada particular, centrada en un territorio concreto. También nos vemos condicionadas por los medios que tenemos, lo que hace que tengamos que centrarnos. Y este tema en el que nos centramos es la violencia contra las mujeres, en todas las formas y todos los lugares.

Se trabaja de una manera muy militante. Te empuja ese deseo de hacer algo, de contribuir con lo que sabes, porque yo me he dedicado siempre al periodismo”.

Rolando Moran, de Periferias

Responsable de movilización social de Periferies, una ONG valenciana que busca acompañar en la defensa de sus derechos a comunidades indígenas y campesinas centroamericanas que sufrieron las guerras de exterminio de finales del siglo pasado.

“Para la movilización social hay un componente de comunicación importante. Está el boca a boca y los espacios afines, pero también está el fortalecer las alianzas con medios de comunicación aliados”.

Miriam Najibi Goñi, periodista freelance

Miriam es periodista e investigadora predoctoral. Como periodista hace colaboraciones puntuales con Hordago y Pikara, y su trabajo de investigación se centra en analizar las narrativas televisivas informativas de tres periodos del conflicto entre Palestina e Israel y los perfiles periodísticos que lo han cubierto.

M. Ángeles Fernández, de Pikara Magazine

M. Ángeles es periodista y forma parte del equipo de coordinación de Pikara Magazine desde 2016, aunque está vinculada a la revista desde que nació en 2010. También trabaja como freelance, sobre todo con temas de extractivismo, defensa del territorio, gestión del territorio y agua.

“Yo entiendo el periodismo como un cuestionamiento de los ejes de poder y como una manera de contar vidas y situaciones de violencia, injusticia o vulneración de derechos, que no tienen cabida en los medios más masivos, por eso son las historias que me gusta contar. Son, sobre todo, historias que cuestionan la forma de hacer de determinadas grandes empresas o de determinados Estados, como con el derecho a la migración o el derecho al asilo. Hay determinadas prácticas que implican un control del territorio porque ese control del territorio significa poder”.

Quinndy Akeju, de Afrocolectiva

Africana de origen nigeriano, nacida en la diáspora en el Estado español. Enfermera, investigadora, comunicadora y militante antirracista, afrofeminista y panafricanista. Cofundadora del medio de comunicación Afrocolectiva y parte del colectivo Follow The Party. A nivel institucional, forma parte del Consejo de Jóvenes en el Ayuntamiento de Bilbao y es muy activa en diferentes iniciativas a nivel estatal e internacional que, principalmente, trabajan por defender los derechos de las personas africanas y afrodescendientes, y erradicar el racismo y el racismo institucional.

Como enfermera trabaja en el Hospital Universitario Basurto y, como investigadora, por un lado, lo hace para poder informar y centra su trabajo en historia del continente africano, culturas africanas y geopolítica africana, y, por otro lado, investiga sobre la intersección entre género, salud y raza, aunque en castellano hay muy poca bibliografía.

- Afrocolectiva es un medio de comunicación, pero también de deconstrucción que incorpora varios sectores a nivel de activismo: principalmente antirracismo, panafricanismo y afrofeminismo, pero siempre en clave interseccional y teniendo en cuenta que hay más opresiones contra las que luchar.
- Follow The Party es un colectivo que nace en 2008 con el objetivo de visibilizar, o devolver al centro de la mesa, las danzas y músicas consideradas históricamente Negras.
- Afro Session nace con el objetivo de devolver al centro las historias y las culturas que conforman los bailes, porque se consumen muy fácilmente gracias a las redes sociales, pero se naturalizan y acaban siendo un conjunto de sonidos y música sin significado, cuando lo cierto es que nacen de realidades de expresión artística y reivindicación política e identitaria.

“Para mí, la comunicación es una base que conforma casi todas las realidades. Para transmitir un mensaje tienes que comunicar, y los estímulos desde los cuales se comunica no sólo son las palabras, también hay estímulos no verbales, por ejemplo, el baile. En el baile se usan diferentes formas de expresión según lo que se quiera comunicar. También pasa con distintos tipos de expresión musical. La comunicación lo trasciende todo, aunque no se haga conscientemente, siempre comunicamos”.

Ana Lucia Ixchiu Hernández, de Festivales Solidarios

Mujer K'iche del lugar conocido como Guatemala, arquitecta, periodista, diseñadora, y Defensora del territorio, guardiana del bosque.

Es parte del equipo coordinador de la colectiva y medio decolonial Festivales Solidarios, una colectiva que hace comunicación desde múltiples lados y niveles, con distintos ejes de trabajo.

También tiene algunas columnas de opinión en algunos medios de Guatemala y en Pikara.

“Nosotros decidimos crear un espacio de comunicación desde el arte porque creemos que es importante decolonizar la forma en la que tenemos pensado el medio de comunicación como un medio de noticias semanal o diario, desde el enfoque más occidental. Nosotros pensamos que desde el territorio cuerpo se habla mucho de esa reconexión que debe haber con nuestro cuerpo y justamente creo que es importante partir de que el movimiento y el arte es una forma de comunicación también”.

5.4. Ideas fuerza extraídas de las entrevistas

De las entrevistas realizadas, se han podido encontrar puntos comunes, ideas fuerza que nos ayudan a crear este mapa de prácticas de comunicación feminista y antirracista para la defensa de los territorios.

La deconstrucción empieza por nosotras mismas

Una idea de la que podemos partir para desarrollar el resto de puntos de encuentro entre las experiencias analizadas es que **la comunicación siempre busca la transformación social**. Lo que quiere decir que, para hacer una comunicación que se dirija a apoyar y ser parte de las luchas, las iniciativas y los movimientos feministas y antirracistas, **hay que tener claro qué tipo de transformación queremos**.

Esto parte necesariamente de hacer una reflexión a nivel personal y al interno de los equipos. Algo que todas las personas entrevistadas han mencionado en algún momento de la conversación es que **no podemos hacer comunicación feminista y antirracista si no hemos hecho previamente un proceso de deconstrucción personal y organizativo**.

“No puedes hacer una comunicación feminista y antirracista si tú, como colectivo, no te has analizado en esas claves. Si no te has deconstruido en las prácticas patriarcales, racistas y coloniales que están a nivel organizativo. Es importante ser consciente de todo eso para naturalizar, tanto en el discurso como en la práctica. A partir de ahí, es más fácil incluir las miradas feministas, no coloniales y antirracistas en tu comunicación, porque de alguna manera ya te las has mirado y vas a tratar de no replicarlo”, (David Lopategui, Bizilur).

“El trabajo de deconstrucción es constante y yo también aprendo muchas cosas al tiempo que comunico. Es un proceso eterno, que requiere de mucha fuerza de voluntad, pero que hay que hacerlo, porque si no, no se van a poder cambiar las narrativas, ni la sociedad a nivel de derechos, de vivencias, experiencias, violencias...”, (Quinndy Akeju, Afrocolectiva).

Pero las reflexiones internas y la revisión de la propia mirada no se hacen a puerta cerrada, sino que tiene que haber **relaciones entre los movimientos que queremos apoyar y nosotras, como parte de esa transformación que buscamos**.

“Otra parte muy importante es participar en redes y trabajar con otros agentes. Las miradas externas siempre aportan algo diferente y esto es fundamental. A nivel internacional, nos ayuda mucho el escuchar las visiones que hay en otros territorios y, a nivel de Euskal Herria, participamos en diferentes plataformas de movimientos sociales diversos”, (David Lopategui, Bizilur).

“Tenemos bastante relación con diferentes movimientos, colectivos y luchas, para los que la radio funciona como una red, como un hartu-eman, un dar y recibir en el que se está

ahí, vemos qué necesitan y hacemos ese apoyo”, (Naiara Perea Cuerda, Radio Libre Hala Bedi).

Esto implica **reconocer qué es aquello que posibilita el propio proceso de deconstrucción y nombrarlo**, porque no podríamos llevarlo a cabo si no hubiera habido todo un trabajo previo de feministas y personas racializadas antirracistas que han señalado –y continúan haciéndolo– cómo funciona el sistema de opresiones.

“Las personas blancas no se dieron cuenta solas de que eran racistas, hemos sido las personas negras, africanas, afrodescendientes y racializadas las que empezamos a señalar, y fue entonces cuando hubo ese trabajo de deconstrucción. Por esta parte, está bien que se referencie siempre de donde se saca la información. Esto es muy importante. Hay que dar un espacio, aunque sea simbólico, a las personas de las que se extraen los conocimientos sobre -o desde- los que se comunica.”, (Quinndy Akeju, Afrocolectiva).

Y no sólo entender las luchas y los colectivos como algo que sucede ajeno a nuestra actividad, que nos nutre y a los que apoyamos, sino **hacernos parte de esas luchas**.

“La propia radio, la idea de una radio libre y las personas que formamos parte de ella, somos parte de las luchas, formamos parte de ese movimiento de defensa del territorio. No es un agente externo que está ofreciendo ese servicio, es un eje más, es una cuerda de esa red que está ayudando a que sea más potente”, (Naiara Perea Cuerda, Radio Libre Hala Bedi).

Definir los objetivos

Además de definir esa visión de la transformación social a la que queremos contribuir, otro paso fundamental que hay que dar como comunicadoras es **tener claros los objetivos, preguntarnos para qué y para quién comunicamos**.

“Queremos hacer informaciones, producciones informativas que vayan más allá de la agenda impuesta por los medios de comunicación. Las ganas de ir más allá y de hacer una información más libre, más autónoma, más independiente...”, (Blanca Diego Vicente, LolaMora Producciones).

“Nosotras tenemos claro que no somos salvadoras del mundo. Ese es el problema de Europa, que se cree la salvadora del mundo mundial. Yo tengo claro que soy una mujer indígena y desde ahí, como mujer indígena, hago los abordajes de defensa del territorio, memoria histórica y prisión política.

Yo veo que aquí en esta parte del mundo, muchas organizaciones le hablan a un público “en general” y esto lo que hace es que al final puede que no le estes hablando a nadie. Nosotras tenemos claro de qué lado estamos y es desde ahí que hacemos nuestro trabajo.”, (Lucia Ixchiu, Festivales Solidarios).

“Estas dos líneas creo que son un poco indisociables, a la vez que hablo de algo que atraviesa a la comunidad a la que pertenezco -a la comunidad africana y

afrodescendiente-, también estoy interpelando, porque estoy haciendo una denuncia que señala directamente a un sistema del cual se benefician las personas blancas, que es el racismo institucional, por ejemplo. Entonces, cuando yo dirijo mis palabras -y las dirijo conscientemente- a mi comunidad, hay una parte que también considero importante que se trabaje, que es la parte del desaprender”, (Quinndy Akeju, Afrocolectiva).

Aunque definir bien nuestro público objetivo no implica que la comunicación que realizamos no siga esta doble línea que menciona Quinndy Akeju de alcanzar también a otras personas. Si realmente nuestra comunicación se dirige a la transformación social hay que **“ir conquistando espacios”**.

“Si hablamos todo el tiempo entre convencidos, ¿qué trascendencia tiene el trabajo que se hace en lo personal, en lo político...? Para mí siempre hay que ir más allá, buscando espacios nuevos, tratando de posicionar otras formas de ver el mundo.

Esto es un reto. Yo cada vez que hablo con una persona que no está ahí, que no está en los movimientos sociales, siento que he ganado un espacio más. Hay que usar la creatividad y de verdad salir de la zona de confort para escuchar. Un ejercicio de escucha activa, qué intereses tiene esta población concreta”, (Lucia Ixchiu, Festivales Solidarios).

“Si queremos hacer una comunicación transformadora, tenemos que llegar a más gente. Creo que es muy importante que no se quede en nosotras, y para esto hay que ocupar otras plataformas, otros espacios, como redes sociales, o usar otros formatos, como los podcast”, (Miriam Najibi).

Partiendo de aquí, podemos ver dos aspectos importantes a plantearse cuando hacemos comunicación: **las formas y los contenidos**.

Las formas de comunicación

Las formas de comunicar son diversas y hay multitud de lenguajes y herramientas que se pueden utilizar: comunicación oral, escrita, visual, sensitiva... Y se ponen en movimiento a través de diferentes canales y herramientas, como la radio, la escritura, la creación audiovisual, la comunicación pictórica, el diseño, las actividades pensadas para el encuentro y el intercambio, la creación artística...

“Nosotros tenemos ya unas metodologías establecidas que se han ido desarrollando a lo largo de todos estos años de trabajo. Introducimos el arte como una estrategia fundamental para crear. El diseño gráfico, la música, la ilustración, el arte... Es parte fundamental de lo que hacemos.

Nuestros procesos creativos son colectivos, van dependiendo de que tipo de acción o intervención. Por ejemplo, nuestra estrategia con los festivales es involucrar a los artistas locales sí o sí”, (Lucia Ixchiu, Festivales Solidarios).

Además, las conversaciones con las compañeras y la propia experiencia nos han enseñado que **el proceso comunicativo puede ser en sí mismo transformador**.

“Nosotras (Femgarabat) vemos que el dibujo puede ser una herramienta de transformación y organizativa. A través del dibujo, en estos talleres, se generan muchas veces relaciones entre las personas y se crea una imagen común. Esto me lleva también a la idea de los saberes colectivos. Sumamos entre todas y una actividad que puede ser muy solitaria como la pintura o el dibujo, se convierte en algo colectivo e incluso celebrativo. Es la idea de la organización a través del placer y de la diversión”, (Bea Aparicio).

“La esencia de la radio es poder formar parte de algo, es compartir un proyecto en común, unas ideas políticas comunes, y que todo esto se lleve a cabo físicamente en el espacio de la radio. Que esto pueda servir para generar asamblearismo, que no lleve a la individualidad”, (Naiara Perea Cuerda, Radio Libre Hala Bedi).

“Para mí la comunicación comunitaria ha supuesto para las mujeres disputar realidades coloniales, patriarcales y machistas. La comunicación se convirtió en un canal desde la necesidad de contar nuestra historia desde visiones no coloniales, racistas y hegemónicas. Y desde la urgencia de visibilizar otras realidades. Lo hacemos desde la necesidad y por eso nos va la vida en ello, por eso para nosotros es tan importante y toda nuestra energía tratamos de posicionarla también desde ahí”, (Lucia Ixchiu, Festivales Solidarios).

En la forma que le damos la comunicación, hay que **tener en cuenta hacia quién comunicamos, y cómo hacemos para que esta comunicación pueda nacer de procesos participativos y ser inclusiva, que implique a las personas con las que estamos creando estos puentes**. Aquí es importante tener en cuenta el idioma, el capacitismo desde el que comunicamos, el acceso y el manejo de las tecnologías, el lenguaje que se utiliza...

“Es muy diferente según el medio desde el que se comunique y qué tipo de personas reciben los mensajes. Como los mensajes tienden a ser mensajes fáciles de adaptar al contexto en el que se encuentra la persona que los recibe. Por ejemplo, si hablo de *misoginoir*, que es una misoginia que afecta a las mujeres negras, es decir, el racismo misógino, es muy bien recibido en Afrocolectiva porque nos leen muchas mujeres negras, africanas y afrodescendientes, y empatizan con el mensaje y lo validan”, (Quinndy Akeju, Afrocolectiva).

“En Pikara nos leen principalmente mujeres, de entre 25 y 55 años. Y suelen ser mujeres que ya tienen cierta formación en feminismos. Entonces sabemos que quien lee Pikara ya tiene algunos conceptos muy claros y no vamos a hacer, por ejemplo, un reportaje sobre qué es la brecha salarial. Aunque a veces dudamos de si son textos en los que se da por hecho un nivel mínimo de feminismo entonces estamos dejando fuera a mucha gente”, (M. Ángeles Fernández, Pikara Magazine).

Rescatamos también las siguientes reflexiones que han nacido de las conversaciones mantenidas con compañeras en otros espacios:

- Es importante el uso del euskera por una cuestión política, de defensa de un idioma que “quisieron arrebatarnos”, pero también el uso del castellano porque no todo el mundo tiene acceso a la comunicación en euskera. Pero incluso haciendo un híbrido de idiomas, hay gente que se queda fuera de esta comunicación.
- Revisar el capacitismo desde el que comunicamos.
- Cuidar el lenguaje. El uso de términos muy academicistas que no llegan a todo el mundo puede ser una barrera.

Los formatos

Por otro lado, es importante **trascender los formatos, poder trasladar la comunicación a diversos medios de expresión:**

“Nos dimos cuenta de que había que ir más allá de reportajes sueltos, que había que montar proyectos de comunicación completos, para informar, contar, concienciar... Hacer pedagogía”, (Blanca Diego Vicente, LolaMora Producciones).

“En la socialización del trabajo, no limitarla a los propios canales (redes, web...), si no, por ejemplo, poder ir a festivales si haces cine, o acudir a otros medios, buscar otras ventanas de visibilidad. Trascender la pantalla, ir a encontrarte con la gente”, (Victor Julio Torre Triado, Emigrad@s Sin Fronteras).

“Trascender lo digital, a través de jornadas, espacios de encuentro... Esto ayuda a crear redes y el impacto en las personas es más profundo. También formaciones, festivales... También es verdad que te ves limitada por los recursos que necesitas para esto.

En Pikara por ejemplo, salirse del contenido diario o semanal y crear los monográficos. Otro formato, más de libro, de pararse, de tomar un tiempo para leer. El Salto desde el principio apostó por el papel, por la fotografía, por el arte y el diseño. Mucha gente lo ve en el quiosco y le llama la atención por el formato.

En Hordago ahora se está pasando de hacer una publicación papel mensual a una trimestral. Esto viene de la crisis del papel, pero está sirviendo para cambiar algunas cosas. El formato es diferente, ya no es tanto tipo periódico sino más revista. Se busca un tema general y se engloban debajo de él diferentes artículos. Como con los monográficos de pikara. Con el cambio de formato, se han puesto en marcha también las presentaciones. Y esto era muy potente porque reúnen mucha gente. Luego hacen videos de la presentación y los difunden. Es organizar una charla sobre los contenidos que se publican, pero también una forma de reunir a las personas.

En Pikara juegan mucho también con el espacio físico que tienen. Organizan formaciones, presentaciones de libros, pinchadas...”, (Miriam Najibi).

Los contenidos

Respecto a los contenidos, hay que estar pendientes de la coyuntura, de lo que se mueve, para poder estar ahí, pero también es importante dar espacio a la comunicación sobre temas que “nos laten”, hablar desde las propias experiencias, dejar entrar las

experiencias de otras en nuestros espacios comunicativos, hablar de temas más atemporales, hacer de lo personal algo político. Lo ideal es tener un **equilibrio entre los contenidos de actualidad y aquellos más reposados**, que quizás no son tan informativos, y que llevan más tiempo por ser procesos más complejos y personales.

“Hablar desde la sencillez, desde la humildad, podemos hablar sin tapujos y la gente nos entiende. La gente sabe de lo que estamos hablando porque lo vive. Los sistemas de opresión y los privilegios nos atraviesan a todas y el hablar de ello desde diferentes contextos y realidades, idiomas y culturas, llega”, (David Lopategui, Bizilur).

“Normalmente intento que sean temas que de alguna manera a mí también me llaman, me susciten. Siempre hay encargos profesionales que igual no son tanto de tu agrado, pero yo intento vincularme a trabajos con los que me sienta cercana. También intento pensar de la manera más plural posible, no quedarme únicamente en mi experiencia, sino buscar imágenes más diversas, que acojan, que sean acogedoras”, (Bea Aparicio).

Por otro lado, **muchos de los contenidos responden a demandas o necesidades** que vienen directamente de los movimientos, agrupaciones, comunidades, etc.

“Mi trabajo personal en Guatemala es de base, es con las comunidades, con líderes comunitarios, sin intermediarios. Entonces, en un diálogo directo con comunidades u organizaciones, hay una solicitud de “queremos que se haga una campaña de comunicación para el proceso de defensa del río Cabon”, por ejemplo”, (Lucía Ixchiu, Festivales Solidarios).

No siempre los contenidos que tratamos son los que más demandan los públicos, pero precisamente por eso es importante que los abordemos, porque los medios más grandes no les dan espacio.

“En Pikara tenemos una apuesta clara por los temas que tratan la defensa del territorio. También es verdad que los temas que yo trato, los temas de DDHH o que tratan sobre otros territorios que no son el Estado español y que implican defensa del territorio, son los que menos se leen. En Pikara publicamos cosas que sabemos que no van a tener tanto público, pero es una apuesta editorial. No nos dejamos llevar tanto por el clickbait”, (M. Ángeles Fernández, Pikara Magazine).

“A veces se me hacen encargos, principalmente sobre temáticas sociales. Yo me centro mucho también en antirracismo y todo lo que ello conlleva (sacar todo lo que tiene que ver con detenciones policiales, abuso policia, desalojo, vulneración de derechos...), y en temas de vivienda. Son cosas que esperamos encontrar en los medios alternativos, pero a veces cuesta meterlas. Cuesta llegar, a veces no se sale de la red de personas que han convocado las acciones”, (Miriam Najibi).

Luego, la perspectiva feminista y antirracista se teje de manera transversal en los contenidos:

“No es que exista un periodismo con perspectiva de género, es que el periodismo de calidad debe tener una mirada amplia hacia la sociedad a la que se está dirigiendo. Un periodismo de calidad pasa por tener perspectiva de género. Hay que trascender la etiqueta de somos un “medio de comunicación con perspectiva de género”, sino que somos un medio de comunicación y para tener calidad, la agenda feminista tiene que estar. La comunicación es transversal, y el enfoque feminista antirracista es transversal a la comunicación”, (Blanca Diego Vicente, LolaMora Producciones).

Si ya de base ha habido un proceso previo de reflexión y de integración de estas perspectivas en la propia visión (la de las personas que componen los equipos de comunicación y la de las organizaciones), es más fácil que en los contenidos estén también inscritas.

Resistencias y desafíos a/de la comunicación feminista y antirracista

Hacer comunicación con el objetivo de contribuir a los procesos de transformación de las luchas feministas y antirracistas implica tratar temas que escuecen porque interpelan, señalan y denuncian. Esto hace que **las comunicadoras estén más expuestas a las críticas y los ataques**, sobre todo ahora que, a través de Internet, cualquiera puede interactuar con nosotras.

“Cuando una problemática sistémica como es el racismo institucional se aterriza en lo personal aparece el problema porque ‘¿Cómo me estás diciendo a mí que soy misógino?’ ‘¿Cómo me estás diciendo a mí que soy racista?’. Es esta fragilidad la que no para de disparar comentarios que afectan a tu salud mental. Yo como comunicadora he aprendido a lidiar con esto, pero es cierto que llega un punto en que te agobias.

Comunicar racismo institucional en un contexto en el que no está reconocido presenta muchas resistencias y muchos desafíos. Tenemos que aprender siempre, teniendo en cuenta que no es nuestra responsabilidad -porque hay un factor muy fuerte de autoexigencia-, pero sabiendo que nuestra mirada está puesta en un futuro que ahora se puede manifestar. Yo tengo muy presente que si ahora puedo comunicar sobre racismo y sobre misoginia es porque ha habido un trabajo previo de otras que vinieron antes. Entonces, yo comunico también para poder seguir haciendo este camino para generaciones futuras, para que podamos construir un mundo en el que las narrativas sobre la gente africana y afrodescendiente, y las mujeres negras, sean completamente distintas a la que conocemos hoy en día.

Si no hay optimismo es imposible. La lucha es optimista”, (Quinndy Akeju, Afrocolectiva).

Contra-narrativas para crear imaginarios alternativos

La articulación de las formas y los contenidos crea las narrativas. Las narrativas dialogan con los imaginarios, nos abren ventanas que nos posibilitan ver otras alternativas, imaginar otros posibles, cuestionarnos todo aquello que configura lo que sabemos. **La Comunicación para la Transformación Social trabaja mucho con las narrativas de la esperanza y con las narrativas de la deconstrucción de imaginarios preestablecidos.**

“Nosotras trabajamos mucho las narrativas de la alternativa. Puede que compartamos un contexto catastrófico (o un diagnóstico catastrófico), aunque esto es algo muy occidental, muy de la izquierda hegemónica de aquí. Creo que, en nuestro caso, los movimientos campesinos y feministas, nos ayudan mucho a ver las alternativas que se están generando, aquí y allá”, (David Lopategui, Bizilur).

“Decidimos que no íbamos a publicar temas hechos con un enfoque muy oenegero o sobre lo mal que están las mujeres, sino que publicamos historias de resistencia, de lucha, de defensa de los DDHH. Para saber cómo se organizan en otros territorios, como opera el movimiento feminista en otro lugar, etc. Historias de resistencia y de lucha que nos puedan servir a nosotras o a otras lectoras como inspiración, fortaleza, energía. Aunque estas historias también son jodidas porque resistir es duro y violento, pero no vamos a quedarnos en “las mujeres en Túnez están mal”, aunque esto sea importante en el contexto”, (M. Ángeles Fernández, Pikara Magazine).

Comunicación para la defensa de los territorios

Tanto las narrativas como los imaginarios están muy ligados a los territorios. Aunque los territorios no siempre vienen definidos por límites geográficos, sino que son cambiantes y fluidos. La territorialidad forma parte de las experiencias de las personas, de los caminos que recorren, de lugares a los que se sienten vinculadas aunque nunca los hayan habitado, del desarraigo, el exilio, la migración, de las redes de solidaridad, de los espacios virtuales...

“He ido redefiniendo ese concepto de territorio más físico. Lo que le toca vivir a la gente migrante y desarraigada es un territorio cambiante, transitorio. Yo estoy en desarraigo, en el exilio y desde ahí me ha tocado aprender y desaprender muchas cosas respecto a la territorialidad”, (Lucía Ixchiu, Festivales Solidarios).

La idea de la defensa del territorio llega al contexto vasco y del Estado español desde los territorios de Mesoamérica y Sudamérica.

Son los territorios del Norte global los que explotan los territorios del Sur para su propio beneficio, entonces, nosotras nos preguntamos si tiene sentido en el contexto de Euskal Herria hablar de comunicación para la defensa del territorio.

“Seguramente el concepto “defensa del territorio” tiene diferentes significados o hace referencia a cosas que varían según el contexto. No es lo mismo hablar de defensa del territorio en Guatemala y Honduras que aquí, pero sí que tiene sentido hablar de

comunicación para la defensa del territorio en Euskal Herria”, (Naiara Perea Cuerda, Radio Libre Hala Bedi).

Con Lucía Ixchiu pudimos reflexionar sobre el hecho de que muchos proyectos de comunicación en el contexto del Estado español o Euskal Herria miran a las experiencias comunicativas en otros territorios como Mesoamérica o Sudamérica, y tratan de replicarlas aquí. Pero luego se encuentran con muchas dificultades porque no se trabaja desde la misma mirada.

“Aquí hay un error de puntos de vista. Decolonizarnos no es pensar como piensa Abya Yala. Cada territorio tiene sus formas y creo que no se puede meter un círculo en un cuadrado.

No es malo, hay cosas que se pueden tomar, también se trata de eso, del intercambio. Pero yo creo que los territorios tienen sus propias dinámicas y esto requiere un análisis de encontrarse más aquí, de analizarse aquí. Qué dinámicas son las que definen a la población de aquí, qué genera ese sentido de pertenencia... Esto es lo que necesitarían repensarse quienes hace comunicación aquí”, (Lucía Ixchiu, Festivales Solidarios).

Si, por un lado, los territorios son cambiantes y, por otro, no existe una única receta para la defensa del territorio, ¿Cómo hacer, entonces, comunicación para la defensa de los territorios?

Una idea que podemos sacar de los encuentros y entrevistas es la importancia de crear vínculos entre los procesos del territorio que habitamos y desde el que comunicamos, y aquellos que se dan en otros lugares. **La comunicación nos ayuda a hacer puentes, a crear conexiones, a cartografiar estos territorios en movimiento.**

A veces cuando se habla de narrativas, territorios, comunicación para la transformación social, etc. podemos llegar a tener la sensación de movernos mucho en el terreno de las ideas, de lo intangible. Esto hace que durante el proceso de realización de las entrevistas se trataran también temas más prácticos, acciones que podemos llevar a cabo para hacer comunicación feminista y antirracista:

Comunicación situada

Según Quinndy Akeju, **la clave para las personas blancas que quieren hacer comunicación antirracista está en ceder espacios, hacer trabajo de deconstrucción y referenciar.**

“Yo creo que lo principal para ser una aliada antirracista es no poner la responsabilidad sobre las personas negras, pero también dejar espacios. Es muy importante ceder espacios. Los derechos de admisión es una de las principales herramientas que se han

usado históricamente para excluir a las personas negras. Por lo que la batalla por los espacios es clave.

Aplicado al ámbito de la comunicación, si, por ejemplo, se va a comunicar en un medio digital con un vídeo, quizás lo más pertinente es que haga el vídeo una persona que se ajuste a las características de las personas a las que atraviesa lo que se va a comunicar.

Si, por otro lado, se va a comunicar por escrito, en vez de que sea la persona blanca la que escriba y reflexione, igual está bien ceder ese espacio para que sean esas otras voces las que estén ahí", (Quinndy Akeju, Afrocolectiva).

También señala que "las palabras importan" y que antirracismo también es "normalizar que las personas negras somos personas". Esto puede parecer algo muy simple, pero es una idea muy profunda:

"Normalizar que somos personas es evitar hacer un uso erróneo de las imágenes, por ejemplo, aquellas en las que salen personas en situación de vulnerabilidad o en situación de muerte.

Además, normalizar que hay personas negras en todos los sectores de la sociedad y no sólo llamar a personas negras para hablar de antirracismo", (Quinndy Akeju, Afrocolectiva).

Que las palabras importan también es algo que menciona Lucía Ixchiu, para quien, por ejemplo:

"No se puede homogeneizar a todas las personas que estamos haciendo luchas en nuestros territorios como "Defensores de DDHH", porque la palabra DDHH se inscribe también en un marco creado por la ONU para referirse a Derechos que han sido creados únicamente para una parte de la población y esto se refiere a blanco, eurocentrado...", (Lucía Ixchiu, Festivales Solidarios).

De la misma manera, las luchas de las mujeres son diversas y, de alguna u otra manera, antipatriarcales, puede que no todas las mujeres se identifiquen con la palabra feminismo: "Buscar los puntos de encuentro y centrarse ahí".

Para M. Ángeles Fernández, **cuidar la relación que tenemos con las fuentes** es fundamental. Que el acercamiento sea desde la total horizontalidad, respetando sus tiempos, lo que te quiere contar...

También romper con las jerarquías que se les otorga a las diferentes fuentes:

"Porque muchas veces se incluye a "la víctima" y luego a "la experta", existe una jerarquía de fuentes. Nosotras intentamos romper esa dicotomía y que todas estén en el mismo nivel, que todas tengan la misma valía. Porque muchas veces se cita a la experta con nombres y apellidos y a la mujer que narra su experiencia simplemente con su nombre de pila, nosotras citamos a todo el mundo igual, con nombres y apellidos. A veces, también cuestionar el concepto de "experta", quizás no es necesario hablar con una experta en

migraciones, sino que una migrante ya sabe mucho sobre eso”, (M. Ángeles Fernández, Pikara Magazine).

Y no poner la necesidad de información por delante del cuidado de las personas con las que dialogamos.

Aspectos técnicos del ejercicio de la comunicación

En relación con aspectos técnicos del ejercicio de la comunicación, se pueden identificar puntos comunes en todos los proyectos que han participado en el proceso de investigación.

Por un lado, el desarrollo de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), la democratización del acceso a internet, el hecho de que ya un grupo de población muy grande pueda crear contenidos, que se hayan diversificado los canales de acceso a la información, etc., ha venido a transformar las prácticas comunicativas.

Se amplían las voces, y podemos verlo muy claro en las redes sociales, la creación de podcasts o la difusión de textos diversos a través de fanzines o newsletter, por citar algunos ejemplos.

Por otro lado, **los proyectos han ampliado sus formas de comunicar:**

“El hecho de que ahora existan mayor cantidad de voces ayuda a cuestionar el poder comunicativo. Porque podemos llegar y acceder a lugares a los que antes no se podía. También el poder trabajar en red y compartir contenidos me parece una de las claves. No siempre es necesario que generemos nuestros contenidos, sino que podemos compartir el de otras compañeras a través de nuestras redes. En este sentido, tenemos un acceso a la información que antes era impensable y yo creo que aquí las nuevas tecnologías han venido a aportar”, (Victor Julio Torre Triado, Emigrad@s Sin Fronteras).

“El soporte principal es la radio, pero luego el contenido se comparte también por otros medios. A veces se transcribe y se comparte por Twitter, Instagram, Mailchimp o WhatsApp, por ejemplo”, (David Lopategui, Bizilur).

También está la otra cara de la moneda, y es que **el uso abusivo que se hace de las redes sociales como canales de comunicación también conlleva muchas contradicciones** y perjudica tanto al propio ejercicio de la comunicación como a los objetivos de las luchas feministas y antirracistas.

“Hay un tema que hemos hablado bastante y que a mí me preocupa, que es el poder de las redes sociales. El cómo las redes sociales juegan con nosotras. Deciden que es noticia y que no, como posicionan los temas, la visibilidad que se les da, como el algoritmo cambia y decide que un tema que hace dos días lo podía posicionar bien y de repente no... Y no solo eso, sino que estas empresas son de hombres muy ricos, blancos, del norte global, concretamente de EEUU, que son los que deciden que se lee y que no. Hemos creado medios alternativos para salirnos de los conglomerados mediáticos, y al final

estamos en manos de unos señores con una mayor concentración de poder, con unas prácticas laborales extractivistas terribles”, (M. Ángeles Fernández, Pikara Magazine).

Otro punto fuerte es **explorar otros lenguajes, ver la capacidad transformadora de los procesos y de la comunicación a través de la creación y la expresión artísticas:**

“Las imágenes son un gran vehículo de comunicación. En muchos momentos una buena imagen puede ser una transmisora de ideas sin ni siquiera tener un idioma en común. Las imágenes tienen una capacidad comunicativa más primitiva, más universal, que una mucho más”, (Bea Aparicio).

Hacer que la comunicación nazca de procesos participativos:

“Hay muchas maneras de que la comunicación nazca de un proceso participativo. Una de ellas suele ser que, ya por contactos hechos previamente, nos escriban para usar un espacio de la radio para presentar algo, puede ser una entrevista, hablar de un evento concreto, la presentación de un libro...”, (Naiara Perea Cuerda, Radio Libre Hala Bedi).

Esto es importante también para **evitar el extractivismo informativo**. Para M.Ángeles Fernández, depende mucho de la actitud, de ser honestas, que las personas con las que hablamos sepan qué vamos a hacer con la información que nos dan y los saberes que nos transmiten, no ir al titular morboso. Es la forma en la que te acercas a las personas y “cómo creas con ellas un espacio de confianza, de diálogo, de entrevista, de encuentro”.

Esto nos lleva al debate sobre la legitimidad de las voces, es decir, **quién debe hablar sobre qué**. De la misma manera que antes se señalaba que es importante ceder espacios y poder hablar en primera persona de lo que nos atraviesa a cada una, M.Ángeles Fernández nos da una perspectiva que también es importante incluir en este debate:

“Las periodistas nos hemos formado para hacer “una traducción” del mundo para la ciudadanía en general, para que puedan conocer aquello que no pasa al lado de su casa. Si esto solo lo puede contar la persona que lo vive, no hay una traducción, no hay un contexto. Yo creo que hay que nutrir los textos, darles diferentes puntos de vista.

Además, hay gente que no tiene las herramientas para escribir y contar.

Yo sí que defiendo la labor de las periodistas. Evidentemente hay temas de los que no voy a hablar, pero si es un tema que trabajo, sobre el que he leído y he entrevistado a gente pues sí que puedo aportar algo.

Al final las periodistas hacemos esta labor de ir a las fuentes y contar esto a la ciudadanía. Somos un puente”, (M. Ángeles Fernández, Pikara Magazine).

Un reto compartido por la mayoría de las participantes es **mejorar la “comunicación de la comunicación”:**

“Tenemos un producto bueno, pero nos vendemos mal, y eso es un pendiente para poder llegar a más gente. Que al final es uno de los objetivos de comunicar. A veces nos olvidamos del impacto de lo que hacemos, no lo medimos o no lo tenemos en cuenta, y ahí fallamos”, (Víctor Julio Torre Triado, Emigrad@s Sin Fronteras).

Aunque es verdad que **no siempre es un objetivo el llegar a cuanta más gente mejor:**

“En nuestro caso concreto, no nos interesa llegar a todo el mundo. Nuestro objetivo no es tener mucha difusión. Nuestro objetivo es informar de aquello de lo que, en general, se informa menos, y difundir las teorías y el pensamiento feministas. Esto no llega a todo el mundo, por lo tanto, no pretendemos que eso sea así. Nos limitamos a hacer militancia feminista, con los medios que tenemos y de la manera en la que entendemos el feminismo”, (Mertxe Arratibel Ibarri, Andra).

“Creo que no se trata tanto de “quiero que esto llegue” sino de “quiero que esté disponible”, porque cada cual tiene su propio proceso de politización y el hecho de que sea un programa abierto, facilita que se pueda acceder a él en cualquier momento”, (David Lopategui, Bizilur).

La sostenibilidad de los proyectos

También es fundamental abordar el tema de la sostenibilidad de los proyectos porque **los recursos con los que se cuenta para poder hacer comunicación de calidad afectan al ejercicio de la comunicación.**

Algunas de las experiencias analizadas en esta investigación hacen comunicación desde la militancia, es decir, sin apenas recursos. No pueden contratar personal y dedican tiempo al proyecto de manera voluntaria, como compromiso político. Aunque hay otros que sí cuentan con recursos, muchos de ellos públicos.

El tema de la financiación de los proyectos de comunicación es complejo porque, por un lado, hacerlo de manera autogestionada sin depender de fondos externos, permite que seas plenamente libre en el ejercicio de la comunicación. Aunque te ves limitada en otros sentidos, como por la falta de tiempo que se le puede dedicar por ser una actividad que hay que realizar aparte de la actividad que nos da recursos económicos para sobrevivir.

Por otro lado, una comunicación de calidad requiere tiempo, dedicación y personas comprometidas con el proyecto, pero también con conocimientos específicos y que hagan aportes significativos a los procesos comunicativos con los que trabajamos. Y esto requiere de salarios dignos, de equipos, de formación...

Algunas reflexiones que han salido en este sentido son las siguientes:

“Tener un fin de lucro per se no es algo negativo. Lo que importa es cuál es tu objetivo final, si eres un bien público o simplemente pretendes ganar dinero. Tú puedes tener un fin de lucro, pero para qué destinas ese fin de lucro, porque puede ser a pagar sueldos

dignos, al propio medio... El problema es cuando eres un gran medio con objetivos político-económicos. Al final tu agenda la marca eso”, (Blanca Diego Vicente, LolaMora Producciones).

“Las alianzas con las autoridades dependen a veces de las necesidades y de las características de cada territorio. Aunque no las consideramos alianzas, sino relaciones puntuales para poder hacer nuestro trabajo. También es verdad que hemos dejado de aceptar subvenciones por parte de ayuntamientos cuyas políticas iban en contra de nuestros principios”, (Victor Julio Torre Triado, Emigrad@s Sin Fronteras).

“Creo que no hemos hecho esta reflexión de una manera consciente, pero es cierto que hemos apostado por no vincular la radio, el programa y la parte de comunicación a la financiación de los proyectos. Y yo creo que en parte es porque subyace esa idea, la de que queremos tratar los temas que nos dé la gana, cuando nos dé la gana, y con el modelo que queramos. Y esta libertad nos permite llevarlo con otra alegría”, (David Lopategui, Bizilur).

“No es posible financiarnos como se financian los medios convencionales. Tienes que dedicar mucho tiempo a buscar financiación, subvenciones, etc. Por supuesto, cuando recibes determinada financiación te puedes ver condicionada en cuanto a los contenidos que haces. Pero tampoco puedes subsistir sin nada de financiación y pretender hacer algo medianamente digno”, (Mertxe Arratibel Ibarruri, Andra).

“La sostenibilidad va más allá de que el proyecto sea sostenible a nivel económico, sino que hablamos de sostener nuestra salud mental y física, esto es algo que hay trabajar. El dinero no paga todo el trabajo psicológico que supone hacer esto”, (Quinndy Akeju, Afrocolectiva).

La sostenibilidad de los proyectos está conectada con la **precariedad que viven las comunicadoras y muchas de las personas que trabajan en organizaciones de carácter social**. A esta precariedad se le suma el **frenetismo que vivimos a nivel comunicativo y la presión por “llegar a todo”**: por trabajar, sobrevivir, militar, hacer comunicación de calidad y, a la vez, estar al día de lo que sucede, teniendo tiempo para revisarnos, y construir espacios de intercambio, cuidar y cuidarnos, buscar recursos para sostener los proyectos...

Es aquí donde, quizás, en el contexto de Euskal Herria y el Estado español, se vuelve más pertinente hablar de cuidados.

“Es muy complicado, el frenetismo a mí me genera mucho estrés. El tener que estar siempre al día de lo que está pasando te hace que salgas del trabajo y sigas con la cabeza ahí, a través del móvil, de las redes... Al principio para mí fue difícil esto. Compartir esto con otra compañera me ha ayudado mucho.

En la radio tenemos la oportunidad de apoyarnos mutuamente, de cedernos ciertas entrevistas, de ayudarnos a cubrir ciertos vacíos de información, etc. Luego las redes que tenemos más allá de la radio. Al final nosotras y nuestros círculos también somos parte de esos movimientos de los que estamos siendo altavoz, entonces esto supone un apoyo que nos ayuda mucho a cubrir los temas porque siempre vamos a tener personas que nos

completan, que nos ayudan cuando no llegamos.”, (Naiara Perea Cuerda, Radio Libre Hala Bedi).

“Creo que uno de los errores que han tenido los movimientos sociales es no pensar la comunicación como una estrategia, como una militancia a la que dedicar recursos, personas. La estrategia fascista que está en tiktok avanzando, porque tienen equipos, estrategias en este sentido. El trabajo comunicacional no se entiende y se desprecia, porque se desconoce también”, (Lucía Ixchiu, Festivales Solidarios).

Una de las estrategias más nombradas para cuidarnos es **tejer redes**. Hacer comunicación feminista y antirracista también es hacerla creando puentes con las compañeras, apoyándonos mutuamente, sumando fuerzas.

“Trabajamos en red con otras personas para poder abordar lo que sucede en otros territorios”, (Victor Julio Torre Triado, Emigrad@s Sin Fronteras).

“Hacer una agenda de medios afines. Tener una red que nos permita difundir nuestro trabajo y procesos. El tiempo y la falta de medios a veces no facilita nada este trabajo en red entre los diferentes medios o equipos que trabajan la comunicación. Sería lo ideal, hacer sinergias. Que no todo el mundo esté haciendo lo mismo a la vez, repartir el trabajo, sumar fuerzas. Necesario es, pero no sé hasta qué punto es factible. Entre otras cosas, por las diferencias que hay en la manera de entender el feminismo. Aun así, buscar lugares de encuentro sería lo ideal”, (Mertxe Arratibel Ibaruri, Andra).

Sin perder de vista las relaciones de poder que existen también entre colectivos afines y aliados, **creando espacios seguros**:

“Las alianzas son importantes porque desde un único medio no vas a llegar a todo el mundo y las necesitamos para poder ir en contra de las narrativas hegemónicas, y esto es un trabajo colectivo. Pero es complicado, porque a la vez que pones en el centro la necesidad de cambiar las narrativas a través de alianzas, también existe la violencia que se ejerce desde esos espacios de alianza, precisamente por no tener en cuenta que los espacios tienen que ser seguros para que las personas racializadas puedan comunicar, o simplemente por falta de deconstrucción en muchas áreas.

Entonces, hay también esa problemática de que “sí, trabajamos juntas”, pero, a la vez, qué me espera a mí en este espacio como comunicadora, qué esperáis de mí y cómo eso luego se proyecta en cómo validáis mi trabajo”, (Quinndy Akeju, Afrocolectiva).

6. Conclusiones: aportes para la guía de comunicación antipatriarcal y antirracista para la defensa del territorio

Este apartado resume todo lo anterior, trasladando los aportes para el ejercicio de una comunicación antipatriarcal y antirracista a frases concretas que puedan ser reescritas en la guía.

1. Entender la comunicación como un proceso a través del cual nos relacionamos entre nosotras y con el entorno, y que nos permite el intercambio de ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes, construyendo imaginarios y conformando así el conocimiento que tenemos de la realidad.



Esto nos facilita **asumir el valor político y estratégico de la comunicación** a la hora de poner a circular representaciones y formas de relacionarnos que contribuyan a la transformación social.

2. La comunicación transformadora:

- Implica repensar los saberes e imaginarios dominantes impuestos por la cultura.
- Amplía la visión sobre las prácticas comunicativas. Promueve lenguajes y expresiones diversas.
- Se hace construyendo narrativas desde la esperanza. El miedo paraliza, necesitamos poder creer que los cambios son posibles.
- Visibiliza realidades intencionalmente ocultadas por la comunicación dominante.
- Pone a circular la palabra, los saberes, la memoria y los sueños de sujetos diversos.
- Permite poner en común sentires y vivencias, politizar el malestar. Para tejer redes, colectividades y solidaridades. Incluye las lógicas de los afectos, los cuidados y los deseos.
- Reúne y moviliza para la incidencia política. Permite articular estrategias de resistencia y lucha colectivas.
- Se vincula a los territorios y las realidades concretas.

3. La deconstrucción empieza por nosotras mismas, pero no podemos hacerlo solas:

- La comunicación siempre busca la transformación social. Hay que tener claro qué tipo de transformación queremos.
- Esto parte necesariamente de hacer una reflexión a nivel personal y al interno de los equipos.
- No nos deconstruimos solas:
 - Tiene que haber relaciones entre los movimientos que queremos apoyar y nosotras.
 - Reconocer qué es aquello que posibilita el propio proceso de deconstrucción y nombrarlo: citar siempre y dar espacios (aunque sean simbólicos) a aquellas personas de las que hemos obtenido los conocimientos sobre -o desde- los que se comunica.

4. Definir los objetivos:

- Tener claros los objetivos, preguntarnos para qué y para quién comunicamos.

- Pero ir conquistando espacios. Alcanzar a otras personas que suelen ser ajenas a nuestros espacios y discursos.

5. Las formas de comunicación son diversas y hay multitud de lenguajes y herramientas que se pueden utilizar:

- El proceso comunicativo puede ser en sí mismo transformador.
- Hacer que la comunicación nazca de procesos participativos, implicar a las personas con las que estamos creando puentes.
- Revisar el capacitismo desde el que comunicamos.
- Cuidar el lenguaje. El uso de términos muy academicistas que no llegan a todo el mundo puede ser una barrera.

6. Trascender los formatos:

- Trasladar la comunicación a diversos medios de expresión.
- Ir más allá de la creación de contenidos aislados. Pensar en proyectos de comunicación.
- No limitar la socialización del trabajo a los canales online.
- Trascender lo digital a través de jornadas, espacios de encuentros, formaciones, festivales.
- Tener en cuenta la complejidad del uso de las redes sociales para la comunicación.

↪ Por un lado, se han ampliado las voces y es más fácil llegar a determinados públicos y, por otro, son herramientas en manos de multimillonarios y juegan con los algoritmos. No somos dueñas de la visibilidad de nuestros proyectos y es una comunicación que deja a muchas personas fuera.

7. Los contenidos:

- Guardar un equilibrio entre los contenidos de actualidad y aquellos más “reposados”, que trabajamos con más tiempo y dedicación.
- Muchos de los contenidos responden a demandas o necesidades de los movimientos, agrupaciones, comunidades, etc.
- No se trabajan necesariamente los contenidos más demandados por el público, por eso precisamente es importante abordarlos.
- La perspectiva antipatriarcal y antirracista se teje de manera transversal en los contenidos.
- Crear contenidos que nazcan de procesos participativos.

Comunicación activamente antirracista:

- No reducir la visibilidad de las personas Negras para mostrarlas como víctimas o como verdugos.
- No hacer uso de narrativas deshumanizadoras. No normalicemos ver imágenes de cuerpos negros en situaciones de vulnerabilidad y sufrimiento.
- No promover estereotipos o prejuicios.
- Las personas racializadas están en todos los sectores, no visibilizarlas únicamente para hablar de las opresiones que sufren.
- No “exotizar”. Las personas racializadas están en lo cotidiano, pertenecen a la comunidad.
- No reproducir discursos sobre la migración que la reducen a relatos sensacionalistas.

8. Comunicación situada:

- Los territorios tienen sus propias dinámicas. Hacer comunicación para la defensa de los territorios requiere un análisis desde el aquí. No se trata de replicar las prácticas que se dan en otros territorios, sino de hacer una reflexión desde los espacios que ocupamos y las personas a las que queremos llegar.
 - ↪ Tener en cuenta también que la territorialidad es cambiante, existen territorios en movimiento. La comunicación también nos ayuda a hacer puentes, a crear conexiones, a cartografiar estos territorios en movimiento.
- Hacernos conscientes de nuestros privilegios y de los espacios que ocupamos. Después, ceder espacios a personas que han sido privadas de ellos y siempre referenciar y citar a aquellas personas de las que hemos sacado nuestros conocimientos.
- No homogeneizar.
 - ↪ No todas las personas que luchan por la defensa de los territorios son “Defensoras de DDHH”, y no todas las que luchan contra el sistema patriarcal se identifican con la palabra “feminismo”. Hay que tener en cuenta la diversidad, buscar los puntos de encuentro y centrarse en ellos.
- Cuidar la relación comunicadora-fuente. Que el acercamiento sea desde la horizontalidad y cuidando siempre los tiempos y lo que las personas quieren contar. No poner la necesidad de información por delante del cuidado de las personas con las que dialogamos. También, romper con las jerarquías que se les otorga a las diferentes fuentes.

- No hacer extractivismo informativo. Ser honestas, que las personas sepan qué vamos a hacer con la información que nos dan y los saberes que nos transmiten.
- Legitimidad de las voces: ¿quién debe hablar sobre qué?
 - Ceder espacios y que podamos hablar en primera persona de lo que nos atraviesa a cada una.
 - Como comunicadoras, también podemos servir de puente entre lo que se quiere contar y las personas a las que de otra manera esto no llegaría. También está bien la diversidad de puntos de vista, esto nutre los contenidos.

9. El problema de la sostenibilidad de los proyectos:

- Tener en cuenta el equilibrio entre tener recursos para hacer una comunicación de calidad y mantener la autonomía.
- Trabajar desde el cuidado. El sector de la comunicación está muy precarizado, no podemos hablar de cuidados desde espacios en los que estos mismos cuidados no existen.
- Trabajar en red. Crear alianzas.
- Crear espacios seguros para todas.

6.1. Ideas que han surgido en el grupo focal

Como parte de la metodología de investigación, se ha realizado un encuentro al que fueron convocadas todas las personas que han participado en el proceso de entrevistas. Los objetivos de este espacio de reunión, que finalmente se hizo de manera online, eran:

- Presentar a las participantes los resultados del proceso de investigación.
- Hacer una reflexión conjunta sobre las ideas-fuerza sacadas de las entrevistas.
- Hacer una contribución a las conclusiones de la investigación a raíz de este espacio de encuentro.
- Intercambiar visiones.
- Hacer un reconocimiento de los saberes que las participantes han aportado para esta investigación.
- Crear un espacio de encuentro e intercambio que nos pueda servir también para hacer red.

La principal idea surgida en el encuentro se da entorno a la pregunta de “¿cómo imaginamos la guía de comunicación que estamos construyendo?”. Las reflexiones de

las compañeras apuntan a que la pregunta central no “cómo será la guía”, si será ilustrada, en qué formato, si se va a imprimir o va a ser online... Sino **qué se va a hacer con ella.**

Se hacen grandes trabajos de investigación colaborativa y se producen materiales que contienen saberes importantes en nuestro trabajo y nuestras luchas. Sin embargo, hay un riesgo muy alto de que todos estos contenidos acaben siendo olvidados, no compartidos lo suficiente, o no llegando a las personas a las que su agencia podría influir para provocar cambios significativos.

De aquí, que un aspecto fundamental ahora sea hacer una planificación de la difusión y del camino de socialización de la guía.

En el grupo focal, las compañeras han propuesto que sea utilizada como material didáctico. Desde su experiencia, las profesionales de la comunicación no utilizan estas guías en su trabajo diario, principalmente por falta de tiempo. Pero es un material muy útil en procesos formativos, en los que sí se dedica tiempo a reflexionar sobre las prácticas que llevamos a cabo y que vamos a poner en marcha en el futuro.

Como material didáctico, la guía puede ser muy importante para el trabajo con estudiantes, o al interno de los equipos y agrupaciones. Por otro lado, si se comparte también con organizaciones, asociaciones y ONG, sería muy positivo, más allá de compartir la guía, poder trabajarla con el grupo y reflexionar en conjunto, a partir de ella, sobre las prácticas de comunicación que se realizan.

En conclusión, ahora empieza una nueva etapa de este proceso sobre la que quizás todavía no se ha reflexionado, y es cómo hacer que la guía tenga repercusión. A quién la dirigimos y cómo lo hacemos. Generar nuevos espacios, encuentros, aprendizajes y oportunidades a partir de ella.

REFERENCIAS

Acosta, Gladys L.; Pinto, María C. y Tapias, César A. (eds.) (2016). *Diálogo de saberes en comunicación: colectivos y academia*. Colombia: Universidad de Medellín.

Anzaldúa, Gloria (2004). "Movimientos de rebeldía y las culturas que traicionan", en AA.VV. *Otras inapropiables. Feminismos desde las fronteras*. Madrid: Traficantes de Sueños. 71-80.

Ares, Pablo y Risler, Julia (2012). "Iconoclastas, laboratorio de comunicación y recursos contrahegemónicos: creación política, itinerancia y articulación social en el contexto latinoamericano", en Daza, M., Hoetmer, R. y Vargas, V. (eds.). *Crisis y movimientos sociales en Nuestra América: Cuerpos, territorios e imaginarios en disputa* (1st ed.). Lima, Perú: Programa Democracia y Transformación Global. 343-348.

Chavarría, Ingrid (2011). "Primer asalto: apuntes y materiales para una crítica de la comunicación capturada". *Espai en Blanc* [En Línea] "Tomar la palabra", disponible en: <http://espaienblanc.net/?cat=9&post=708> [Consultado el: 22/01/2023].

Curiel, Ochy (2015). "La descolonización desde una propuesta feminista crítica", en ACSUR-Las Segovias. *Descolonización y despatriarcalización de y desde los feminismos de Abya Yala*. 11-25.

Daza, M.; Hoetmer, R. y Vargas, V. (eds.) (2012). *Crisis y movimientos sociales en nuestra América: Cuerpos, territorios e imaginarios en disputa*. Lima, Perú: Programa Democracia y Transformación Global.

Erro Sala, Javier (2002). *Comunicación, Desarrollo y ONGD*. Bilbao: Instituto Hegoa.

Espinosa Miñoso, Yuderlys (2016). "De por qué es necesario un feminismo descolonial: diferenciación, dominación co-constitutiva de la modernidad occidental y el fin de la política de identidad". *Solar. Revista de Filosofía Iberoamericana*, 12 (1). 141-166.

Fundación Cepaim (2022). Mesa de diálogo "El compromiso de la comunicación contra el racismo y la xenofobia desde los medios hasta el arte", en las *IV Jornadas Desactivando el Racismo y la Xenofobia*. Participan en la mesa: Sara Babiker, Paloma Chen, Moha Gerehou, Asaari Bibang, El Chojin y Sandra Sánchez. Madrid. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=eoDj-ZrjgJk> [Consultado el: 20/01/2023].

Galindo, Maria (2015). "La revolución feminista se llama Despatriarcalización", en ACSUR-Las Segovias. *Descolonización y despatriarcalización de y desde los feminismos de Abya Yala*. 26-50.

____ (2021). *Feminismo Bastardo*. La Paz, Bolivia: Mujeres Creando.

Lorde, Audre (1979). "Las herramientas del amo nunca desmontarán la casa del amo" en Congreso del Segundo Sexo, 29 de septiembre de 1979, Nueva York. El texto se recoge en Lorde, Audre (2003). *La hermana, la extranjera*. Artículos y conferencias. Trad. María Corniero. Madrid: Horas y horas. 115-120. (Texto original: «The Master's Tools Will Never Dismantle the Master's House», en Audre Lorde, *Sister Outsider: Essays and Speeches*, 1984). Disponible en: <https://sentipensaresfem.wordpress.com/2016/12/03/haal/> [Consultado el: 05/02/2023].

Lumaltik Herriak (2023). *Declaración final de las jornadas "Comunicación feminista y antirracista para defender la vida y el territorio"*. Gasteiz.

Paredes, Julieta (2008). *Hilando fino. Desde el feminismo comunitario*. La Paz: Comunidad Mujeres Creando Comunidad.

Quijano, Aníbal (2007). "Colonialidad del poder y clasificación social", en Castro-Gómez, Santiago, y Grosfoguel, Ramón (comps.) (2007). *El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. Bogotá, D.C: Siglo del Hombre Editores, Universidad Central y Pontificia Universidad Javeriana. 93-126.

Rodríguez-Alarcón, Lucila y Velasco, Violeta (2021). *Narrativas migratorias del amor. De la solidaridad a la comunidad*. Fundación por Causa, investigación periodismo y migraciones.

Williams Crenshaw, Kimberlé (1991). "Cartografiando los márgenes: Interseccionalidad, políticas identitarias, y violencia contra las mujeres de color". Originalmente publicado como: Crenshaw, Kimberlé W. (1991). "Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color". *Stanford Law Review*, 43 (6), pp. 1.241-1.299. Traducido por: Raquel (Lucas) Platero y Javier Sáez.

ANEXO 1: Cuestionario

Persona entrevistada

Nombre (pronombre)

Autodescripción

Medio/colectivo/organización en la/el que trabaja

Territorio donde trabaja

Sobre la agrupación (medio/colectivo/organización)

¿Cuál es el objetivo principal del trabajo que se realiza?

¿Qué temas se trabajan?

¿Cómo? ¿De manera colectiva, individual? ¿Con o sin recursos económicos?

Sobre la comunicación feminista y antirracista en el ámbito de la Comunidad Autónoma Vasca

¿Cómo describirías tu enfoque de comunicación? ¿Qué aspectos son importantes para ti en términos de la comunicación feminista y antirracista?

¿Cómo ha evolucionado la comunicación feminista y antirracista en el ámbito de la Comunidad Autónoma Vasca en los últimos años? ¿Crees que ha habido algún cambio significativo?

¿Cuál ha sido tu experiencia en la implementación de estrategias de comunicación feminista y antirracista en tus proyectos y/o trabajo diario? ¿Puedes proporcionar algún ejemplo específico?

¿Qué desafíos has enfrentado en la implementación de una comunicación feminista y antirracista en el País Vasco?

¿Crees que la comunicación feminista y antirracista es accesible y comprensible para una audiencia general? ¿Cómo se puede mejorar la accesibilidad y la comprensión para diferentes públicos?

¿Cómo se puede contribuir, a través de la comunicación, a las luchas feministas y antirracistas?

¿Qué consejos darías a las organizaciones que buscan implementar una comunicación feminista y antirracista en sus proyectos o trabajos diarios?

¿Qué piensas sobre la relación entre arte y comunicación feminista y antirracista? ¿Crees que el arte puede ser una herramienta útil para la comunicación feminista y antirracista?

¿Cuál es tu opinión sobre la responsabilidad social de los medios de comunicación en la construcción de igualdad y justicia social? ¿Crees que los medios de comunicación tienen un papel importante?

¿Cuáles son algunas estrategias efectivas que has visto para aumentar la visibilidad de voces y perspectivas silenciadas en los medios de comunicación hegemónicos y en la comunicación en general?

¿Qué herramientas y recursos recomendarías para las organizaciones que buscan implementar una comunicación feminista y antirracista? ¿Cuáles son algunas de las mejores prácticas que has encontrado en tu trabajo en este ámbito?