

LECCIONES DEL BOOTCAMP GENERO EN FOCO

Herramientas y recomendaciones para
promover un periodismo feminista y diverso



RED de
PERIODISTAS
Venezolanas



Embajada Británica
Caracas



CHEVENING



FREE
PRESS
UNLIMITED



GUÍA DEL BOOTCAMP GÉNERO EN FOCO

Red de Periodistas Venezolanas

© 2023

Venezuela

Coordinación general

Estefanía Reyes

María Laura Chang

Curaduría y redacción

Maríana Souquett

Edición

Vanessa Moreno

María Laura Chang

Valeria Pedicini

Diseño y diagramación

Valeria Pedicini

Fotografías

Valeria Pedicini



[@redperiodistas_ve](https://www.instagram.com/redperiodistas_ve)



[@periodistas_ve](https://www.twitter.com/periodistas_ve)



reddeperiodistasvenezolanas@gmail.com

Con el apoyo de:



RED de
PERIODISTAS
VENEZOLANAS



Embajada Británica
Caracas



CHEVENING



FREE
PRESS
UNLIMITED

AGRADECIMIENTOS

Queremos expresar nuestra inmensa gratitud a la Embajada Británica en Caracas, que a través del Chevening Alumni Programme Fund (CAPF), nos apoyó para hacer realidad el **Bootcamp Género en Foco**. Desde nuestra fundación, en 2020, ha sido una de nuestros principales aliados, gracias a su continuo compromiso para contribuir a la libertad de prensa y a la igualdad de género en Venezuela.

Muchas gracias también a Free Press Unlimited, la Embajada del Reino de los Países Bajos, IPYS y la Universidad Metropolitana por sus contribuciones para potenciar esta iniciativa.

Reconocemos también el inmenso esfuerzo del equipo organizador de Género en Foco, integrado por Valeria Pedicini, Vanessa Moreno, Julett Pineda, María Laura Chang y Estefanía Reyes. Asimismo, aplaudimos el compromiso de las integrantes de la Red quienes, virtual y presencialmente, enriquecieron este espacio con sus conocimientos, apoyo y ávido entusiasmo.

De igual modo, gracias a las y les increíbles facilitadores y panelistas que nos acompañaron durante los tres días del evento. Fue un inmenso honor sumar sus experiencias y conocimientos a esta conversación que comenzó aquí pero que aún no termina. Seguimos aprendiendo, dialogando y desaprendiendo para construir **un periodismo más justo y feminista**.

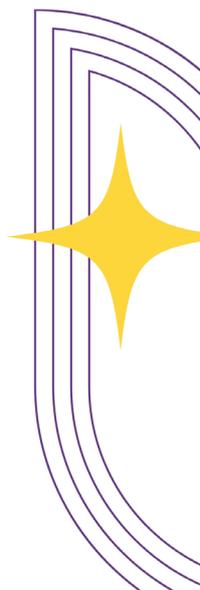


TABLA DE CONTENIDO

Juntas, por un periodismo más feminista	05
7 cualidades del periodismo feminista en Latam	06
No limitarse y diversificar ingresos: los desafíos de las periodistas que facturan	09
10 consejos de Estefanía Reyes para hacer periodismo feminista	11
¿Dónde están las mujeres?: usar los datos para encontrarlas y visibilizarlas	15
Luchas y crisis climática: la importancia de los pueblos indígenas y el periodismo	17
Hacer periodismo con mirada humana e interseccional	20
Más que sólo periodistas: cuidar la salud mental y no abandonar las pasiones	22
10 claves para pitchar un tema de género	24
7 claves para abordar la trata de personas desde el periodismo	26
Representar la violencia de género: 5 aprendizajes de El Surtidor	29
Periodismo y activismo: una sinergia respetuosa	31
Ponerse los lentes de género: mostrar el impacto diferenciado en mujeres y diversidades	33
Cómo mejorar la cobertura periodística sobre la población LGBTIQ+	35
Hacer un fotorreportaje con enfoque de género: los pasos de Andrea Hernández y Lety Tovar	37
Comunicar la lucha por los derechos sexuales y reproductivos: experiencias de Venezuela, Colombia y Argentina	39



Juntas, por un periodismo más feminista

La Red de Periodistas Venezolanas nació en junio de 2020 como respuesta al gran vacío que existía en el ecosistema periodístico venezolano en cuanto a espacios con perspectiva de género. En pocas semanas, la Red se convirtió en un refugio para decenas de mujeres periodistas y, desde entonces, ya somos más de 150 integrantes que hemos ido aprendiendo y desaprendiendo para trabajar bajo lógicas **sororas, amorosas y colaborativas**.

El **Bootcamp Género en Foco** es el fruto más reciente de nuestro trabajo en Red. Durante tres intensos y gratificantes días reunimos de forma presencial y virtual a destacadas periodistas, activistas y expertes de Venezuela y América Latina para detonar necesarias conversaciones sobre feminismo, fotografía, interseccionalidad, anti-racismo, derechos sexuales y reproductivos, luchas indígenas y ambientales, autocuidado, trata de personas, violencia de género y tantos otros temas claves en el contexto periodístico contemporáneo.

Hemos aprendido que el periodismo feminista implica cuestionarnos a nosotres periodistas y a nuestras prácticas, reconociendo que los medios de comunicación han sido históricamente una herramienta de opresión contra las mujeres, las personas LGBTQ+, las personas afro y racializadas, y muchos otros grupos discriminados. Estamos convencidas de que el periodismo feminista es necesario para subvertir el poder dentro de nuestra propia disciplina y para construir una **práctica periodística más justa e igualitaria en Venezuela**.

Hoy podemos decir con orgullo que la Red se ha convertido en un espacio fructífero para impulsar estas importantes reflexiones y, aunque aún queda mucho por delante para lograr que el feminismo y los derechos humanos permeen todas las salas de redacción de nuestro país, esperamos que esta **guía**, síntesis de las poderosas conversaciones y aprendizajes que nos dejó el Bootcamp Género en Foco, sirva como hoja de ruta para dar los primeros pasos.

SIEMPRE JUNTAS Y DE LA MANO

7 CUALIDADES DEL PERIODISMO FEMINISTA EN LATAM

Panel “Periodismo feminista y por qué”

¿Es posible hacer periodismo feminista en América Latina? Motivadas por la necesidad de contar con un espacio seguro para abordar temas urgentes —sin tener que justificar ante sus editores cada paso que daban—, periodistas de Colombia y El Salvador apostaron por abandonar los medios tradicionales y fundar sus propios medios: [Volcánicas](#) y [Alharaca](#). Desde allí, muestran a la región que sí se puede hacer periodismo con enfoque de género.

[Catalina Ruiz-Navarro](#), directora de Volcánicas, aún recuerda que quedó sin espacio para publicar una investigación sobre denuncias de acoso contra un cineasta colombiano, tras su salida de la revista Volcánica. Allí trabajó hasta la difusión de denuncias de acoso y abuso sexual en contra del director y dueño del medio guatemalteco al que pertenecía la revista.

Ruiz-Navarro y sus compañeras abrieron un blog, recibieron apoyo en el diseño de un logo, refundaron la revista y enfrentaron una demanda a raíz de esa publicación. También consiguieron fondos y ahora cuentan con un equipo editorial de mujeres feministas.

“Sentíamos que lo que estábamos haciendo no cabía en otros medios, no tenía lugar, e íbamos a estar sometidas a reglas y prácticas que no nos interesaban”, dijo Ruiz-Navarro en el panel “**Periodismo feminista y por qué**”, moderado por la periodista [María Laura Chang](#).

Alharaca, en El Salvador, fue fundada por cuatro mujeres que no querían continuar sus carreras en medios tradicionales y necesitaban un espacio propio, justo en un momento en el que los debates sobre la violencia de género ganaban popularidad en la región. Así lo relató **Laura Aguirre**, periodista, socióloga y directora del portal. Con sus propios ingresos, ella y sus compañeras decidieron crear su propio medio.

“SENTIAMOS QUE LO QUE ESTÁBAMOS HACIENDO NO CABÍA EN OTROS MEDIOS”

Catalina Ruiz-Navarro

¿Pero cómo se hace periodismo feminista? ¿Qué cualidades tiene el periodismo feminista? A diferencia del periodismo tradicional, **el periodismo feminista no quiere replicar prácticas machistas y explotadoras**, según Catalina Ruiz-Navarro.

Para las dos panelistas, no se trata solo de cubrir temas con perspectiva de género, sino que implica un cambio en la manera y las prácticas que imperan en el periodismo.

Entre ambas, destacaron las siguientes cualidades del periodismo feminista:

1 Es transparente

Para la directora de Volcánicas, a diferencia de algunos medios tradicionales, los medios que hacen periodismo feminista deben ser transparentes en sus agendas y motivaciones: el periodismo feminista defiende derechos humanos y busca generar cambios. **No busca la aprobación del periodismo tradicional.**

2 Tiene perspectiva de género permanente

Para Laura Aguirre, el periodismo feminista se diferencia del periodismo tradicional en que siempre va a tener incorporada la perspectiva de género. Esto significa que no va a contar con una sección dedicada a esta temática, sino que **su inclusión es transversal, permanente y sistemática** en todos los contenidos que se generan y en todas las discusiones que se tienen. Aplica valores de la ética feminista en su práctica diaria.

3 Busca la protección y la no revictimización

El periodismo feminista busca **proteger y no revictimizar**. Salvaguardar la integridad física, psicológica y emocional de quienes cuentan sus historias es primordial, pues considera que el valor está en la seguridad de sus informantes. Además, quienes hacen periodismo feminista no pueden volverse protagonistas de la historia que se quiere contar. Siempre se deben preguntar cómo narrar una historia causando el menor daño posible a las víctimas.

4 Es incluyente

Otra cualidad es que **nombra a todas las personas**, no deja grupos por fuera. El periodismo feminista es consciente de que tiene el poder de representar a aquellos de quienes se habla y aspira en algún momento poder trabajar en conjunto, crear contenidos entre periodistas y las personas de las que se habla. Combate el periodismo extractivista y aunque es empático con las fuentes, también traza límites.

5 Busca un espacio seguro

Un medio feminista debe constituir un espacio de trabajo seguro, que tome en cuenta la salud mental, que tenga **cero tolerancia con las violencias** y que construya una cultura de trabajo de autoempoderamiento.

6 Tiene jerarquías

Es importante que haya cargos definidos y que estos no se amolden únicamente a la medida de alguien. **Aunque sea un espacio feminista, no es totalmente horizontal:** debe tener procesos de trabajo, un organigrama y una estructura con democratización de los canales y procesos de comunicación. Busca reducir la desigualdad en los intercambios de conocimientos. No puede ser un club de amigas.

7 Está en constante evaluación y discusión

El periodismo feminista debe ser flexible y debe escuchar constantemente a su audiencia. Está **abierto a la crítica y al cambio** con referencia al movimiento feminista, ya que es un movimiento en permanente conversación. Se cuestiona desde dónde está contando.

NO LIMITARSE Y DIVERSIFICAR INGRESOS DESAFÍOS DE LAS PERIODISTAS QUE FACTURAN

Panel “Las periodistas facturan. Experiencias de medios independientes”

La presencia de mujeres al frente de los medios de comunicación y en roles de gestión con frecuencia implica una manera diferente de hacer periodismo. Sin embargo, hacerle frente a los retos de impulsar medios independientes en Venezuela y enfocarse en hacer buen periodismo no es suficiente para “facturar”, generar y obtener recursos financieros que permitan la subsistencia de un medio.

En esa afirmación coincidieron la periodista **Laura Helena Castillo**, fundadora de [El Bus TV](#), y **Carmen Riera**, directora de proyectos en [RunRun.es](#), consultora y coordinadora de Monitor de víctimas, durante el panel “**Las periodistas facturan. Experiencias de medios independientes**”, moderado por **Liza López**, fundadora de [Historias que laten](#).

Para Laura Helena Castillo, **las mujeres se identifican más como aliadas que como competidoras**, pues el hecho de acumular experiencias similares hace que haya una tendencia más natural a la alianza. Sin embargo, deben enfrentar múltiples desafíos a la hora de liderar proyectos, por lo cual deben tener una vocación de formación permanente.

Aprender de modelos de negocio, tablas dinámicas y manejo de datos son algunos de los retos que Castillo tuvo que enfrentar al crear El Bus TV. Es por ello que advierte que si alguien decide emprender, debe estar consciente de que sus prioridades van a cambiar.

“Requiere una formación constante porque el periodismo es un oficio que sufre cambios acelerados. Hay que entender el mundo y saber qué le vas a ofrecer”, expresó.

Para Castillo, quien trabajó durante 15 años en el medio El Nacional, es importante postular a proyectos que permitan mejorar, ser organizacionalmente más eficientes y contar con mejores procesos, que permitan tener una vida personal más tranquila o con más espacio para la familia. Según Carmen Riera, el principal desafío que enfrentan las mujeres que lideran en el área periodística en la región es hacer que su proyecto sea sustentable, ya que no solo se trata de hacer buen periodismo, sino también de **contar con un presupuesto y diversificar sus ingresos**.

Si en el pasado los medios tenían solo dos fuentes de ingresos (venta de publicidad al gobierno y al sector privado y la distribución del periódico), ahora hay que buscar donaciones, grants y subvenciones para, por lo menos, generar un capital semilla. Luego hay que pensar en otras fuentes de dinero, por lo cual es importante **conocer a la audiencia** para así crear contenidos que permitan monetizar, según la experta. Es posible tener anuncios, pero deben estar alineados con los propósitos y la ética del medio.

Trabajar únicamente a partir de donaciones o proyectos puede tener sus ventajas, pero también genera vulnerabilidad porque así se depende únicamente de un tercero, agregó Castillo. Por esto, recomendó ser más independiente y crear proyectos y productos que permitan tener ganancias, además de tener un panorama claro del mundo para monetizar y postularse.

El segundo desafío, de acuerdo con Riera, es **no tener miedo a ser líderes** y precisar qué le corresponde a cada quién: definir bien los roles y funciones de las personas que van a trabajar en ese medio y saber quién o quiénes van a tomar las decisiones, además de describir los procesos y tener un organigrama. Destaca que es posible convertirse en líder sin oprimir.

Definir un propósito es el tercer reto: esto debe dejarse plasmado, escrito. Es lo que hace único y especial al medio. Advierte que no siempre es necesario emprender en un medio, pero en caso de hacerlo, no se trata de una decisión definitiva: siempre se puede cambiar.

El último desafío, a juicio de Riera, es **luchar contra el síndrome del impostor y no autolimitarse**. Muchas veces, aunque las mujeres crearon su medio, son líderes de equipo y al mismo tiempo buscan financiamiento, dudan de sus capacidades y de lo que pueden lograr.

Para Laura Helena Castillo, la experiencia con El Bus TV le ha recordado que también es importante valorar lo cualitativo: conocer mejor y de manera más personal a la audiencia, porque el objetivo es ser de utilidad. “Ganar más dinero es relativo, pero **sí se puede facturar a partir de tus propios sueños**”, concluyó Castillo.



10 CONSEJOS DE ESTEFANÍA REYES PARA HACER PERIODISMO FEMINISTA

Taller “El periodismo será feminista o no será”

Pese a que los medios de comunicación se han debilitado en países como Venezuela, todavía constituyen un espacio de poder. Los medios siguen siendo un bastión político del patriarcado, pero también tienen el potencial de ser una herramienta para cambiar el sistema en favor de la democracia y la igualdad de género.

Así lo afirmó [Estefanía Reyes](#), periodista e investigadora en temas de género, y cofundadora de la Red de Periodistas Venezolanas, durante su taller “**El periodismo será feminista o no será**”. En el espacio, resaltó que el periodismo no debe subestimar su impacto en la vida de las personas; por ejemplo, puede contribuir en el establecimiento de lo que se considera normal o anormal en términos de sexualidad, género y religión.

Según Reyes, **el periodismo feminista no es neutral** porque implica un posicionamiento político frente a injusticias de género, injusticias raciales y de clase. Es un periodismo que persigue la justicia social y la diversidad, y que denuncia las discriminaciones de las mujeres y diferentes grupos marginados en el ejercicio de los derechos humanos.

**EL PERIODISMO
FEMINISTA
PERSIGUE
LA JUSTICIA
SOCIAL Y
LA DIVERSIDAD**

¿Pero existe una fórmula para hacer periodismo feminista? Para Reyes, aún no hay una receta clara que indique cuáles son las condiciones a cumplir para hacer periodismo feminista. Sin embargo, considera que lo importante es la disposición a aprender y desaprender y a **identificar qué periodismo no es feminista**: el periodismo no feminista es discriminador de voces y realidades, usa un lenguaje excluyente y perpetúa las relaciones desiguales.

“El periodismo feminista es el resultado de un largo camino transformador que abarca visibilizar realidades. **Implica una transformación** en la manera en la que nos relacionamos con nosotras mismas y con el resto de las personas”, expresó.

Aunque no existen reglas para hacer periodismo feminista, Reyes presentó qué cambios considera que debe implementar el periodismo para ser feminista:

PASO 1

Dar más espacio a las identidades marginadas en el discurso público. Es el primer paso para transformar el statu quo, ya que ser neutrales frente al statu quo solo mantiene las desigualdades.

PASO 2

Tener más personas feministas en los medios de comunicación, no solamente más mujeres; además de incluir a las mujeres como protagonistas y tema central de la noticia.

PASO 3

Generar modelos que erradiquen los estereotipos de género. Mostrar que las mujeres y personas sexodiversas pueden ser expertas en cualquier área.

PASO 4

Trabajar en el lenguaje para hacerlo inclusivo. Cuestionar el masculino genérico como la única forma de nombrar a todas las personas. Es necesario ser inclusivos con las personas que no se identifican con el sistema binario.

PASO 5

Evaluar qué especialistas se consultan para los trabajos y quiénes protagonizan las historias.

PASO 6

Dejar de ver a las fuentes como instrumentos para alcanzar un fin, como herramienta para hacer un trabajo con el que luego se puede ganar un premio. En contraparte, les ve como sujetos de derecho, como personas con derecho a la dignidad. Hay que tender puentes y darles el control de su propia narrativa cuando se trata de personas cuyas voces y posición en el mundo han estado marginadas.

Recomendó conectar a las fuentes con organizaciones que ofrezcan apoyo, en caso de necesitarlo, además de respetar sus tiempos y su privacidad. Es importante chequear cómo siguen y ver cómo ayudarlas.

PASO 7

No contar historias personales como si fueran individuales: hay que contar cómo esas historias se conectan con las estructuras y sistemas que sostienen las desigualdades. Contar cómo el sistema es cómplice y perpetuador.

PASO 8

Poner límites para el autocuidado.

PASO 9

Tener una mirada crítica para no reproducir discursos de odio, machismo o misoginia.

PASO 10

El periodismo feminista se construye desde la sensibilidad y el cuidado con posicionamientos éticos.

**“LA RELACIÓN QUE
CONSTRUIMOS CON
LAS FUENTES NO
PUEDE SEGUIR
FUNCIONANDO
BAJO LÓGICAS
PATRIARCALES
EXPLOTADORAS
QUE EXTRAEN
PERO NO DAN
NADA A CAMBIO”**

Estefanía Reyes

¿DÓNDE ESTÁN LAS MUJERES? USAR LOS DATOS PARA ENCONTRARLAS Y VISIBILIZARLAS

Taller “¿Dónde están las mujeres? Datos + (des)igualdad de género”

Los datos están atravesados por el poder y la distribución de ese poder es asimétrica. Es posible encontrar sesgos de género en distintas áreas de la vida: desde el diseño de mecanismos de seguridad en automóviles hasta el desarrollo de productos como pianos y teléfonos celulares. **¿Por qué hay menos información sobre temas que afectan a las mujeres?** Exponer las razones y hacer visibles a las mujeres también es una tarea del periodismo.

Cuando no hay datos, vemos qué es considerado como importante por nuestras sociedades y por nuestros Estados y qué no. Ubicar dónde están las mujeres y resaltar el impacto diferenciado en ellas es un deber de los y las periodistas, de acuerdo con [Julett Pineda](#), periodista venezolana especializada en datos e investigación.

Como ejemplos, destacó las iniciativas [Ciudad Feminista](#), un proyecto para mostrar cómo las mujeres viven la ciudad en comparación con los hombres en Chile, con el fin de impulsar ciudades más navegables y seguras, y [Yo te nombro](#), un mapa que recopila reportes de feminicidios en México para no olvidar a las mujeres frente a la ausencia de estadísticas oficiales.

“Construir una base de datos permite saber que no es un problema aislado, sino que es estructural”, señaló.

¿Cómo puede el periodismo visibilizar a las mujeres? Estas son algunas de las claves, según Julett Pineda, para utilizar los datos con el fin de lograr cambios:

1

Abrir los ojos y estar conscientes de dónde encontrar a las mujeres: ubicar impactos diferenciados.

2

Revisar las estructuras y examinar al poder. Ver quién recolecta los datos y quién decide no hacerlo. Entender las estructuras de desigualdad.

3

Ante la falta de datos, buscar redes. Averiguar qué se está haciendo y qué iniciativas están surgiendo.

4

Tomar acción. Si no hay datos, recolectarlos, documentar y hacer bases de datos propias para luego darle sentido a la data.

5

Saber que la data cualitativa y las experiencias también importan. Los datos no son solamente números. Experiencias personales también son datos que nos ayudan a contar historias.

6

Visibilizar y divulgar. Generar conversación como primer paso para cerrar las brechas y repensar el mundo a través de los datos.

LUCHAS Y CRISIS CLIMÁTICA

LA IMPORTANCIA DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS Y EL PERIODISMO

Panel “Luchas Indígenas y crisis climática”

Deforestación, irrespeto a las áreas protegidas, minería, presencia de grupos irregulares, fragmentación del territorio y pérdida de identidades culturales son algunos de los problemas que enfrentan los indígenas de la región. Aunque quieren resguardar sus territorios y sus derechos, no encuentran institucionalidad ni apoyo.

No es posible entender las sociedades al margen de la naturaleza. Las comunidades indígenas están conscientes de ello y por eso tienen una relación diferente con la naturaleza: la conciben como la madre que provee el agua, el aire y la tierra y conocen los procesos de los ecosistemas.

Proteger a los indígenas es proteger la Tierra. Muchas de las prácticas indígenas pueden contribuir a frenar la crisis climática. Así lo expusieron [Helena Carpio](#), periodista venezolana especializada en temas ambientales, y [María de los Ángeles Ramírez](#), periodista y cofundadora de la [Red de Periodistas de la Amazonía Venezolana](#) en el panel “**Luchas indígenas y crisis climática**”, moderado por la periodista Liliana Rivas.

Para las panelistas, valorar la cosmovisión de los pueblos indígenas y sus relaciones con la naturaleza permitiría al resto de la humanidad establecer relaciones más funcionales y sanas con su entorno. No obstante, **las voces indígenas no están siendo escuchadas**: aunque existe legislación para la protección de los pueblos originarios, esta no se cumple.

DESDE EL PERIODISMO, SEGÚN LAS EXPERTAS, ES POSIBLE DESTACAR CÓMO LOS GOBIERNOS Y DIRIGENTES DE GRUPOS DE PODER NO INCLUYEN EL TEMA AMBIENTAL EN LA AGENDA POLÍTICA, MIENTRAS SE PROMUEVE LA MINERÍA Y NO SE FRENA LA DEFORESTACIÓN.

Un deber del periodismo es resaltar cuán importante es esta población para la sociedad y cómo aquello que ocurre en sus comunidades puede tener consecuencias climáticas a kilómetros de distancia, pues el planeta es un sistema interconectado.

“El tema del cambio climático es que no es un problema aislado, todos los problemas que ya existían, te los agrava”, apuntó Carpio.

Desde el periodismo, según las expertas, es posible destacar cómo los gobiernos y dirigentes de grupos de poder no incluyen el tema ambiental en la agenda política, mientras se promueve la minería y no se frena la deforestación. Pero la problemática no se debe únicamente a políticas ambientales, sino también a políticas económicas, por lo cual es posible hacer un abordaje periodístico desde distintos ángulos.

¿Cómo hacer cobertura de los temas indígenas y ambientales? Ambas periodistas, con amplia experiencia en Venezuela, compartieron algunas claves para su aproximación:

- 1** Ver a las comunidades indígenas como iguales y no como seres apartados. “Hay que entrar con tiempo y sin prejuicios porque es muy complejo. Si vamos rápido no vamos a entender”, expresó Ramírez.
- 2** Entender las problemáticas desde la geopolítica.
- 3** Invertir tiempo, dinero y esfuerzo en cubrir los territorios indígenas, ya que son zonas distantes, cuyo acceso es difícil o costoso. No dejar las entrevistas para última hora, pues sus tiempos son diferentes.
- 4** Tener sensibilidad e ir a las comunidades sin prejuicios. Los indígenas realmente quieren participar y ser escuchados, por lo cual es importante tratar de comprender lo que ocurre en su contexto, como por ejemplo, cómo algunas comunidades quieren proteger los bosques pero para sobrevivir entran en prácticas como la minería.
- 5** Tener estrategias de seguridad a la hora de hacer el trabajo de campo: utilizar aplicaciones de geolocalización, envío constante de mensajes de texto. Hacer alianzas con organizaciones en el terreno.
- 6** Explorar nuevas formas de presentar los temas: evaluar distintos formatos al mismo tiempo y abordar el periodismo como si fuera un producto. Pensar desde el inicio en que la pieza final debe estar diseñada para la audiencia que la va a consumir: si se va a ver en teléfono o computadora. Desmenuzar incluso para versiones fuera de línea.
- 7** Aprovechar la viralidad de un video o de una noticia como una oportunidad para profundizar y complejizar las conversaciones. Explicar por qué ciertas prácticas representan un problema y encontrar maneras de hacer que crezca el interés en el tema.



HACER PERIODISMO CON MIRADA HUMANA E INTERSECCIONAL

Panel “Otras intersecciones del periodismo feminista”

¿Cómo incorporar miradas más amplias y diversas en el periodismo feminista? [Génesis Anangón](#), mujer negra, periodista y militante antirracista (Ecuador) y [Geo González](#), reportero con foco en derechos humanos, personas LGBTI+ y disidencias (México), abordaron la interseccionalidad y la inclusión en el panel “**Otras intersecciones del periodismo feminista**”, moderado por la periodista [María Jesús Vallejo](#).

La interseccionalidad es una categoría que nació para explicar las múltiples opresiones contra las mujeres negras: no era lo mismo ser mujer que ser mujer negra o una mujer racializada de escasos recursos o lesbiana, explicó Anangón.

Con el paso del tiempo, esta mirada interseccional comenzó a utilizarse para explicar la interacción o entrecruzamiento de la raza, el género, la orientación sexual y la clase como distintas formas de opresión, que no se excluyen entre sí.

En su experiencia como mujer negra y periodista en Ecuador, Anangón **no encontraba representaciones negras en las historias periodísticas** más allá de mujeres en situaciones vulnerables y nunca como referentes, por lo que decidió darle la vuelta a los estigmas y a la lógica del salvacionismo blanco.

Según Anangón, los medios tienden a contar historias de violencia, pero las vidas de las mujeres racializadas y personas LGBTI+ van más allá, por lo que llamó a compartir sus voces en otras áreas, hablar con otras y dignificar las historias. En su opinión, es labor del periodismo no seguir reproduciendo lo hegemónico.

Para Geo González, hacer periodismo con enfoque de género e interseccionalidad es tratar de encarar las historias desde la dignidad y los derechos humanos. A su juicio, es necesario aceptar que el periodismo no es objetivo, que debe ser **antipatriarcal y antirracista**, y por ello debe haber deconstrucción, debates y conversaciones incómodas. El fin es no deshumanizar a las personas.

De acuerdo con González, el periodismo debe **repensar qué espacios da a los discursos de odio**, pues puede ser constructor o alentador de discursos de odio si no nombra correctamente, si desinforma o si no tiene claridad sobre la identidad de género. Es por esto que la formación es necesaria.

También es importante cuidar a las fuentes, contar la diversidad dentro de la diversidad y hablar del goce de las personas racializadas y personas LGBTI+: contar historias de fortaleza, de disfrute de la vida y de amor

rompe con las narrativas hegemónicas que solo cuentan historias de violencia, según González.

Pero estas historias de violencia tampoco deben ocultarse o dejarse de lado, pues no se tratan de hechos aislados.

“No toda nuestra vida es triste y violenta. Hay una desigualdad histórica pero

seguimos existiendo y peleando por lugares más justos”, añadió Anangónó.

Una persona LGBTIQ+ no solo puede contar sobre ser LGBTIQ+ o sobre la violencia que ha sufrido, sino que también puede incorporarse como una voz experta.

Es importante pensar cómo pueden aportar desde otro lugar que no sea el dolor.

**LOS MEDIOS TIENDEN
A CONTAR HISTORIAS
DE VIOLENCIA, PERO
LAS VIDAS DE LAS
MUJERES RACIALIZADAS
Y PERSONAS LGBTIQ+
VAN MÁS ALLA**

MÁS QUE SÓLO PERIODISTAS: CUIDAR LA SALUD MENTAL Y NO ABANDONAR LAS PASIONES

Taller “Primero nosotras, la noticia después. Autocuidado y salud mental”

¿Cuántos periodistas se dejan llevar por su trabajo hasta que los límites entre quiénes son y qué hacen para ganar dinero se vuelven difusos? ¿Cuántos se obsesionan con ser relevantes y se mantienen en trabajos que realmente no les gustan?

Esa fue la experiencia de **Francis Peña**, periodista venezolana y directora creativa del . Había dejado de lado sus pasiones por dedicarse solo a intentar ser la mejor en su trabajo.

“Yo de alguna manera comencé a perder mi identidad. Mi identidad era lo que yo hacía y qué tan valioso era el trabajo que estaba haciendo a partir de qué tan buena era la fuente”, contó en su taller llamado **Primero nosotras, la noticia después. Autocuidado y salud mental**.

Todo cambió con la enfermedad de su sobrino, que representó el punto de inflexión que dio un vuelco a sus prioridades y a su vida. Pero según ella, no necesariamente tiene que venir un golpe externo para que, como periodistas, vivamos un bajón emocional o un momento de quiebre.

Prender la luz, **vernos más allá de la etiqueta de periodistas**, reconectar con las cosas que nos gustan y volver a construirnos son algunas de sus recomendaciones.

Renunciar a lo que nos hace daño, cortar con las dinámicas tóxicas que como periodistas podemos mantener con nosotros mismos, aprender a decir que no, buscar ayuda cuando sea necesario, **entender que el éxito es cambiante** y permitirnos ser normales en un mundo marcado por las redes sociales son otros de sus consejos.

En su caso, tras dejar su trabajo en Londres, Peña volvió a Venezuela, trabajó en otras áreas para generar ingresos para su familia, creó un newsletter sobre salud mental y retomó su pasión por la moda.

“Me tomé un break y volví. Nadie me ha preguntado qué pasó el año en el que no publiqué”, dijo tras destacar que el hecho de dejar de hacer periodismo durante un tiempo o salir de un trabajo no quita los méritos ni la experiencia, ni hace a las personas menos periodistas.

BUSCAR AYUDA CUANDO SEA NECESARIO



**“YO DE ALGUNA
MANERA COMENCÉ A
PERDER MI IDENTIDAD”**

Francis Peña

10 CLAVES PARA PITCHAR UN TEMA DE GÉNERO

Taller “Cómo pitchar un tema de género”

En los medios de comunicación, las mujeres y mujeres trans suelen estar poco representadas o mal representadas: aparecen más como víctimas en comparación con los hombres. Pocas veces son incluidas como voceras. Aunque es más común que las periodistas incluyan expertas en sus trabajos, no es requisito ser mujer para hacer periodismo con enfoque de género.

Sin embargo, una vez que decidimos empezar a buscar esas historias y ajustar los enfoques, editores o editoras de los medios tradicionales tienden a reaccionar negativamente y a negar la posibilidad de publicarlos. Asimismo ocurre a periodistas freelance que lidian con constantes oportunidades de vender historias. La respuesta a los “no” es venderlos de manera inteligente.

Cualquier historia puede tener un enfoque de género, de acuerdo con [Eulimar Núñez](#), periodista venezolana y editora en Telemundo. Lo importante es que cuente con todos los elementos de una historia periodística. ¿Pero cómo lograr vender una propuesta o proyecto? ¿Cómo pitchar un tema de género? Para Núñez, es importante tener en cuenta estas claves:

1 Estructurar el pitch dependiendo de a quién lo queremos vender. Investigar qué temas publica el medio y qué se ha trabajado ahí antes sobre nuestro tema. Aunque vendamos algo que inicialmente no pareciera tener enfoque de género, como periodistas podemos encargarnos de incorporarlo a la hora de entregarlo. Todo dependerá del editor o editora.

2 Tener una visión amplia al momento de pensar en los temas. Considerar temas que estimulen la rendición de cuentas de los grupos de poder que suelen sostenerlo a costa de las desigualdades sistémicas.

3

Demostrar que hemos investigado, tener una hipótesis mínima y dejar claro por qué importa contar esa historia ahora y por qué a la audiencia le va a interesar.

4

La propuesta debe tener novedad, acceso y relevancia. Hay que aclarar si se tiene un testimonio de importancia, si se sabe si las fuentes van a hablar, si se puede ir a hacer el trabajo y por qué es importante.

5

Entemas de violencia, indagar en el acto en sí mismo e ir más allá: incluir perspectivas más amplias de justicia y qué se espera de las comunidades, cuidando siempre de no revictimizar.

6

Humanizar al sujeto y mostrarlo de una forma más amplia o panorámica. Demostrar por qué no podemos normalizar ciertas cosas..

7

Enfocarse en casos específicos que permitan contar una realidad más amplia. Si ese sujeto puede ser una mujer o persona de una comunidad vulnerable, mejor.

8

Ser conciso pero sustancioso. Incluir detalles suficientes que expliquen el ángulo concreto que estamos mencionando.

9

No revelar todo en un pitch. Escoger lo necesario para presentar la propuesta.

10

Aprovechar las coyunturas: hay momentos en los que temas de género parecieran ser más relevantes para las audiencias.

7 CLAVES PARA ABORDAR LA TRATA DE PERSONAS DESDE EL PERIODISMO

Taller “¿Cómo abordar la trata de personas desde el periodismo?”

La trata de personas no es cualquier delito: es el tercero más lucrativo del mundo. En tiempos actuales avanza de manera acelerada, transformándose, adaptándose a las tecnologías y afectando de forma diferenciada a mujeres, niñas y personas trans.

Para **Estefanía Mendoza**, activista y coordinadora de la organización [Mulier Venezuela](#), los medios de comunicación son cruciales para moldear la percepción sobre la trata de personas. Por ello, se necesitan mensajes más claros para que no se asocie únicamente con imágenes de personas amarradas o encadenadas, pues existen diversas formas de trata.

Según su taller “**¿Cómo abordar la trata de personas desde el periodismo?**”, el primer paso es saber en qué consiste: es la captación, el transporte, el traslado, la acogida o la recepción de personas, recurriendo a la amenaza o al uso de la fuerza u otras formas de coacción como el rapto, fraude, engaño, abuso de poder o de una situación de vulnerabilidad con fines de explotación. **No debe usarse el término “trata de blancas”.**

De acuerdo con Mendoza, también es importante conocer que la trata de personas puede ocurrir entre países o en un mismo país: puede ser interna o externa.

¿Pero qué formas de trata de personas existen? La especialista destaca el tráfico de órganos, la venta de bebés (no debe usarse el término “adopción ilegal”), la mendicidad forzada, los matrimonios forzados, el tráfico para actividad criminal forzada, formas mixtas de explotación, tráfico para explotación sexual y tráfico para trabajo forzado.

En la trata, las personas son vistas como cosas para explotar.

Como periodistas, otra tarea es **entender los factores de vulnerabilidad** que hacen que más mujeres y niñas sean víctimas de trata de personas, como la pobreza de oportunidades, la violencia estructural, educación limitada, necesidad económica, estatus migratorio o tener familias disfuncionales.

Estos factores se exacerban con situaciones de conflicto, cambio climático, crisis o guerras e incluso pueden generar que más mujeres sean partes activas del delito.

“Hay una dinámica de aprovechamiento de la vulnerabilidad que genera paraísos de violencia contra las mujeres”, explica Mendoza y agrega que mujeres y niñas sufren tres veces más violencia en situaciones de trata.

Diferenciar entre trata de personas y trato ilícito de migrantes también es fundamental: en la trata, las personas son movilizadas con fines de explotación, mientras que el tráfico ilícito de migrantes solo se encarga de pasar a las personas de un sitio a otro.

Otro elemento esencial al momento de cubrir la trata de personas es entender que no existe el consentimiento en el caso de niños, niñas y adolescentes: no pueden consentir ni entender las consecuencias, por lo cual se debe usar el término “explotación sexual” y nunca “prostitución infantil”.

¿Cómo abordar la trata de personas con un enfoque de derechos humanos? Estefanía Mendoza recomienda:

- 1** Considera el estado de salud mental de las víctimas y qué efectos puede tener en su bienestar el dar a conocer sus historias. Consigue una autorización consciente.
- 2** Ten presente las consideraciones de seguridad pertinentes: protege el anonimato, conoce el tema y evalúa los riesgos. Ten en cuenta que hablar sobre trata de personas también significa exponerse como periodista.
- 3** Evita el sensacionalismo y los estereotipos.
- 4** Presenta todo el panorama sobre la trata de personas. Visibiliza los factores de riesgo. Ve más allá de la víctima, cubre la responsabilidad del tratante, el usuario y el Estado
- 5** Aborda la trata como una problemática social: tiene unas causas y consecuencias que se deben evidenciar.
- 6** Presenta recursos para facilitar la denuncia y obtener ayuda.
- 7** Al momento de presentar la historia es necesario preguntarse qué aporta cierto hecho, testimonio o detalle muy específico. También es necesario preguntarse: ¿Tiene interés periodístico? ¿Responsabiliza a las víctimas o justifica a los explotadores? ¿La historia pone en riesgo a la víctima, su entorno, denunciantes o testigos? ¿Puede facilitar su identificación?



REPRESENTAR LA VIOLENCIA DE GÉNERO CINCO APRENDIZAJES DE EL SURTIDOR

Taller “Representación gráfica de la violencia de género”

¿Cómo se representa gráficamente la violencia de género? Al hacer una simple búsqueda en internet, encontramos sangre, revictimización, ojos llorosos y mujeres en un primer plano entre las imágenes más comunes.

Hallar formas de representar estos casos y **contar historias sin revictimizar** ni revivir cargas traumáticas es uno de los intereses permanentes en el medio paraguayo de periodismo ilustrado [El Surtidor](#).

Narrar con belleza, precisión y dignidad, mezclando ilustración, diseño y periodismo, es el norte de quienes trabajan en El Surtidor, contó **Jazmín Troche**, su editora visual, en el taller “**Representación gráfica de la violencia de género**”.

“Frente a cada imagen debemos preguntarnos cómo nos mira, cómo nos piensa y cómo nos toca a la vez”, destacó la tallerista tras no olvidar que quienes están en los medios son personas responsables de comunicar y crear información significativa.

Para Troche ha sido importante **aceptar y aprender de los errores y contradicciones** que ha implicado contar visualmente distintas realidades.

En total, la editora enumera cinco aprendizajes que los medios de comunicación pueden tomar en cuenta a la hora de representar la violencia de género:

**NARRAR CON
BELLEZA,
PRECISIÓN Y
DIGNIDAD**

1

Proteger a las víctimas y deshonrar a los villanos

Tendemos retratar solo a las víctimas, pero también **podemos retratar a los villanos**. Recordar que las víctimas son personas narrando situaciones difíciles, por lo cual es necesario darles dignidad visualmente.

2

Tener en cuenta las protagonistas y el entorno

Si es necesario representar a las víctimas, pueden ponerse en segundo plano, para no revictimizarlas, y poner en contraposición al villano. A veces es necesario representar a las víctimas para que las audiencias se sitúen en el entorno de los hechos, pero debe hacerse de **manera respetuosa y no invasiva**. Es posible dignificar a las víctimas al usar colores que no sean agresivos.

3

Usar la Ilustración conceptual

Buscar referencias de **poses, sensaciones y conceptos** para poder realizar las ilustraciones. Tener referencias visuales, usar como recursos las siluetas y la sutileza.

4

La escala importa

Dependiendo de lo que vamos a representar y queremos transmitir, la escala puede servir para **explicar la influencia o el poder** que tienen algunos sobre otros, quiénes son los malos. Es posible representar de manera visual la diferencia en la escala de poder.

5

La realidad supera

Hay casos que deben **ser narrados como sucedieron**. Tratar de usar colores no amarillistas, pero si el hecho es fuerte, está permitido usar esos colores.

PERIODISMO Y ACTIVISMO UNA SINERGIA RESPETUOSA

Panel “Periodismo y activismo, ¿por qué van de la mano?”

¿Cómo se nutren el periodismo y el activismo? Ese fue el tema de discusión en el panel **Periodismo y activismo, ¿por qué de la mano?**, en el que representantes y activistas de distintas organizaciones compartieron qué han aprendido en sus intercambios con los medios de comunicación y cómo se retroalimentan en sus funciones diarias. La periodista [Misle González](#) moderó la charla.

Para [María Fernanda Montilla](#), comunicadora y representante de la [red de mujeres de Amnistía Internacional](#) en Venezuela, las organizaciones no gubernamentales pueden conectar a periodistas con voceros y víctimas. Pero la labor de las organizaciones también debería ir **más allá de solo convocar a periodistas**, sino también brindar capacitación en materia de derechos humanos.

En eso coincide **Luis Serrano**, coordinador de [RedesAyuda](#), organización no gubernamental que se ha dedicado a formar a periodistas en materia de libertad de expresión y seguridad digital.

Sin embargo, la relación entre los medios de

comunicación y las organizaciones no puede ser de amistad: debe ser **una relación de respeto**.

Si hay un aspecto que pueden mejorar los y las periodistas en contextos difíciles es pensar con anticipación cómo su trabajo puede exponer a las fuentes y a las víctimas a mayores riesgos.

“No todo es primicia y batacazo. Hay algo más allá que es proteger a las personas”, dice [Victoria Capriles](#), directora ejecutiva del Centro de Derechos Humanos de la Universidad Metropolitana ([CDH-Unimet](#)).

En su opinión, no todo es grabable y no siempre se puede exponer a la gente.

Las periodistas presentes en la sala expresaron sus recomendaciones y debatieron sobre la necesidad de pensar en cómo **construir un discurso que sume sin perjudicar a las fuentes**.

Desde el lado de las organizaciones, resaltaron la necesidad de tener equipos comunicacionales y manuales de buenas prácticas entre periodismo y activismo.

“NO TODO ES PRIMICIA Y BATACAZO”

Victoria Capriles



PONERSE LOS LENTES DE GÉNERO MOSTRAR EL IMPACTO DIFERENCIADO EN MUJERES Y DIVERSIDADES

Panel “Cómo afecta la emergencia humanitaria compleja a las mujeres y diversidades”

La crisis humanitaria y el colapso de servicios públicos como el transporte afectan de manera diferenciada a las mujeres. **¿Cómo evidenciar ese impacto?** Ese fue el tema de conversación en el panel “Cómo afecta la emergencia humanitaria compleja a las mujeres y diversidades”, moderado por la periodista [Gregoria Díaz](#).

Desde la organización no gubernamental [Resonalia](#) se propusieron mostrar ese impacto al poner la lupa en la movilidad.

En su día a día y para el mantenimiento de la vida, las mujeres hacen múltiples viajes: van a las farmacias, al mercado o a los colegios. Hacen más viajes que los hombres. Pero la situación de emergencia de la movilidad cotidiana representa dificultades y genera pobreza de tiempo en las mujeres, explica **María Luisa Campos**, coordinadora general de Resonalia.





“Esos movimientos que hacemos están asociados a que nosotras no podamos acceder a empleo y otras formas de educación y prosperidad económica, porque tendemos a quedarnos en un sistema bastante cerrado de lugares donde podemos y necesitamos ir por nuestras labores de cuidado”, dice.

Las mujeres invierten mucho tiempo en su movilización, y ese tiempo aumenta cuando son adultas mayores y cuando utilizan el transporte público.

En su experiencia, Campos asegura que mirar los problemas con mirada de derechos humanos hace notorio cómo todos los derechos necesitan de la movilidad para poder acceder a ellos.

Si a esa mirada además se le suma la perspectiva de género, es posible encontrar que generalmente **no hay un enfoque de género en el levantamiento de datos**, lo que dificulta la posibilidad de generar soluciones pensadas para las mujeres y las personas con mayor vulnerabilidad.

Para **Natasha Saturno**, abogada defensora de Derechos Humanos en la organización no gubernamental **Acción Solidaria**, es necesario ponerse los lentes del foco de género en las actividades diarias. En su caso, intenta hacerlo al evaluar el acceso a la salud.

A partir de los datos levantados por su organización, identificaron que hay niños, niñas y adolescentes entre los 0 y los 14 años con VIH porque las embarazadas no tuvieron acceso a controles prenatales, pruebas o medicinas para impedir la transmisión vertical.

Según Saturno, existe mayor vulnerabilidad debido a las grandes brechas que existen entre hombres y mujeres. Al recopilar información, es necesario cuestionarse constantemente e incluir asesoras y asesores de género en las organizaciones.

“No es solamente desagregar hombre y mujer y ya, vamos a ver más allá en las afectaciones que tienen las mujeres y cómo podemos generar una respuesta más adecuada a esas necesidades”, recomienda.

CÓMO MEJORAR LA COBERTURA PERIODÍSTICA SOBRE LA POBLACIÓN LGBTIQ+

Panel 3 “Activismo LGBTIQ+ para todes”

¿Qué espacios son ocupados por la población LGBTIQ+ en los medios de comunicación? ¿Cómo es representada? **Los medios de comunicación pueden ser aliados** en la promoción de los derechos de la población LGBTIQ+: defender sus derechos es defender los derechos de todos los humanos.

Así lo afirmaron [Richelle Briceño](#), abogada, activista y educadora, y [Yendri Velásquez](#), activista del [Observatorio de Violencias LGBTIQ+](#) en el panel “**Activismo LGBTIQ+ para todes**”, moderado por la periodista [Ariadna García](#).

Mejorar la cobertura periodística sobre la diversidad es **una tarea permanente** mientras no haya igualdad de derechos. Briceño y Velásquez disertaron sobre recomendaciones para periodistas, y estas fueron algunas de sus conclusiones:

- 1** Aún es crítico el abordaje de los sucesos: no quedarse solo con el reporte policial en casos de violencia contra personas LGBTIQ+. Evitar el amarillismo.
- 2** Consultar otros entornos para no revictimizar en casos de crímenes de odio.
- 3** Deconstruir prejuicios.
- 4** Documentar crímenes de odio.

5 Mostrar los estigmas que enfrenta la población trans y cómo se les expone al negárseles el cambio de nombre y el derecho a su identidad.

6 No centrarse solo en la capital del país. Ver cómo las personas de las regiones viven la crisis de manera diferenciada.

7 Aunque es necesario evidenciar el goce, en contextos de crisis no hay tanto disfrute como en otros países, por lo que todavía es necesario hacer abordaje de las violencias que sufren la población LGBTIQ+. Dar miradas diferentes a la violencia.

8 Destacar el silencio o la inacción del Estado.

9 ¿Nos estamos hablando solo a nosotros mismos, entre activistas y periodistas? Buscar conectar con otras voces y tener más alcance. Salir a hablar con quienes no están informados y con quienes tienen posiciones contrarias.

10 Destacar que la información sobre diversidad sexual y la perspectiva de género debe incluirse en la formación desde los colegios y liceos, al tiempo que se combate con la idea de la existencia de una “ideología de género”. La población LGBTIQ existe, no son ideas, son personas.

11 Poner en el centro lo que la persona quiere. Ofrecer anonimato y que las personas puedan contar sus historias en sus propios términos.

FOTORREPORTAJE CON ENFOQUE DE GÉNERO

LOS PASOS DE ANDREA HERNÁNDEZ Y LETY TOVAR

Taller “Cómo producir un fotorreportaje con enfoque de género”

¿Cómo acercar a las audiencias a temas con enfoque de género? [Andrea Hernández Briceño](#), fotógrafa venezolana y exploradora de National Geographic, pensó en la fotografía como una vía para aproximarse al tema del aborto en Venezuela, país en el que todavía es ilegal.

Sumó a su propuesta a la activista [Lety Tovar](#) y, juntas, buscaron apoyo de organizaciones y emprendieron un proyecto para encontrar a mujeres que tenían planes de abortar y a sus acompañantes: querían **retratar cómo es abortar** cuando el contexto obliga a hacerlo de manera clandestina y así evidenciar las desigualdades.

Fotos de plantas abortivas, fotos conceptuales de las acompañantes y fotos del día del aborto forman parte de su proyecto, que aún no ha sido publicado y que busca ser más amplio. Pero para llegar hasta ese punto, tuvieron que hacer múltiples tareas y ganar numerosos aprendizajes, los cuales expusieron en el taller “**Cómo producir un fotorreportaje con enfoque de género**”.

Ofrecer seguridad y transparencia fue uno de los primeros pasos. Diseñaron un plan de seguridad y compartieron a las posibles protagonistas detalles sobre quiénes eran, qué querían hacer, cómo se financiaban, dónde se podría publicar, cómo las podrían contactar.

También brindaron opciones de seguridad y **tejieron redes de confianza**. Garantizaron el anonimato y mostraron interés genuino en cuidar a las protagonistas, a quienes les dieron el poder de decidir cómo querían que fueran los contactos iniciales (por notas de voz, en persona, a través de terceros).

En sus palabras, se hicieron lo más disponibles posible para generar confianza. De igual forma, diseñaron estrategias para su propia seguridad al momento de acompañar el proceso y realizar las fotografías.

Hernández y Tovar hicieron labores de reproducción del trabajo: investigaron qué utilizan las personas para abortar, recopilaron testimonios y compraron plantas abortivas para fotografiarlas inspiradas en ilustraciones botánicas.

Hablaron con las acompañantes y las mujeres, y las fotografiaron de la manera en que se sintieran más cómodas, sin exponerlas. Participaron al acompañar, no solo al tomar las fotos. Siempre permitieron a las protagonistas decidir cuándo sí querían ser fotografiadas y cuándo no, sin importar en qué etapa del proceso estaban.

En el desarrollo de su trabajo encontraron miedo y desafíos, pero destacan que aprendieron **la importancia de la sororidad**, de unir esfuerzos y de resignificar temas de género, que no siempre son visibilizados.



COMUNICAR LA LUCHA POR LOS DERECHOS SEXUALES Y REPRODUCTIVOS EXPERIENCIAS DE VENEZUELA, COLOMBIA Y ARGENTINA

Panel “Lucha por los derechos sexuales y reproductivos en Latinoamérica”

Si hay algo que une a las feministas de Latinoamérica es la **lucha por los derechos sexuales y reproductivos**. Plantear la importancia del derecho a decidir y la necesidad de entender el aborto como un derecho humano asociado a la salud motiva a las activistas de Venezuela, Colombia y Argentina.

Venezuela es uno de los países con más restricciones en la ejecución de los derechos sexuales y reproductivos. Informar mejor sobre el contexto legal y la ausencia de cambios en el Código Penal, además de desmontar mitos en torno al aborto y a su despenalización, son tareas pendientes entre los movimientos feministas y los medios de comunicación a juicio de [Laura Cano](#), vocera e impulsora de la [Ruta Verde](#) en Venezuela.

Para la activista, quien participó en el panel **Lucha por los derechos sexuales y reproductivos en Latinoamérica**, moderado

por [Mariel Lozada](#), otros de los desafíos en Venezuela son la **construcción de discursos para acercarse a públicos más jóvenes**, el trabajo en conjunto entre organizaciones y medios de comunicación y la articulación con el sector médico y educativo.

En países como Colombia y Argentina, la lucha por los derechos sexuales y reproductivos está en una etapa más avanzada que Venezuela, pues allí ya es posible interrumpir voluntariamente un embarazo, aunque la implementación de las leyes es lenta y aún persisten barreras.

A propósito de los primeros avances, [Cristina Rosero](#), abogada, activista y representante de [Causa Justa](#) (Colombia) y [Majo Corvalán](#), periodista y activista de la Campaña nacional por el derecho al aborto legal, seguro y gratuito (Argentina) compartieron sus principales aprendizajes de las campañas para exigir derechos sexuales y reproductivos en sus países:

ENTENDER EL ABORTO COMO UN DERECHO HUMANO

1

Elaborar mensajes pensados en función del público destino. Tener perfiles variados, personas que no sean necesariamente del movimiento feminista: que se muestre que no es solo un pequeño grupo de personas promoviendo los derechos sexuales y reproductivos.

2

Hacer infografías sencillas para que el público general pueda enterarse fácilmente. Hacer énfasis en las ideas con mayor fuerza.

3

Cuestionarse si hay que hablarle solo al Estado. Para las activistas, también es necesario hacer seguimiento a las agendas regionales suscritas por los países y hacer incidencia en las instancias internacionales.

4

Adaptar información para las personas con discapacidad y migrantes que no hablan el idioma nativo de los países.

5

Reducir el estigma sobre la educación sexual integral.

6

Contrastar versiones: qué dicen las autoridades y qué pasa en realidad o qué representan las cifras presentadas por voceros oficiales.

7

Preguntarse en qué espacios y para qué se pueden dar discusiones sobre los derechos sexuales y reproductivos. ¿Para qué hablar con el contrario?

8

Trabajar de forma colaborativa.

9

Involucrar a las universidades en el debate: en Argentina hay más de 20 cátedras que abordan el derecho al aborto.



RED *de*
PERIODISTAS
VENEZOLANAS



Embajada Británica
Caracas



CHEVENING



FREE
PRESS
UNLIMITED