

El comercio internacional en la agenda de las mujeres

**La incidencia política en los acuerdos
comerciales de América Latina**

Norma Sanchís
Verónica Baracat
María Cristina Jiménez



© Red Internacional de Género y Comercio
Migueletes 1946 (1428) Buenos Aires, Argentina
nsanchis@fibertel.com.ar
enlace@generoycomercio.org
www.generoycomercio.org

Edición Argentina
Mayo 2004

Diseño: Cutral

Impreso en Argentina por **CaRol-Go SA**
A. M. de Justo 1930 5° | (C1107AFN) | Buenos Aires | Argentina
Telefax: (54-11) 4307-2436/2595/2455
e-mail: carolgo@carolgo.com.ar

Índice

1. Introducción	5
¿Qué pasa con la incidencia en relación al comercio internacional?	6
2. La perspectiva de género en los procesos de negociación comercial	8
Los acuerdos regionales desde la perspectiva de género	8
¿Cómo incorporar el análisis de los impactos de género de los acuerdos comerciales?	9
3. Incidencia política y fortalecimiento de la ciudadanía	11
Espacios públicos y relaciones de género	11
La participación del movimiento de mujeres	13
4. Estrategias de incidencia: dimensiones y consideraciones	14
Bases sólidas para una estrategia de incidencia	14
Investigación y análisis	14
Sensibilización y capacitación	15
Dimensiones de un proceso de incidencia	18
Acción colectiva	18
Comunicación	19
Cabildeo o Lobbying	21
Campañas de Incidencia	23
Bibliografía consultada	25
Anexo. Recursos (Sitios de interés)	27

I. Introducción

Esta no es una guía en el sentido habitual del término, es decir un conjunto de prescripciones y procedimientos que permiten alcanzar un objetivo determinado. La propuesta es pensar los puntos críticos que ayudan para que una acción colectiva sea eficaz, y revisar estrategias y experiencias que han tenido resultados exitosos o de impacto.

Al mismo tiempo, pretende también ser una herramienta que ayude en la reflexión sobre algunos comportamientos recurrentes del activismo y la movilización social que si bien canalizan momentáneamente la protesta, no se traducen de manera necesaria en la transformación de la realidad que se desea. Así, a veces derivan en desmotivación y sentimientos de frustración. Muchas buenas intenciones, esfuerzos y energía puestas para hacer denuncias, llevar adelante una causa, cambiar decisiones del gobierno, se terminan evaporando, diluyendo y desgastando sin hacer mella en el curso de los acontecimientos.

Poder incidir sobre una realidad que afecta a mucha gente, cambiar en alguna proporción las decisiones de quienes tienen una cuota de poder, hacer visible una situación que permanece en sombras, amplificar la voz de “los de abajo”, es un desafío que motiva a la acción colectiva y la empodera. Desde juntar firmas hasta bloquear un camino, desde participar en una marcha hasta hacer una huelga de hambre, desde denunciar en los medios de comunicación hasta escribir un volante, existe una enorme batería de recursos a los que apelan los grupos, organizaciones y movimientos que no detentan pero se proponen interpelar al poder estatuido.

Esta multiplicidad de recursos suelen asociarse bajo el nombre inglés de “advocacy”, que en español se traduce como *incidencia*, es decir, aquellas acciones conducentes a democratizar las relaciones entre la ciudadanía y los ámbitos de toma de decisión, sean estos públicos o privados. *La incidencia es un concepto que sintetiza el proceso de movilización política de las organizaciones de la sociedad civil en pro de que los sistemas de poder y toma de decisión sean más permeables a las demandas de la ciudadanía.*

Muchas veces los objetivos de incidencia no se alcanzan o lo que se consigue está muy por debajo de los esfuerzos invertidos. Algunos de los principales obstáculos son:

- Se plantean fines últimos, temas demasiado amplios (“eliminación de la pobreza”, “erradicación de la violencia contra las mujeres”), que resultan difíciles de concretar en objetivos, demandas o propuestas específicas o graduales.
- Se formulan varias críticas o planteamientos simultáneos, sin jerarquizarlos o darles un orden de prioridad.
- Se acumulan demandas o cuestionamientos o se reemplazan por otros que van surgiendo, sin persistir en un objetivo planteado.
- No se analizan los intereses de posiciones adversas de quienes puedan sentirse atacados, para elegir la estrategia más eficaz.
- No se sustentan los planteos y enunciaciones con conceptos claros, datos empíricos o estadísticas para ganar en comprensión y credibilidad.

¿Qué pasa con la incidencia en relación al comercio internacional?

Los acuerdos comerciales entre gobiernos y bloques regionales han cobrado un gran dinamismo desde inicios de los años 90. Estas negociaciones, que por muchos años se trataron en manos de empresarios y funcionarios de gobierno, están pasando a ser progresivamente un tema de debate de los parlamentos y los movimientos sociales. Es que cada vez es más claro que los intereses económicos y comerciales se asocian fuertemente con alineamientos políticos. En muchos casos, el alineamiento político es condición para la firma de acuerdos comerciales. Los países del sur, debilitados por la fragilidad de sus economías y la desproporción de la deuda externa, tienden a considerar que los acuerdos de comercio les resultarán ventajosos, conducirán al crecimiento, permitirán ampliar sus mercados y así, oxigenar las cuentas públicas, aún a costa de embargar los márgenes de autonomía y capacidad de regulación de los estados nacionales.

Con una clara percepción de esta relación asimétrica y políticamente condicionada por los Estados Unidos, los movimientos sociales de América Latina se oponen firmemente al Acuerdo de Libre Comercio de las Américas (ALCA). Para ello, se han movilizadado en todo el continente con distintas estrategias. Sin embargo, esta oposición no ha tenido una responsabilidad sustantiva en el ritmo (de avance, retroceso o estancamiento) de las negociaciones. O por lo menos, no ha logrado una incidencia acorde o proporcional a los esfuerzos invertidos.

El proceso del ALCA debiera incluirse en el contexto más amplio de debate sobre el comercio internacional: sus oportunidades, riesgos y condiciones de aprovechamiento. Y también en la dinámica general de los acuerdos comerciales, es decir, las negociaciones en la Organización Mundial de Comercio (OMC), la relación con otros bloques como la Unión Europea, los tratados bilaterales, los acuerdos sur-sur.

Un problema inicial es la necesidad de que sectores mucho más amplios de la sociedad civil se involucren en estas cuestiones. En lo que al movimiento de mujeres respecta, es cierto que en los últimos años hay una tendencia creciente a sumar a los temas específicos otras temáticas y a articular acciones con otros sectores del movimiento social. Pero también es cierto que los temas económicos y sus dimensiones políticas permanecen todavía en los márgenes de los intereses del movimiento de mujeres. Resulta fundamental difundir información, consolidar una masa crítica de mujeres de América Latina involucrada en las negociaciones comerciales y en los impactos por género de los acuerdos.

Una segunda cuestión es ampliar la base de sustentación y los contenidos del rechazo a acuerdos como el ALCA. No se trata de entrar en tecnicismos, pero sí de procurar información, mejorar las argumentaciones, buscar evidencia empírica de los impactos, incluyendo los impactos sobre las mujeres.

Finalmente, se trata de seleccionar y persistir en las estrategias de incidencia más adecuadas, recogiendo las experiencias que en éste y otros campos, han resultado exitosas.

Estos aspectos son precisamente las preocupaciones centrales de la Red Internacional de Género y Comercio (RIGC). Creada a fines de 1999, la RIGC desarrolla tres líneas de acción prioritarias: capacitación, investigación e incidencia en relación a las políticas comerciales y el comercio internacional y sus impactos de género. Estas acciones se desarrollan en siete regiones del mundo: África, Asia, El Caribe, América Latina, América del Norte, Europa y el Pacífico.

El Capítulo Latinoamericano de la RIGC está involucrado en el impulso de iniciativas relativas a los impactos sobre las mujeres de los acuerdos comerciales de la región y en el fortalecimiento y capacitación del movimiento de mujeres para incidir en los mecanismos institucionales nacionales o regionales de integración económica.

Los objetivos de las tres áreas de trabajo son:

Capacitación:

- Realizar actividades de capacitación de las mujeres sobre las implicancias, desafíos y estrategias relacionadas con los acuerdos comerciales.
- Diseñar metodologías y producir materiales didácticos para apoyar los procesos de capacitación y divulgación del tema.

Investigación:

- Identificar los impactos de género producidos por la liberalización comercial desde el punto de vista social y económico.
- Consolidar y ampliar una red de investigadoras sobre género y comercio en la región.

Incidencia:

- Fortalecer la capacidad de las mujeres para incidir en las decisiones políticas ligadas a los procesos de integración y negociaciones comerciales.
- Impulsar la inclusión de la perspectiva de género en esos procesos.
- Apoyar iniciativas nacionales y regionales de cabildeo y fiscalización ciudadana.
- Promover el diálogo con los movimientos sociales y de mujeres para la incorporación de una perspectiva feminista crítica en el comercio internacional y la acción global.

La RIGC también integra otras redes y participa de campañas de incidencia en la Región, las que incluyen acciones de capacitación, de comunicación y de presión sobre gobiernos y organismos internacionales. Ha publicado manuales y cartillas de capacitación y documentos de investigación, además de ponencias y exposiciones de diversos seminarios¹.

Algunas de estas experiencias son descritas en esta publicación, junto con las actividades de otras redes de la región. Es importante aclarar que en ningún caso se pretendió realizar un listado exhaustivo de estrategias, sino ejemplificar las distintas dimensiones de la incidencia política.

El comercio internacional en la agenda de las mujeres pretende ser una contribución para optimizar la capacidad de influencia del movimiento social y particularmente del movimiento de mujeres de América Latina en los niveles de decisión en las negociaciones comerciales.

¹ Estas publicaciones junto con otros artículos y boletines pueden encontrarse en la página: www.generoycomercio.org.

2. La perspectiva de género en los procesos de negociación comercial

Los acuerdos regionales desde la perspectiva de género²

Tradicionalmente, se ha esperado que las mujeres provean lo que el sistema capitalista no provee: lo básico para el cuidado y mantenimiento de los miembros de la familia y la calidad de la reproducción social. Estos aspectos de la vida, si bien fundamentales para el funcionamiento de la sociedad, no han sido considerados por las políticas macroeconómicas sino como algo que hay que atender separadamente en acuerdos de cooperación para el desarrollo o a través de las políticas sociales. Más aún, los desequilibrios sociales como la pobreza y la desigualdad, se encuentran en un segundo lugar en el plano de las decisiones y teorías económicas.

Si bien parece existir cierto consenso entre los economistas para reconocer la desigualdad de género a nivel microeconómico (como por ejemplo, en la distribución de los recursos dentro de los hogares) resulta mucho más complicado incorporar esta perspectiva a nivel macroeconómico.

Esta dificultad se debe a la tendencia a suponer que las políticas y los instrumentos de la macroeconomía son neutrales con respecto al género. La misma postura suele adoptarse para analizar el comercio y los acuerdos comerciales.

Sin embargo, el tema de género no puede seguir viéndose como una cuestión social que debe discutirse separadamente de las medidas económicas. Las desigualdades de género tienen relevancia desde el punto de vista económico, en tanto constituyen un obstáculo para la conquista de resultados generales positivos en diversas áreas:

- Las desigualdades entre hombres y mujeres en el acceso a la tierra, al crédito y al capital reducen la productividad y dificultan el acceso de las mujeres a la actividad exportadora.
- Las dificultades de las mujeres para acceder a herramientas tecnológicas y de gestión empresarial las deja menos preparadas para competir en un mercado internacional cada vez más complejo.
- Las economías que basan su crecimiento en las exportaciones que se sustentan en la contratación de mano de obra femenina con bajos salarios, deterioran la distribución de los beneficios entre las economías que reciben la inversión extranjera y las corporaciones mismas.

La inclusión de la perspectiva de género, al considerar la dimensión social de las políticas comerciales y los procesos de integración económica, pretende contribuir a garantizar la igualdad de oportunidades para ambos sexos, como una condición de equidad social y de eficiencia en la asignación de los recursos.

² Este punto está basado en el Capítulo VI, del Fascículo 2 "Quién gana y quién pierde en los acuerdos de integración económica". Espino, Alma y Azar, Paola, 2002, Comercio Internacional y Equidad de Género, Red Internacional de Género y Comercio.

¿Cómo incorporar el análisis de los impactos de género de los acuerdos comerciales?

El análisis de los acuerdos comerciales desde una perspectiva de género debe ayudar a visibilizar de qué manera las tareas reproductivas de las mujeres, en todo lo que hace al cuidado y desarrollo de las personas y sus capacidades de trabajo, las relaciones de género en el hogar y la inserción femenina en el trabajo remunerado, interactúan en los efectos que tienen los acuerdos. Es decir, en qué medida un acuerdo comercial contribuye a disminuir o profundizar la desigualdad de género existente, o afecta la división sexual del trabajo y otras relaciones entre hombres y mujeres.

Por otra parte, si los acuerdos comerciales son potencialmente beneficiosos es preciso preguntarse si el rol reproductivo de las mujeres y las desigualdades de género les impide acceder a estos beneficios, es decir, hasta dónde pueden aprovechar las oportunidades que presenta un acuerdo comercial o enfrentarse a la competencia creciente si al mismo tiempo cargan con la responsabilidad del hogar. Otro aspecto a problematizar es si las nuevas oportunidades de empleo y generación de ingresos para las mujeres contribuyen a mejorar las relaciones de género, el empoderamiento y su bienestar personal.

Entre otros elementos para responder a estas preguntas, debemos analizar cómo se ven afectados los niveles de segregación ocupacional y los salarios por sexo y, en general, la calidad de los empleos.

A efectos de describir la situación de las mujeres y las relaciones de género a partir de los acuerdos comerciales, es necesario controlar si en los mismos se refleja la preocupación por la equidad de género. La existencia de mecanismos que garanticen los derechos de las mujeres en los acuerdos es fundamental para que éstas se vean beneficiadas.

La aplicación de normas internacionales sobre derechos y estándares laborales en los acuerdos comerciales, la creación de instancias para la participación e incidencia ciudadana, y los mecanismos para la igualdad de género, así como la representación equitativa de los géneros entre los negociadores, entre otros, pueden contribuir como salvaguardia de los principales derechos humanos, económicos, políticos y sociales.

En el contexto de la expansión e integración comercial se ha puesto énfasis en la inclusión de cláusulas sociales en los acuerdos de comercio, que basadas en las convenciones fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), pueden proveer de un mecanismo para relacionar el comercio a los derechos humanos y de los trabajadores y trabajadoras.

En este sentido, el análisis de los acuerdos comerciales debe verificar si los compromisos asumidos por los gobiernos en el ámbito internacional incluyen disposiciones específicas para promover el avance de la situación de las mujeres.

Las modalidades de negociación que asumen los acuerdos comerciales, es decir el hecho de que cuenten con espacios para la participación e incidencia de las organizaciones sociales y de mujeres, así como del movimiento sindical, pueden ser elementos de gran importancia en la democratización de los debates y la representación de intereses.

La perspectiva de género en algunos tratados regionales

- En la Carta Social de la Comunidad Económica Europea (1989) se incluyeron declaraciones de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, en especial en lo relativo a la educación, a la protección social y a “conciliar las responsabilidades en el trabajo y la familia”.
- La Declaración Sociolaboral del MERCOSUR (1998) plantea “la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres y el compromiso de garantizarla a través de las normativas y las prácticas laborales”.
- La Reunión Especializada de la Mujer (REM) del MERCOSUR establece un ámbito de análisis de la situación de la mujer respecto de la legislación vigente en los Estados parte, en lo que se refiere al concepto de igualdad de oportunidades.
- El Acuerdo Suplementario sobre Asuntos Laborales del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) incorporó la cuestión de género en alusión a dos principios básicos: la eliminación de la discriminación en el empleo (discriminación sobre la base de la raza, la religión, la edad, el sexo y otras razones) y la igualdad salarial para hombres y mujeres. Sin embargo, su falta de cumplimiento no implica una sanción comercial.

3. Incidencia política y fortalecimiento de la ciudadanía

Incidencia es un concepto que proviene del vocablo inglés *advocacy*³ y que sintetiza el proceso de movilización política de las organizaciones de la sociedad civil dirigido a lograr que los sistemas de poder y los niveles de decisión sean más permeables a las demandas de la ciudadanía. Estos sistemas de poder pueden incluir al gobierno, a las empresas privadas o a otros actores que se identifiquen de acuerdo a la problemática en cuestión. De este modo, se fortalece un proceso de cambio social, facilitando la construcción de relaciones más democráticas entre la ciudadanía y los ámbitos de toma de decisiones.

El término incidencia tiene un alcance amplio, relacionado con procesos que incluyen no sólo acciones de presión política, sino también diversas y complejas acciones de movilización de la sociedad civil. Un proceso de incidencia se traduce en empoderamiento y buenas prácticas de gobernabilidad, entendida como interacción entre gobernantes y gobernados/as, entre capacidades de gobierno y demandas políticas. Es decir, la ciudadanía presiona y contribuye a que los sistemas de poder no se alejen de la sociedad en la toma de decisiones. Una propuesta de incidencia integra la denuncia a la solución propositiva, a través de una gran variedad de recursos desarrollados por grupos específicos dirigidos a que en los procesos de toma de decisiones de los sistemas de poder, se consideren los propios intereses.

El proceso de incidencia involucra cambios en distintos campos. En primer lugar, cambios en el *ámbito gubernamental*, que se refieren a la modificación de políticas, leyes y estructuras de toma de decisiones de los gobiernos y organismos internacionales, y son fundamentales para asegurar que las políticas públicas tengan un impacto favorable en la vida de la ciudadanía. En segundo lugar, el ámbito del *sector privado* se relaciona con cambios en las políticas, prácticas y comportamientos de instituciones poderosas como las corporaciones multinacionales, de forma que el sector privado sea más responsable frente a la sociedad en general. Por último, los cambios en el ámbito de la *sociedad civil* buscan fortalecer a las organizaciones no gubernamentales y a los sectores excluidos para que puedan participar en los procesos de toma de decisiones. (Miller, 1999).

Espacios públicos y relaciones de género

Las mujeres han tenido dificultades para acceder a los niveles de decisión en las instituciones estatales, los partidos políticos, sindicatos y empresas. Estas barreras están relacionadas con las estructuras jerárquicas y patriarcales que caracterizan estas organizaciones y que se asientan en la división sexual del trabajo.

En el imaginario colectivo, el hombre ocupa el ámbito de lo público, de la competencia

³ Es posible encontrar otras maneras de hacer referencia a dicho término en español, como por ejemplo defensa (aplicado principalmente a las iniciativas de derechos humanos) o cabildeo. Este último término responde a una estrategia particular de incidencia referida más bien al vocablo inglés *lobbying* y se relaciona con una actividad muy específica, la de hablar directamente con funcionarios/as gubernamentales u otras personas con poder para convencerlos/as de una propuesta o posición. La palabra *lobby* en sí refiere a un salón de entrada o a los pasillos del poder, especialmente de una cámara legislativa.

El desarrollo de un proceso de incidencia

- *Genera propuestas para enfrentar problemas sociales, políticos y económicos:* contribuye a desarrollar y potenciar la capacidad para llamar la atención sobre los problemas y plantear alternativas de *cambio*.
- *Promueve la participación democrática de la ciudadanía:* como instrumento de trabajo, enriquece y fortalece la democracia al trascender su ámbito formal (electoral) y fomentar la participación de la ciudadanía en los asuntos públicos y en el control de los actos de gobierno.
- *Promueve la solidaridad entre la ciudadanía:* permite enfrentar de mejor manera problemas comunes, al propiciar que las voces y puntos de vista de los/as ciudadanos/as empiecen a ser tomados en cuenta.
- *Fortalece el poder de las organizaciones de la sociedad civil:* permite contrarrestar las prácticas viciadas de la democracia representativa y al mismo tiempo erigir una nueva cultura de participación ciudadana.

Fuente: Miller, 1999.

técnica, del poder, del privilegio y de la toma de decisiones. La mujer ocupa el ámbito de lo privado, de la competencia doméstica, de la sumisión al protector masculino. Al quedar asociadas al ámbito de lo privado y ajenas al ámbito público, no pueden intervenir de manera equitativa en tanto que sujetos, en las intervenciones en las que la masculinidad se afirma.

Pero ocurre que el poder no está totalmente localizado en un punto o en otro, no está quieto en las personas o en los grupos: el poder funciona y circula inclusive en los grupos subordinados, y conlleva una capacidad transformadora. El espacio social aparece como una estructura de la distribución de las formas de poder. Sin embargo, esta estructura no es inmutable. "...Los agentes se enfrentan, con medios y fines diferenciados según su posición en la estructura del *campo* de fuerzas, contribuyendo de este modo a conservar o a transformar su estructura" (Bourdieu, 1997).

Las etapas de crisis política, económica y social pueden generar nuevas modalidades de expresión de la protesta social. También pueden abrir posibilidades para un reprocesamiento de las relaciones de poder entre los géneros y una redefinición de los roles tradicionales de hombres y mujeres.

Así, el descontento social que generó el fracaso de las políticas neoliberales implementadas en América Latina durante los noventa, asociadas a la debilidad institucional y corrupción presentes en muchos países de la región, dio paso al surgimiento de nuevos movimientos sociales, cuyas estructuras más horizontales y flexibles resultan más permeables para las mujeres. Si bien en la mayoría de los casos éstas se integraron desde su "condición femenina", es decir, con el fin de satisfacer intereses y necesidades de sus familias, su presencia se fue afirmando progresivamente. Esta participación de las mujeres en la vida pública cuestiona los patrones de relación entre géneros y con autoridades e instituciones, y en consecuencia, redefine relaciones de poder.

La acción de interpelación de la sociedad civil a los niveles de decisión debe estar dirigida a influenciar tanto al sistema visible de poder que emana de las instituciones, como a las dinámicas de dominación que subordinan a ciertos sectores y grupos impidiendo que sus demandas se consideren legítimas. Es fundamental considerar estas complejidades del poder y dominación y fortalecer a la sociedad civil, especialmente a las mujeres, para acrecentar su capacidad transformadora (Miller, 1999).

La participación del movimiento de mujeres

Si bien todavía débil, se observa un proceso creciente de participación de la sociedad civil en las negociaciones comerciales que involucran a países de la región. Pero la participación de las organizaciones de mujeres en estos temas es todavía más débil.

La mayoría de las experiencias de incidencia sobre políticas macroeconómicas y comerciales son llevadas a cabo por organizaciones mixtas de la sociedad civil que ignoran el análisis de género o el impacto de las mismas sobre las mujeres. Por otro lado, las acciones de incidencia en temas económicos realizadas por el movimiento de mujeres son escasas y en muy pocas oportunidades atienden las políticas comerciales.

El Comité Organizador del Foro Social Mundial, integrado en un 25% por organizaciones de mujeres, llama la atención sobre la necesidad de “transversalizar la problemática de las mujeres y el feminismo, y avanzar en el diálogo con otros actores de la lucha por un mundo distinto”. Al respecto, María Karadenizli de la red Network Women in Development Europe (WIDE) expresa que “El movimiento antiglobalización está bastante dominado por los hombres y, como consecuencia, nuestras perspectivas no están siendo suficientemente escuchadas. ... Tenemos que continuar desarrollando nuestro movimiento y nuestras articulaciones todo el tiempo y en distintos espacios propios y comunes con otros”. (Suárez, 2003).

Es auspicioso de todas maneras, que algunas organizaciones de mujeres están integrando la problemática del comercio en sus agendas y simultáneamente, organizaciones mixtas están tendiendo a incorporar de manera incipiente, el tema género.

4. Estrategias de incidencia: dimensiones y consideraciones

En diversas experiencias de incidencia⁴, se han identificado prácticas que permiten reflexionar sobre la manera de potenciar los conocimientos y la sinergia de los actores sociales que procuran influir en las negociaciones comerciales. A partir de estas experiencias se reconocen tres grandes dimensiones que pueden integrar una estrategia de incidencia. Estas son: la *acción colectiva*, la *comunicación* y el *cabildeo o lobbying*, que se analizan más adelante. En muchas de las experiencias relevadas se destaca una combinación de estas dimensiones como forma de asegurar el éxito de las estrategias de incidencia.

Por otra parte, existen otras dos líneas de trabajo, que si bien no necesariamente forman parte del objetivo de incidir en la toma de decisiones, constituyen una base de sustentación que consolida las estrategias de incidencia. Estas son: la *investigación y análisis* de los impactos de género de las políticas económicas y comerciales, y la *capacitación y sensibilización* para transmitir estos conocimientos e involucrar a más sectores con bases sólidas de información y formación. Se comenzará por analizar estos cimientos.

Bases sólidas para una estrategia de incidencia

Investigación y análisis

El análisis riguroso y con datos actualizados puede dar sustento y consolidar las estrategias de incidencia. Permite una evaluación válida y minuciosa de las políticas existentes y los procesos de toma de decisiones, además de revelar el contexto en el que han surgido (AWID, 2003). Por otra parte, llama la atención sobre la supuesta neutralidad de género de las políticas macroeconómicas, que encubren situaciones de discriminación y marginación de las mujeres, tales como la invisibilización del trabajo reproductivo femenino.

Es por ello que el trabajo de investigación y análisis es fundamental para dar sustento teórico a las campañas de incidencia sobre los niveles de toma de decisiones y como herramienta para traer luz sobre las inequidades que surgen de políticas que ignoran la perspectiva de justicia económica y de género.

Existen diversos caminos a seguir para la obtención y uso de información sobre impactos diferenciados de los acuerdos comerciales.

Una de las principales fuentes se encuentra en el ámbito académico y se basa en las investigaciones y análisis sobre impactos de género de la macroeconomía y el libre comercio, que pueden ser utilizados como basamento de las estrategias de incidencia.

El área de investigación del Capítulo Latinoamericano de la RIGC ha realizado diversos estudios sobre los impactos por género de la apertura comercial de los ´90 en diversos países de la región (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay). www.generoycomercio.org.

En segundo lugar, de existir la posibilidad, las organizaciones deberían llevar a cabo sus propias investigaciones y estudios de caso.

⁴ Ver en Anexo Recursos, un relevamiento de redes y organizaciones con experiencia en incidencia política.

Iniciativa Feminista de Cartagena (IFC)

La IFC elaboró un documento base para su participación en la Conferencia de Naciones Unidas sobre Financiamiento para el Desarrollo del año 2002 (López, 2001). El mismo da cuenta de los impactos negativos de las políticas implementadas en los '90 en América Latina y plantea la necesidad de cuestionar la calidad del desarrollo que se debería financiar en la región, integrando una perspectiva de género.

Los contenidos de ese documento fueron la herramienta básica para la estrategia de incidencia de feministas latinoamericanas en la Conferencia.

UNIFEM/ WEDO recomiendan el abordaje de las siguientes áreas :

- Investigación y análisis de género de las políticas macroeconómicas, incluyendo impuestos, comercio, gasto público, inversión y políticas financieras.
- Análisis de género de presupuestos nacionales, provinciales y locales y políticas impositivas con el fin de reestructurar la distribución de recursos públicos hacia la promoción de las capacidades económicas y derechos de las mujeres y la incorporación del género en el gobierno y el liderazgo.
- Obtención de datos desagregados por sexo e identificación de vacíos en la información, incluyendo el trabajo no remunerado.
- Investigación sobre igualdad de género y erradicación de la pobreza como bienes públicos globales.

Por último, en algunas circunstancias la investigación puede ser en sí misma parte de una estrategia de incidencia. Tal es el caso de las demandas a los gobiernos para que, previo a la firma de tratados comerciales, se realice una evaluación de los impactos sobre sectores y géneros.

Sensibilización y capacitación

Participar en una estrategia de incidencia efectiva frente a las negociaciones comerciales y llamar la atención sobre sus efectos adversos en las mujeres requiere conocer las características y alcances de esos acuerdos. La difusión de información, la capacitación y el análisis permiten involucrar a más sectores con bases sólidas y ampliar el radio de alcance del activismo.

La información sobre las temáticas de globalización y libre comercio suele ser vista por las mujeres como materia de especialistas; los debates les son ajenos y no logran conectarlos con sus realidades locales y sus vidas cotidianas. Por este motivo, la capacitación, sensibilización y análisis de los impactos del libre comercio con perspectiva de género en grupos amplios de la sociedad civil, es fundamental para promover la participación de movimientos sociales en general y de las mujeres en particular. La capacitación debe permitir que diferentes grupos de la sociedad civil se empoderen y compartan el poder entre sí. Ello implica fortalecer el compromiso y capacidad de las organizaciones más débiles para apoyar procesos de concientización, organización y participación (Miller, 1999).

Una de las maneras eficaces de lograrlo es estableciendo un proceso sistemático de *formación de formadores/as* que genere una masa crítica de personas con capacidad de replicación, a través de la creación de agentes multiplicadores/as en círculos concéntricos cada vez más amplios.

Women's Edge Coalition

Women's Edge ha planteado al Gobierno de Estados Unidos que previo a la firma del ALCA se realice una evaluación desde la perspectiva de las mujeres. Si bien se acordó estudiar el impacto ambiental antes de seguir adelante con las negociaciones, no pudo llegarse al mismo acuerdo sobre el tema mujer y desarrollo. La objeción principal se debía a la necesidad de explicitar los puntos de partida conceptuales y el modelo y los parámetros que se utilizan para medir estos impactos.

Por ello, Women's Edge elaboró la **Trade Impact Review** (TIR - Revisión de Impactos del Comercio), con el objeto de tomar decisiones sobre política comercial con información sobre cómo ésta puede aportar al alivio de la pobreza. La información generada por la TIR permite aprovechar las consecuencias positivas del comercio y enfrentar las negativas antes de que sucedan. Este modelo fue desarrollado por un equipo de economistas, abogados/as y científicos/as sociales y, al contrario de los métodos tradicionales, está dirigido tanto a los tomadores de decisiones comerciales como a la población más vulnerable de los países en desarrollo.

La utilización de la TIR se promueve a través de la Campaña de incidencia "Look First" (Full Impact Review and Screening of Trade) dirigida al gobierno de Estados Unidos.

Fuente: White, 2002 y www.womensedge.org.

Algunas cuestiones metodológicas⁵

La educación tradicional, con su rígida división entre "especialistas" y espectadores, raramente cumplimenta los objetivos que se propone cuando se trata de públicos adultos que no han accedido a la educación formal o la han terminado muchos años atrás. Es arbitraria y poco democrática y al utilizar ejemplos ajenos a la vida de las personas e ignorar las realidades locales no siempre logra un acercamiento real con los/as participantes del proceso de formación.

La educación popular, por el contrario, parte del reconocimiento de que muchas de las estructuras económicas, políticas y educativas en el mundo son autoritarias, antidemocráticas y funcionan respondiendo al interés de algunos grupos. En lugar de dar respuestas finales, el/la educador/a popular hace preguntas y plantea problemas relacionados con los temas de la vida cotidiana de los/as participantes, para que éstos/as adquieran conciencia crítica, es decir, la capacidad de ver el mundo y sus sucesos de manera cuestionadora, desafiando el status quo y la "naturalización" de construcciones sociales y culturales.

Sin embargo, la educación popular como se la ha utilizado comúnmente conlleva el riesgo de dejar de lado la transmisión y apropiación de conceptos. La misma idea de "producción colectiva de conocimiento" (Sirvent, 1994), y de que no es necesario conocer profundamente los temas para entender por ejemplo el comportamiento de las decisiones económicas y comerciales, puede llevar a perder oportunidades de conceptualizar temáticas y de romper algunas creencias del sentido común. Por ello, consideramos que en actividades de formación, es fundamental tratar contenidos conceptuales para instalar un lenguaje común sobre temas teóricos entre las/os par-

⁵ Extractado de Norma Sanchís y Verónica Baracat, 2003, "Apuntes metodológicos para la formación de formadoras/es en género, economía y libre comercio", Red Internacional de Género y Comercio - Capítulo Latinoamericano y WIDE, www.generoycomercio.org.

participantes. En lugar de *alfabetización en economía* o *educación popular en economía* (Barton y Williams, 2002), preferimos aludir a la *formación en género y economía*, que incluya un equilibrio entre exposiciones conceptuales y reflexión sobre la propia experiencia a través de la utilización de dinámicas y ejercitaciones prácticas, a fin de que las/os participantes desarrollen un proceso simultáneo de apropiación y *producción colectiva de conocimiento*.

Además de las actividades presenciales, otra modalidad de capacitación efectiva son los *seminarios y foros virtuales*. Éstos facilitan el acceso a información y el intercambio de opiniones y experiencias a un gran número de participantes de lugares diferentes. De este modo, se genera un espacio de reflexión colectiva, beneficiado por el intercambio de realidades y problemáticas particulares, que consolida la articulación y el manejo de información sustantiva. El proceso de diálogo que genera esta herramienta requiere de un nivel de coordinación para facilitar el intercambio, señalar contradicciones o errores de información y realizar síntesis.

Una experiencia de formación de formadoras

WIDE (Network Women in Development Europe) está llevando a cabo el Programa de Capacitación "Linking economic literacy advocacy and awareness raising for women's empowerment world-wide", (2002-2004). El objetivo central de este proyecto es empoderar a mujeres de nueve regiones del mundo para participar en los debates internacionales sobre política económica y dar los pasos iniciales para generar procesos de formación de formadoras. El mismo incluye la realización de dos talleres de formación de formadoras (el primero se realizó en Viena en mayo de 2003 y el segundo en Ostende, Bélgica en junio de 2004) dirigidos a representantes de organizaciones de la sociedad civil de cada región, con replicación a través de Talleres Regionales.

El Capítulo Latinoamericano de la Red Internacional de Género y Comercio (RIGC-LA), es contraparte de este proyecto para la región y tuvo a su cargo la organización y desarrollo del Taller Regional de Formación de Formadoras en América Latina.

Taller Regional: Formación de Formadoras en Género y Comercio

El taller se realizó en Bariloche - Patagonia Argentina - en noviembre de 2003, con la participación de 24 mujeres y 6 docentes/facilitadoras de 11 países latinoamericanos.

Algunos de sus logros fueron:

- Aportar conocimientos sobre género, comercio internacional y acuerdos regionales.
- Brindar herramientas didácticas y metodológicas que permitan a las participantes replicar el taller en sus países / regiones.
- Fortalecer los lazos entre distintas ONGs, institutos académicos y activistas de América Latina.
- Formular propuestas conjuntas y reflexionar sobre las distintas maneras en que la sociedad civil intenta incidir sobre los acuerdos comerciales que involucran a la región.

Dimensiones de un proceso de incidencia

Diseñar e implementar una estrategia de incidencia requiere planificación y tener en cuenta algunos aspectos. El primero de ellos es la *identificación de un objetivo concreto y realizable*, ya que muchas veces las demandas del movimiento social y de mujeres son expresadas como enunciados muy generales. El segundo aspecto, relacionado con el anterior, es la *jerarquización y selección de objetivos* que conformen un plan de acción, y por último, la *persistencia en la incidencia* como condición para alcanzar el objetivo propuesto.

Las principales dimensiones de una estrategia de incidencia son:

Acción colectiva

La acción colectiva se conforma a partir de intereses y experiencias compartidas que se articulan en un proceso que a su vez construye identidades. Hacia finales del siglo xx y sobre todo a partir del siglo xxi, se hace evidente una dinámica creciente de los movimientos sociales, tanto en el nivel local, como a nivel regional y global. "Los movimientos sociales se fortalecen en el ejercicio de un doble rol: como lugar identitario y de reconocimiento de colectivos sociales y como instrumento de intermediación política de las voces que no tienen expresión en la esfera pública" (Jelin, 2003).

"Las identidades de la acción colectiva se construyen históricamente, simultáneamente hacia adentro y hacia fuera, abriendo espacio para la participación de actores sociales diversos y sin perder la interconexión con otros espacios y otras identidades regionales y globales." (Sanchís, 2003).

La conexión y el intercambio entre distintos grupos, y el armado de redes y alianzas entre organizaciones, son críticos para movilizar el poder y los recursos necesarios para desarrollar estrategias de incidencia. Al mismo tiempo, construyen un círculo *virtuoso*, en el sentido que la capacidad de articulación política entre distintos sectores fortalece la acción colectiva y viceversa.

La acción colectiva no termina con la construcción de redes y alianzas, sino que éstas se expresan en acciones de movilización para *incidir* con mayor poder o escala sobre la toma de decisiones.⁶ La movilización se hace evidente a través de marchas, manifestaciones y otras formas de activismo; campañas de firmas o consultas populares. Un ámbito donde la voluntad de incidencia se hace visible es a través de la presencia de organizaciones y redes de la sociedad civil en los foros paralelos a las Cumbres de Negociación Comercial, como las de la OMC o el ALCA.

Existe una relación muy estrecha entre redes y comunicación. Tal como sostiene Castells, en la *era de la información* el tipo de organización que resulta clave es la *red de intercambio*, definida como un conjunto de nodos interconectados que puede tener jerarquías pero no centro. La lógica de dichas redes supone que haya uno o varios centros donde las relaciones entre actores son intensas, frecuentes y relativamente permanentes y también "bordes" donde los actores entran y salen. En este sentido, lo central en la actividad de la red es el intercambio y el uso de la información. (Castells, 1998).

"Las redes son conjuntos de actores cuya vinculación traspasa las fronteras nacionales, que están unidos por valores comunes, por intensos intercambios de información y de servicios y por discursos compartidos". (Sikkink, 2003). Existen algunas condiciones que propician el surgi-

⁶ El Observatorio Social de América Latina (OSAL) presenta en su revista una cronología de los principales conflictos sociales acontecidos en la región, realizado a partir de la consulta de distintas fuentes de medios gráficos nacionales. Esto permite contar con un registro permanente de información relativa a la evolución de la situación social en los países de América Latina y el Caribe. www.osal.clacso.org.

miento de las redes como formas de acción colectiva transnacional. La globalización de la economía, el creciente movimiento transnacional de las empresas y los procesos de negociación de acuerdos comerciales son algunos de los factores que han llevado a los/as activistas al plano internacional. Asimismo, es ineludible el rol de los avances en las comunicaciones y en la tecnología que promueve la conexión y el intercambio de manera más accesible y menos costosa. Por último, otro de los factores responsables, es la reciente difusión y visibilidad de los compromisos internacionales, como por ejemplo la formalización de derechos de la mujer a través de la Plataforma de Acción de Beijing, que ofrecen nuevos objetivos para la acción colectiva y nuevas oportunidades para la conexión entre activistas. Sin embargo, es preciso advertir que las redes también necesitan enfrentar sus propios problemas de asimetría, que tradicionalmente se han enmarcado en términos de Norte-Sur, y de responsabilidad para afianzar su propia democracia interna. (Sikkink, *op. cit.*).

En América Latina existen numerosos ejemplos de redes de activistas conformadas con el fin de incidir en las decisiones relacionadas con la economía y los acuerdos comerciales desde una perspectiva de género. Algunas de estas redes se describen en el Anexo Recursos.

Comunicación

La comunicación supone muchas prácticas, abiertas y diferentes, a través de las cuales se colocan temas clave en el debate público. Estamos inmersos/as en una *cultura comunicativa* que presenta una vertiginosa diversidad de escalas de comunicación.

Todas las organizaciones implementan estrategias de comunicación que les permite generar vínculos hacia fuera y hacerse visibles. En este sentido, la comunicación se presenta como el ejercicio fundante de las relaciones sociales, genera intercambio y diálogo.

En el caso de los grupos que se proponen un objetivo de incidencia se incluyen acciones precisas de comunicación que están orientadas a democratizar la información, a construir “opinión pública” y sobre todo, a ejercer influencia sobre la conducta voluntaria de un público específico.

En un contexto cultural mediatizado, se hace necesario conocer la dinámica de los medios masivos de comunicación. Es sabido que éstos se han transformado en agentes poderosos que

Red de Educación Popular entre Mujeres de América Latina y el Caribe REPEM

La consolidación y logros de la REPEM estuvieron acompañados de la incorporación de nuevas herramientas tecnológicas para la comunicación con organizaciones no gubernamentales asociadas y otras redes regionales y globales.

La REPEM cumple tres funciones:

- Comunicación, canalización de información, intercambio y reflexión entre mujeres, organizaciones y redes.
- Representación de las organizaciones que la integran en diversos ámbitos nacionales, regionales y globales.
- Diseño, implementación y evaluación de proyectos orientados a la acción: sensibilización, advocacy y control ciudadano, capacitación, sistematización de experiencias, generación de conocimientos.

Fuente: Fernández, 2001

provocan efectos concretos sobre las representaciones y las prácticas sociales, es decir, pueden generar cambios. Esta capacidad significa un atractivo para las organizaciones sociales, los medios se presentan como potenciales cooperadores para transmitir nuevos conocimientos o movilizar a la sociedad. Las construcciones de género, inscriptas en el marco de relaciones sociales, históricas y culturales, requieren acciones de comunicación de cara a los medios que permita hacer visibles esas relaciones, cuestionando sus estereotipos.

Las acciones de comunicación pueden involucrar la información, la propaganda e incluso la educación. Es importante que las organizaciones sociales conozcan con claridad el objetivo que se desea impulsar a través de los medios, ya que de esto depende la estrategia a implementar. No es lo mismo proponerse llegar a grandes audiencias a través de una propaganda que implica conocer metodologías de publicidad, que ejercer presión política para lo cual es necesario “hacer prensa”, es decir, buscar los mecanismos para que los medios se hagan eco de un mensaje que se quiere difundir. Teniendo en cuenta esta dimensión mediática, hay otras formas que usualmente funcionan como entrada a los medios masivos. Por ejemplo la publicación de columnas de opinión por editorialistas reconocidos, el respaldo de alguna personalidad con llegada a los medios y también la participación en medios alternativos y comunitarios.

Otras acciones de comunicación muy frecuentes y efectivas son las que se hacen a través de redes electrónicas, ya sean sistemáticas en formas de boletines periódicos, circunstanciales, en listas de distribución cerrada, etc. En la mayoría de los casos, estas acciones no se desarrollan de manera aislada sino que forman parte de una estrategia que las incluye.

Desarrollo y distribución de boletines periódicos: numerosas redes y organizaciones sistematizan en boletines electrónicos información, noticias y opiniones sobre el movimiento de mujeres y los procesos de negociaciones comerciales y decisiones políticas y económicas. Las nuevas tecnologías de la información permiten una distribución amplia y de bajo costo.

Difusión de declaraciones, pronunciamientos y recomendaciones: en los últimos tiempos, organizaciones de la sociedad civil han promovido movilizaciones y foros acompañando a reuniones de la

Boletines electrónicos

- “IGTN in Action”: boletín electrónico mensual de la Red Internacional de Género y Comercio. Contiene información sobre las actividades que lleva a cabo la red a nivel mundial, actualización de talleres de capacitación a nivel regional, novedades, recursos y documentos elaborados por integrantes de la red. Se redacta en inglés y se traduce al portugués y al español.
- “Ruta Crítica”: informes mensuales CID del Centro Humboldt de Nicaragua (www.humboldt.org.ni), contiene un resumen de las principales informaciones de monitoreo en medios escritos nacionales y centroamericanos, a fin de registrar el proceso de las negociaciones y posiciones de los diferentes sectores de cara al Tratado de Libre Comercio (TLC) entre EEUU y Centroamérica.
- “WIDE News”: boletín informativo de WIDE con información sobre género y comercio a nivel mundial.
- “La Red Va”: boletín de la REPEM de frecuencia semanal que incluye noticias y reflexiones sobre el movimiento de mujeres en la región.
- “Noticias del Comercio Exterior”: boletín de la Cancillería Argentina para información de la sociedad civil, con información sobre los procesos de negociación comercial del país y la región.

Pronunciamientos

La *Red Internacional de Género y Comercio*, en ocasión de las Cumbres Internacionales de negociación de los tratados comerciales, elabora y difunde pronunciamientos para llamar la atención sobre aquellos puntos de los acuerdos que violan aspectos de justicia social y de género.

En estos pronunciamientos rechaza el modelo de 'la misma medida para todos' en los acuerdos de comercio regionales y multilaterales, reafirma la supremacía de la economía de la reproducción social sobre la economía conducida por el mercado y apoya los sistemas de gobernabilidad y decisiones económicas democráticas. En el caso del ALCA prioriza cinco áreas de negociación que son problemáticas para estos objetivos: agricultura, servicios, propiedad intelectual, inversiones y compras gubernamentales.

Las regiones de la Red del Caribe, América del Norte y América Latina también desarrollan posiciones acerca de las implicancias de acuerdos comerciales sobre la respectiva región.

Fuente: La RIGC frente a la Reunión Ministerial del ALCA en Miami, Noviembre 2003.

agenda oficial. Ese carácter tienen por ejemplo las Cumbres de los Pueblos que se organizan en paralelo a las reuniones oficiales de presidentes o ministros del ALCA. En estas reuniones las organizaciones sociales hacen públicas sus posiciones a través de Pronunciamientos o Manifiestos.

Cabildeo o Lobbying

El Cabildeo implica la implementación de un conjunto de acciones orientadas a influir o convencer a un actor con poder de decisión para lograr la aprobación de una propuesta o bien para promover algún tipo de influencia. De este modo, el término cabildeo se considera en el sentido estricto de lobbying, es decir, como forma de ejercer presión en los/as decisores de políticas. La democracia supone que los/as representantes legítimamente elegidos por la ciudadanía responden a sus intereses. Sin embargo, para que esto suceda, la ciudadanía debe operar mecanismos de participación y control sobre sus gobernantes.

Las modalidades para ejercer presión pueden ser variadas, dependiendo de los ámbitos y temas a tratar. Específicamente, para influenciar en las decisiones relacionadas con la equidad de género y/o el comercio es oportuno mencionar las siguientes áreas de incidencia:

- 1) *Presión sobre los parlamentos*. Esto se realiza con el fin de influir durante el tratamiento de determinada ley, o para introducir temas o proyectos de ley en los debates parlamentarios. Algunas acciones posibles para alcanzar este objetivo son el envío de un dossier con material estadístico e información que fundamenten la posición del grupo responsable de la iniciativa. También se ejerce presión por medio del envío de cartas o a través de la solicitud de reuniones para tratar algún proyecto de ley determinado. Otra estrategia de presión sobre los parlamentos son las campañas de firmas para que los/as legisladores den tratamiento a un determinado tema.
- 2) *Presión sobre los gobiernos*. Es el caso por ejemplo del seguimiento de los compromisos internacionales. Esta línea de acción supone pedir cuentas y ejercer presión sobre las áreas de gobierno responsables de cumplir los compromisos firmados. En este sentido, es notoria la dificultad que significa muchas veces para el movimiento de mujeres superar los

vericuetos burocráticos de las instituciones del Estado, lo cual dificulta el trabajo de seguimiento. No obstante, se han obtenido importantes logros en este campo. Un ejemplo de ello es la creación de Mecanismos Institucionales para el Avance de las Mujeres a nivel nacional y local. En algunos casos esto fue resultado de acciones de cabildeo del movimiento de mujeres, quienes presionaron sobre los gobiernos para que pusieran en práctica una de las áreas de la Plataforma de Acción de Beijing.

- 3) *Presión sobre negociadores de los acuerdos comerciales.* Este aspecto es quizá uno de los más difíciles de implementar para las organizaciones sociales, dado el nivel de tecnicismo de las negociaciones. Estas requerirían contar con especialistas o técnicos con acceso a las discusiones y documentos, capaces de hacer un seguimiento. Pero en la mayoría de los casos las organizaciones sociales pueden presionar sobre los grandes títulos o temas políticos de las discusiones, tales como la existencia de subsidios agrícolas o la privatización de servicios, o directamente manifestar el rechazo en bloque a las negociaciones de un acuerdo. A menudo, el acceso a las negociaciones está facilitado para los grupos más poderosos de empresarios que expresan sus intereses sectoriales, por ejemplo, el Foro Empresarial de las Américas en el ALCA.
- 4) *Presión sobre las compañías transnacionales.* Las compañías transnacionales que se instalan en países en desarrollo, aprovechan no sólo el inferior costo de la mano de obra en esos países, sino también incentivos que hacen a las condiciones de trabajo (desregulación de derechos y precariedad laboral) y cuestiones que atañen a los derechos humanos (debilidad normativa para controlar abuso de autoridad, acoso sexual, discriminación, trabajo infantil). Esta situación llamó la atención de organizaciones de los países desarrollados quienes, a través de acciones de cabildeo sobre los medios, las mismas compañías, los inversionistas, fondos de inversión o directamente sobre los consumidores, han impulsado la elaboración de compromisos para enfrentar la situación. Estos se denominan “*códigos de conducta*” acordados entre las empresas, los sindicatos y grupos de la sociedad civil. Dado que el compromiso de sujetarse a estos códigos enunciado por las empresas no es suficiente, se impulsa también la *verificación del cumplimiento del código*, no sólo como un monitoreo interno (realizado por personal de la empresa), sino también a través de la verificación por terceras partes que legitimen el proceso y que involucren a las organizaciones no gubernamentales locales. (Vitón, 2001).

En algunos casos, la presión de las organizaciones sociales sobre gobiernos, compañías transnacionales y organismos internacionales en el nivel local o regional, puede verse fortalecida

La Asociación de Mujeres en Solidaridad (AMES), ONG de Guatemala y miembro fundador de la Red de la Maquila (REDMAQ) trabaja con las compañías para negociar por mejores condiciones de trabajo de las maquiladoras. Otra organización integrante de REDMAQ es el Movimiento “María Elena Cuadra” (MEC) de Nicaragua. Entre otras acciones, vale mencionar la campaña de lobbying realizada con el apoyo de la ONG inglesa One World Trust (OWT), donde representantes de MEC realizaron un viaje a Europa con el objeto de incidir sobre sectores clave en la toma de decisión y de política en Europa sobre cuestiones de derechos laborales en Nicaragua.

Fuente: www.oneworldaction.org / www.waronwant.org

y amplificada cuando se generan *procesos transnacionales* y solidaridades entre grupos de la sociedad civil de países pobres y ricos. Un ejemplo de este tipo de articulaciones es la Alianza Social Continental, integrada por organizaciones de Norte América, Latinoamérica y Caribe con el propósito de hacer un seguimiento y hacer visible el cuestionamiento y oposición al proceso de negociaciones del ALCA.

Campañas de incidencia

Como se mencionó anteriormente, un proceso de incidencia política raramente se implementa de forma unidimensional, esto es, limitado a una sola de las dimensiones descritas. La complejidad de los problemas a enfrentar y las dificultades de acceso a la toma de decisiones, requieren que las organizaciones sociales mixtas y de mujeres consideren un abanico de estrategias. Esta visión multidimensional de la incidencia política facilitará el logro de los objetivos propuestos y con ello el fortalecimiento de la gobernabilidad del sistema de poder.

Oxfam Internacional

Oxfam Internacional trabaja para ejercer presión ante el Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional, Naciones Unidas, Organización Mundial del Comercio y la Comisión Europea. Trabajando como un equipo global junto con otros aliados y organizaciones afiliadas, Oxfam se encuentra haciendo campaña para lograr cambios en las actuales políticas y prácticas en materia de comercio, conflictos y ayuda humanitaria; y en temas como el alivio de la deuda, el comercio de armas, la reducción de la pobreza y la educación básica universal.

Un ejemplo de campaña de incidencia con un fuerte componente en comunicación es la campaña Comercio con Justicia (www.comercioconjusticia.com).

Oxfam exige que se reescriban las reglas del comercio internacional y que se convierta al comercio en una fuerza capaz de sacar a millones de personas de su situación de pobreza. A través de la campaña reclama a gobiernos, instituciones y compañías multinacionales, cambios en las reglas del comercio, para que éste se convierta en parte de la solución a la pobreza, y no parte del problema.

Pero además de ejercer presión, Oxfam sabe que los cambios se producirán cuando un gran número de personas lo exijan, tanto en los países empobrecidos, como en los países ricos. Por ello la campaña incluyó la movilización ciudadana a través del envío de e-mails y postales a las compañías tostadoras de café. Sólo en España, durante 2003 se enviaron 110.000 e mails y postales a Nestle, Sara Lee y Kraft pidiéndoles que paguen a los productores un precio digno por el café que compran.

Fuente: www.oxfam.org

Alianza Social Continental

La ASC se creó sobre la base de una alianza de sindicatos, grupos de Derechos Humanos, mujeres y ambientalistas en 1998 y realizó su primera Cumbre en Santiago, Chile, ese mismo año. Su objetivo fue abrir espacio político para la formación de una alternativa al modelo neoliberal que actualmente rige la política macroeconómica en la conformación del ALCA.

Ha promovido las consultas masivas a la sociedad civil sobre el ALCA, donde por ejemplo en Brasil alrededor de 10 millones de personas votaron en Septiembre de 2002. Una mayoría absoluta (98.33%) se pronunció en contra de que Brasil se uniera al ALCA.

Dentro de la ASC, se conformó un Comité de Mujeres integrado por organizaciones y redes de la región. En el documento de la ASC "Alternativas para las Américas" se incluyó una sección sobre cuestiones de género. Sus áreas principales de preocupación son la feminización de la pobreza, las prácticas discriminatorias contra las mujeres en la fuerza de trabajo, el trabajo doméstico no remunerado, el escaso número de mujeres en las áreas de toma de decisiones. La ASC propone que las negociaciones comerciales se encuadren dentro de las normas internacionales y convenciones de las Naciones Unidas tales como la Convención sobre la Eliminación de toda forma de Discriminación contra las Mujeres (CEDAW).

La Campaña Continental contra el ALCA organizada por la ASC se acompañó de un esfuerzo descentralizado de difusión, promoción y sensibilización teniendo en cuenta los recursos e iniciativas de cada país, de acuerdo con sus realidades, símbolos y lenguajes locales. Sus acciones incluyeron un sitio web (www.movimientos.org/noalalca/); boletines electrónicos sobre el avance y contenido de la campaña de difusión; artículos, notas de opinión y programas radiales; educación popular en contra del ALCA y elaboración de materiales de capacitación; monitoreo y acciones frente a las negociaciones oficiales; convocatorias a movilizaciones y consultas populares, etcétera.

Fuente: www.asc-hsa.org

Bibliografía consultada

- AWID, 2003, "Estrategias y Vías", Association for Women's Rights in Development, *Revista Mujeres, Jóvenes y Liderazgo*, N° 1 - diciembre.
- Barton, Carol y Williams Mariamma, 2002, "Presentación sobre los aspectos pedagógicos de la alfabetización en economía", en WIDE (Network Women in Development Europe), *Report of the Economic Literacy Strategic Planning Meeting*, Bruselas, 28-30 de octubre. (Mimeo).
- Bourdieu, Pierre, 1997, *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*, Anagrama.
- CARE, "Advocacy tools and guidelines: promoting policy change manual". www.careusa.org.
- Castells, Manuel, 1998, "La era de la información. Economía, sociedad y cultura", en *La sociedad en red*, Madrid, Alianza.
- Espino, Alma y Azar, Paola, 2002, *Comercio internacional y equidad de género*, Red Internacional de Género y Comercio.
- Fernández María Cecilia, 2001, "Las redes de comunicación: la experiencia de la REPEM", en Sanchís, Norma (ed.), *El ALCA en debate. Una perspectiva desde las mujeres*, Biblos.
- Frankson, Joan Ross (ed.), 2002, *Women Challenging Globalization, A gender perspective on the United Nations International Conference on Financing for Development*, March 18-22, Monterrey, Mexico, UNIFEM/WEDO.
- Global Exchange, "Another World is Possible. A how-to guide that shows what you can do to stop the Free Trade Area of the Americas and the World Trade Organization", San Francisco. www.globalexchange.org
- López, Cecilia, 2001, *¿Qué tipo de desarrollo se debe financiar?*, Iniciativa Feminista de Cartagena.
- Miller, Valerie, 1999, "Desafíos y lecciones de la incidencia política", Just Associates. www.justassociates.org
- Ortega, Miguel y Soriano, María de la Paz, "Manual de cabildeo", Movimiento Ciudadano por la Democracia (MCD). www.laneta.apc.org/mcd.
- Oxfam America. "Just Add Conciusness: A Guide to Social Activism". www.oxfamamerica.org
- Oxfam Internacional, 2003, "La crisis del café, segundo balance de la campaña de Oxfam Internacional", diciembre. www.comercioconjusticia.com
- Rodríguez, Lilia, 1990, *Identidad y cambio*, CEPAM, Ecuador.
- Sanchís, Norma, (ed.), 2001, *El ALCA en debate. Una perspectiva desde las mujeres*, Biblos.
- Sanchís, Norma, 2003, ponencia "Las dimensiones ocultas de la globalización económica", en *Memoria Foro Internacional Las mujeres en el siglo XXI*, La Paz. Bolivia.
- Sanchís, Norma y Baracat, Verónica, 2003, "Apuntes metodológicos para la formación de formadoras/es en género, economía y libre comercio", Red Internacional de Género y Comercio - Capítulo Latinoamericano. www.generoycomercio.org
- Sikkink, Kathryn, 2003, "La dimensión transnacional de los movimientos sociales", en Jelin, Elizabeth (comp.), *Más allá de la nación: las escalas múltiples de los movimientos sociales*, Libros del Zorzal.
- Sirker, Karen (ed.), 2002, "Incidencia política, comunicación y formación de coaliciones", en el marco del Curso de empoderamiento comunitario e inclusión social - 19/10 al 16/11/2002, *Programa Piloto de educación a distancia para Argentina, Ecuador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Perú*, Banco Mundial.
- Sirvent, María Teresa, 1994, *Educación de adultos: Investigación y participación*, Coquena Grupo Editor SRL, Buenos Aires.
- Suárez, María, 2003, "III FSM: Mujeres rescatan metodología feminista de incidencia política", Ciberenredadas, Red de Mujeres AMARC-ALC. www.movimientos.org
- VaneKlasen, Lisa, 1995, *Policy Players: A Power Map for Advocacy Planning*, InterAction.

- Vitón, Aníbal, 2001, "Transnacionales y códigos de conducta: ¿Maniobras de relaciones públicas o nuevos instrumentos para defender los derechos laborales?", en Sanchís, Norma (ed.), *El ALCA en debate. Una perspectiva desde las mujeres*, Biblos.
- UNIFEM, 2000, *El progreso de las mujeres en el mundo 2000*, Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer.
- Washington Office on Latin America (WOLA), "La Planificación Participativa para la Incidencia Política: Una Guía Práctica". www.wola.org
- White, Marceline, 2001, "El documento de alternativas de la Alianza Social Continental", en Sanchís, Norma (ed.), *El ALCA en debate. Una perspectiva desde las mujeres*, Biblos.
- Women's International Coalition for Economic Justice (WICEJ), 2002, "Tools for Women's Advocacy – UN Conferences at Work", March. www.wicej.addr.com.

Anexo. Recursos (Sitios de interés)

<p>AFL-CIO <i>American Federation of Labor and Congress of Industrial Organizations</i></p> <p>www.aflcio.org</p>	<p>Es una federación de 61 sindicatos nacionales e internacionales con sede en Estados Unidos. Es miembro de la Alianza Social Continental y la representante en el Comité de Mujeres de la misma.</p> <p>Posee un Centro para la Cooperación Internacional, donde coordina esfuerzos con sindicatos de América Latina.</p>
<p><i>Amnesty International Canada</i></p> <p>www.amnesty.ca</p>	<p>Están trabajando en los lineamientos de una próxima campaña sobre violencia contra las mujeres en el marco del Comercio Internacional y los traslados territoriales (migraciones), bajo el paraguas de Derechos Humanos.</p>
<p>ART <i>Alliance for Responsible Trade / Alianza por un Comercio Responsable</i></p> <p>www.art-us.org</p>	<p>Es una red de organizaciones sindicales, de agricultores familiares, religiosas, de mujeres, de medio ambiente y de investigación y desarrollo que promueve el comercio y desarrollo equitativo y sustentable. Integra la Alianza Social Continental.</p>
<p><i>Articulación Feminista Marco-Sur</i></p> <p>www.mujeresdelsur.org.uy</p>	<p>Es una articulación regional que reúne a las organizaciones de mujeres involucradas en el seguimiento e implementación de la Plataforma de Acción Mundial de Beijing y forma parte del Comité Internacional del Foro Social Mundial.</p>
<p>ASC - HSC <i>Alianza Social Continental / Hemispheric Social Alliance</i></p> <p>www.asc-hsa.org</p>	<p>Es una alianza multisectorial creada con el fin de abrir un espacio político para la formación de una alternativa al modelo neoliberal que actualmente rige la política macroeconómica en la conformación del ALCA. Dentro de la misma, las redes de género reunidas en el Comité de Mujeres, trabajan para hacer visibles los impactos de la mundialización y de los tratados de libre comercio entre las mujeres.</p>
<p>AWID <i>Association for Women's Rights in Development</i></p> <p>www.awid.org</p>	<p>Es una organización de afiliación internacional que vincula, informa y moviliza a personas y organizaciones que están comprometidas con el logro de la igualdad de género, el desarrollo sostenible y los derechos humanos de las mujeres. En los últimos años comenzó a incorporar nuevas temáticas y debates con países del sur, como el Foro Internacional "Reinventando la Globalización" realizado en 2002 en Guadalajara-México.</p>
<p>CoC <i>Center of Concern</i></p> <p>www.coc.org</p>	<p>Es una ONG fundada en 1971, cuya meta es proveer herramientas básicas para enfrentar los cambios que permitan aumentar la justicia social y brindar información y análisis para generar políticas de desarrollo y alternativas para la acción. Una de las estrategias que desarrolla es fortalecer el liderazgo de las redes y las capacidades de advocacy para impulsar políticas e instituciones a favor de la justicia en Estados Unidos y en la escala global. Desde la creación de la RIGC en 1999 actúa como Secretariado de la Red.</p>
<p><i>Common Frontiers</i></p> <p>www.web.net/comfront</p>	<p>Es una red de organizaciones canadienses con sede en Ottawa ligadas a la justicia económica y el comercio. Participa como tal en la Alianza Social Continental.</p>

<p>DAWN <i>Development Alternatives with Women for a New Era</i></p> <p>www.dawn.org.fj</p>	<p>Es una red para el intercambio de información y análisis con las mujeres de otras regiones del Sur. Desde 1998 la Coordinación para América Latina es llevada adelante por REPEM.</p>
<p>DEVELOPMENT GAP <i>The Development Group for Alternative Policies</i></p> <p>www.developmentgap.org</p>	<p>Desde 1977 trabaja para informar a las mujeres y varones del sur que en el Norte se toman decisiones sobre sus economías y el medio ambiente donde viven. A través de la colaboración con ciudadanos/as de todo el mundo, Development Gap muestra alternativas prácticas a las políticas y programas existentes. Entre sus acciones, lideró la campaña "50 años Basta!" hacia el Banco Mundial y la Red Saprin.</p>
<p>IFC <i>Iniciativa Feminista de Cartagena</i></p> <p>www.repem.org.uy/iniciativafc</p>	<p>Es una libre asociación de redes y espacio pro-activo y reactivo. Busca avanzar en temas macroeconómicos, optimizando lo trabajado en la región por otros grupos e iniciativas ya existentes. Produce conocimiento y reacciona con pronunciamientos en eventos internacionales.</p>
<p>JUST ASSOCIATES</p> <p>www.justassociates.org</p>	<p>Busca fortalecer el impacto de las organizaciones que promueven la equidad, inclusión, derechos humanos y la justicia económica. Por medio de capacitación, asesoría técnica, investigación y otras formas de apoyo, facilita alianzas y aprendizaje entre las organizaciones del sur y del norte, entre activistas y académicos, y entre distintos grupos de la sociedad civil.</p>
<p>MSN <i>Maquila Solidarity Network</i></p> <p>www.maquilasolidarity.org</p>	<p>Es una red con base en Toronto que se especializa en el seguimiento de derechos laborales, códigos de conducta de las corporaciones transnacionales y desarrolla estrategias de lobbying y negociación con ellas. En la actual economía global es esencial que los grupos del norte y el sur trabajen juntos por el trabajo con dignidad, salarios justos y condiciones de trabajo aceptables, así como lugares de trabajo y comunidades saludables.</p>
<p>MESA GLOBAL DE GUATEMALA</p> <p>www.mesaglobal.net</p>	<p>Integrada por organizaciones que luchan contra la globalización neoliberal en Guatemala.</p>
<p>REBRIP <i>Red Brasileira para la Integración de los Pueblos</i></p> <p>www.rebrip.org.br</p>	<p>Articulación de ONGs, movimientos sociales, entidades sindicales y asociaciones profesionales autónomas y pluralistas que actúan sobre los procesos de integración regional y comercio. Estas entidades buscan alternativas de integración hemisférica opuestas a la lógica de la liberalización comercial y financiera predominante de los acuerdos actualmente en curso.</p>
<p>REMTE <i>Red Mujeres de Transformando la Economía</i></p> <p>www.movimientos.org/remte</p>	<p>Es un espacio de articulación de redes y núcleos nacionales de 11 países de la región, cuyo propósito es contribuir a la apropiación crítica de la economía por parte de las mujeres, y a la búsqueda de alternativas basadas en la justicia económica y de género.</p>

<p>REPEM <i>Red de Educación Popular Entre Mujeres de América Latina y el Caribe</i></p> <p>www.repem.org.uy</p>	<p>Busca fortalecer y consolidar procesos de articulación equilibrada entre lo nacional, regional y global para contribuir al logro de la justicia social, económica y de género. A través de su programa <i>Educación, Género y Economía Popular</i> promueve el empoderamiento de las mujeres líderes de emprendimientos económicos populares para influenciar efectivamente en las políticas sociales y económicas de los gobiernos locales</p>
<p>RIGC <i>Red Internacional de Género y Comercio</i></p> <p>www.generoycomercio.org www.genderandtrade.net</p>	<p>Brinda apoyo y recursos para la evaluación del impacto diferencial en las mujeres de los acuerdos de libre comercio y la formulación de políticas que apunten a un desarrollo económico que tenga como meta la equidad social y de género.</p>
<p>UNIFEM <i>Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer</i></p> <p>www.undp.org.br/unifem/</p>	<p>Presta asistencia financiera y técnica a programas y estrategias que promuevan los derechos humanos, la participación política y la seguridad económica de las mujeres. También trabaja en asociación con otros órganos de las Naciones Unidas, gobiernos, organizaciones no gubernamentales y redes, con objeto de alcanzar justicia social e igualdad de género en áreas que comprenden desde esfuerzos por la paz hasta acuerdos comerciales.</p>
<p>WEDO <i>Organización de Mujeres para el Medio Ambiente y el Desarrollo</i></p> <p>www.wedo.org</p>	<p>Promueve la equidad de género y lucha por un planeta pacífico, medioambiente, justicia social y económica, y derechos humanos para todos. Desde su comienzo, WEDO ha trabajado para integrar una perspectiva de género en los procesos de las Naciones Unidas y ha apoyado la participación de mujeres de América Latina y otras partes del mundo en conferencias internacionales.</p>
<p>WICEJ <i>Women's International Coalition for Economic Justice</i></p> <p>www.wicej.addr.com</p>	<p>Es una coalición internacional que representa a 35 organizaciones de todas las regiones del mundo. Trabaja para incluir el género en las áreas de política macroeconómica y políticas intergubernamentales, desde una perspectiva de los derechos humanos.</p>
<p>WOMEN'S EDGE COALITION</p> <p>www. Womensedge.org</p>	<p>Organización creada en 1998 que busca mejorar la situación de las mujeres y los pobres en el mundo, provocada por las políticas comerciales injustas. La Coalición ofrece alternativas positivas a las políticas actuales y presiona por programas de ayuda innovadores para que las mujeres no sean olvidadas y tengan acceso a los procesos de negociación comercial.</p>
<p>WIDE <i>Network Women in Development Europe</i></p> <p>www.eurosur.org/wide</p>	<p>Trabaja para el fortalecimiento de los derechos sociales y económicos de la mujer. Para ello realiza una labor de presión e información sobre las políticas internacionales llevadas a cabo por la Unión Europea (EU) y otros organismos mundiales como la OMC, el BM o el FMI, sobretudo aquellas relacionadas con el comercio.</p>
<p>WOLA <i>Oficina de Washington para Asuntos Latinoamericanos</i></p> <p>www.wola.org</p>	<p>A través de su "Programa de Capacitación en Incidencia" ofrece capacitación en las metodologías y técnicas de incidencia a organizaciones de la sociedad civil en Centroamérica con el propósito de fortalecer su capacidad para influir en las políticas y programas oficiales a nivel local, nacional e internacional.</p>