

004829

PROGRAMA UNIVERSITARIO DE  
ESTUDIOS DE GENERO - U. N. A. M.

07-11  
A837  
3210

ASOCIACIÓN DE MUJERES COMUNICADORAS  
(COMITÉ GESTOR)



PROGRAMA DE DESARROLLO  
1996 - 1997

MAGIN

# **PROGRAMA DE DESARROLLO**

(Elaborado por el Comité Gestor)

## **Proyectos y Acciones**

**L**as mujeres en Cuba han avanzado, probablemente, mucho más que sus congéneres de Latinoamérica por lo que se refiere a leyes que las benefician y las igualan y a algunos resultados concretos de su accionar en favor de sí mismas. Pero en el plano subjetivo tanto ellas como el resto de la sociedad en la que interactúan poseen poca información e insuficiente reflexión acerca de la dimensión de género y sus condicionamientos discriminatorios y desfavorecedores, así como acerca de las nociones de potenciación, construcción de alianzas y aun de las diferencias mismas entre sexo y género.

Desde 1993 un grupo de profesionales cubanas de la comunicación comenzó a unirse para intercambiar criterios con relación a las tensiones y retrocesos que para sus congéneres entraña la crisis económica que vive el país, la pérdida femenina de porcentajes en los espacios del poder y el surgimiento o resurgimiento de males sociales y conductas estereotipadas que implican perjuicios o desconsideración hacia ellas.

En este ejercicio de identificación de las brechas de género, algo más de un centenar de profesionales de los medios masivos más otras que se desempeñan en diversas áreas comunicativas como académicas, investigadoras, conductoras de programas de salud y cultura, etc., coincidieron en la necesidad y la urgencia de permear con una conciencia de género los productos de comunicación social; prepararse para ello y para la asimilación de los lenguajes con los cuales se representan y debaten estos asuntos a escala internacional en el presente; enfilear acciones de difusión y de entrenamiento para multiplicar potencialidades; fortalecer la autoestima femenina tan implicada en los avatares de una angustiosa vida cotidiana; crecer profesionalmente; intercambiar y producir nuevos conocimientos; mostrar a otros la singularidad de nuestras experiencias y del proyecto político cubano, que ha hecho de la resistencia su principal forma de lucha, en buena medida apuntalada por las mujeres; y capitalizar todo el arsenal teórico y práctico resultante, en función de la comunicación social.

A manera de ejemplo es útil mencionar los siguientes: *sexismo en el lenguaje; dilema en los 50; y estructuración de proyectos; Imagen racial en los medios, Mujer y Cambio; "Jineterismo" y prostitución;* el retrato fílmico y el documental como vías para expresar la subjetividad femenina; diseño de personajes para telenovelas; sexualidad femenina; y estereotipos comunicativos sexistas. Los talleres de crecimiento individual llenan media jornada cada semana en meses alternos. El promedio de participantes es de 30.

Adicionalmente hemos producido encuentros extraordinarios para intercambiar con prominentes figuras de otros países, entre las cuales es imprescindible mencionar a la delegación presidida por *Leslie Cagan* e integrada por *Alice Walker, Angela Davis, Pratiba Parmer* y otras; o la visita que a comienzos del 95 nos hiciera *Guadalupe Espinosa*, representante de UNIFEM para el área. Un verdadero placer ha significado el recibir entre nosotras a amigas y amigos de España, Inglaterra, Canadá, Estados Unidos, Bélgica, Holanda, Alemania, Suecia, Ecuador, República Dominicana, Costa Rica, Argentina, Paraguay, Chile, Colombia, entre otros.

A tales actividades se añaden numerosas acciones, debates, intercambios profesionales y diálogos que han ido conformando avances en las gestiones del Comité Gestor y de las asociadas.

Este Comité Gestor, que al cumplir dos años, en 1996, incorporó a otras 4 prominentes comunicadoras, está integrado por cuatro destacadas realizadoras y escritoras radiales, dos distinguidas directoras de televisión, una reconocida cineasta, cuatro valiosas periodistas, cuatro prestigiosas realizadoras de espacios y programas televisivos, y 7 muy calificadas académicas e investigadoras.

En agosto de 1994 MAGÍN adoptó su primer *Programa de Desarrollo* del cual, a pesar de la casi total ausencia de recursos, fueron materializadas no menos del 60% de las acciones. Para viarias de éstas contamos con el decisivo apoyo de la Oficina de UNICEF en Cuba; con donativos de amigas norteamericanas y canadienses; y con la solidaridad de otras entidades nacionales, agencias del sistema de Naciones Unidas e individuos. En 1995 recibimos ayuda de la Oficina Regional del Caribe de OXFAM UKI para impulsar el *Programa de Capacitación* para la creación de productos comunicativos con enfoque de género, cuyos resultados han sido muy importantes en el camino de expandir el proceso de sensibilización y divulgación de los enfoques genéricos.

A la altura de abril de 1996 actualizamos nuestro *Programa de*

**Así nació el Comité Gestor de MAGÍN, una Asociación de Mujeres Comunicadoras que pretende expandirse nacionalmente, elegir sus órganos de dirección y promulgar sus proyecciones en el momento oportuno, durante una conferencia constitutiva.**

**MAGÍN es una simbiosis de los conceptos de imagen e imaginación, vinculados estrechamente con el quehacer de sus integrantes como creadoras y difusoras de mensajes y con la reconocida capacidad de las mujeres para sentir que *"hay un cielo sobre nuestras cabezas"*.**

**En marzo de 1994 fue presentado públicamente el Comité Gestor de 15 miembros, cifra que en julio fue ampliada a 18, al calor de los preparativos para el Curso-Taller *"Género en la Comunicación Social: Un nuevo enfoque"*, exitosamente desarrollado bajo los auspicios conjuntos de MAGÍN y UNICEF con la presencia de la experta consultante ecuatoriana *María Elena Montenegro*.**

**Al curso-taller, que alcanzó amplia representación, asistieron 65 comunicadoras y comunicadores de varias provincias y un número significativo de autoridades de los medios masivos de comunicación y la cultura, así como prominentes figuras de la vida pública cubana. Representaciones de la UNESCO, el PNUD y la FAO acompañaron a UNICEF y MAGÍN en las sesiones de apertura y cierre del Encuentro.**

**A los buenos resultados de este curso-taller, que han sido profusamente multiplicados a posteriori, se añaden otros también muy estimulantes cuales fueron el de *Autoestima y Feminismo* en noviembre de 1993 conducido por la experta del Centro "Flora Tristán" de Perú, *María Ester Mogollón*; el de *métodos de investigación* impartido por la socióloga cubana *Bizerta Sánchez de González*; el de *Intuición y Persuasión: vías para comunicar*, en agosto de 1995, conducido por la experta filipino-canadiense *Marilou Carrillo*; y *Permiso para quererme, desarrollado por compañeras de la Federación de Mujeres Cubanas*, entre otros.**

**El fruto más jugoso de nuestra producción e intercambio de conocimientos y saberes son los talleres de crecimiento individual. Para abril de 1996 se habían celebrado alrededor de 50 con los temas más disímiles, imbricados con la realidad cubana y con la dimensión y el concepto de género.**



ACCIONES

MAGIN

**Desarrollo.** Este proceso incluyó la formación de los Equipos de Estudio y Creación, en los cuales descansará en buena medida la ejecución de las actividades conformadoras del Programa mismo.

Desde el punto de vista práctico, el Programa de Desarrollo incluye la adquisición de *status* jurídico para MAGÍN a tenor con las leyes y disposiciones vigentes para la organización de la sociedad civil socialista cubana. En el plano conceptual las acciones y proyectos de comunicación social de MAGÍN están encaminados a:

- A** Sensibilizar a toda la sociedad y capacitarla para captar las expresiones de estereotipos sexistas perpetuadoras de discriminación.
- B** Dotar a comunicadoras y comunicadores de categorías de análisis y puntos de mira que les permitan permear su labor creadora de enfoques favorecedores de la construcción intergenérica.
- C** Contribuir a proyectar y expandir la dimensión de género a escala nacional y regional mediante productos comunicativos.
- D** Popularizar información y dinámicas tendientes al fortalecimiento de la autoestima femenina, su potenciación y la construcción de alianzas a su favor.
- F** Informar, educar y concientizar mediante productos comunicativos acerca de problemas sociales cuyas causas y consecuencias precisan de enfoques y análisis de género.
- D** Alimentar y retroalimentar a comunicadoras y comunicadores acerca del debate internacional sobre género con sus epicentros en la Plataforma de Acción adoptada en la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer, efectuada en Beijing, y en las concertaciones allí estructuradas en el terreno de la comunicación social.

# EQUIPO DE ESTUDIO Y CREACIÓN: GÉNERO EN LA COMUNICACIÓN SOCIAL

(Una mirada sobre el sesgo sexista de imágenes, noticias, canciones, fotos y composición gráfica en la Cuba de hoy)

**S**abemos que nuestro discurso y acciones y también los de otras fuerzas de la sociedad, incluidos los dirigentes de los medios de comunicación están reportando avances en el tratamiento de los géneros. Pero queda mucho por andar. Queremos identificar el **QUÉ** y el **CÓMO**, hablar sobre esto, **mover el agua** alrededor de la **invisibilidad** de la mujer en la comunicación social.

## OBSERVA Y RECONOCE EL TRATAMIENTO DISCRIMINATORIO:

**juventud rebelde**  
Día feliz para Raúl  
Lara, dos records mundiales!

**Esos hombres imprescindibles**

**El protagonismo del barrio**

ritmo de la Oriental

HISTORIA DE UNA PROSTITUTA 4

Todo patriota en las fiestas

Siempre presentes

¿QUÉ PASA...?

Este equipo será coordinado, por **MIRTA RODRIGUEZ CALDERÓN**.

**Si te interesa participar en esta acción comunicativa, inscribete aquí**

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>



# **EQUIPOS DE ESTUDIO Y CREACIÓN LA IMAGEN DE LA MUJER EN LOS MEDIOS PUBLICITARIOS**

## ***“En la publicidad nada es casual”***

***“La publicidad juega un papel decisivo como instrumento de comunicación social siendo capaz, independientemente de los contenidos intrínsecos de cada mensaje publicitario, de conformar modelos colectivos de valores y comportamientos, ofreciendo al público no sólo productos, sino también modelos de actitudes, formas de vida e imágenes paradigmáticas que orientan y en muchos casos definen las necesidades y deseos de las personas”***

**S**on varios los estudios que reflejan que la publicidad recoge una visión sexista de las mujeres y de los papeles que se les han asignado tradicionalmente. Aún prevalece la consideración de utilizar la imagen de la mujer como objeto y no como persona, tomando su cuerpo como reclamo, en unos casos con carácter marcada, y en otros de forma muy sutil.

Se trata entonces de hacer un levantamiento del tema en todas las revistas publicadas en Cuba. Analizar cómo se presenta la imagen de la mujer en los anuncios y buscar formas de retroalimentación a editores y editoras, creadoras y creadores que, en su mayoría no tienen una conciencia de género.

La idea es que profesionales de esta materia analicen y detecten hasta las más sutiles formas de mal tratamiento de la imagen femenina en este medio, para con esa información, poder sensibilizar a los creadores y editores de dichas imágenes.

**Este equipo será coordinado, por NORMA GUILLARD y GERARDO RUIZ.**

**Si te interesa participar en esta acción comunicativa, inscríbete aquí:**

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>

## **EQUIPOS DE ESTUDIO Y CREACIÓN IDENTIDAD, GÉNERO Y RAZA EN LA COMUNICACIÓN**

**S**i yo quiero saber cuál es mi identidad, me formulo la interrogación: *¿Quién soy yo?*. Cuando decimos *“somos mujeres”* estamos aludiendo a un equipo de pertenencia. Si digo: *“Soy cubana”*, me refiero a la identidad nacional. Todos los seres humanos tenemos una identidad, de acuerdo con el mundo al que pertenecemos:

- ✧ **Identidad con el país al que pertenecemos (soy cubana)**
- ✧ **Identidad de clase (soy campesina, soy obrera...)**
- ✧ **Identidad por edad (soy niña, soy adolescente...)**
- ✧ **Identidad de raza (soy negra, soy mestiza, soy blanca)**

**Cuando los seres humanos nos comunicamos, buscamos una identificación. Es tarea de los Medios tener en cuenta a los receptores de la información que suministran.**

**La sociedad cubana es fundamentalmente mestiza. La participación de negros y negras, mestizos y mestizas es significativa en casi todos los aspectos de la vida social: deportes, salud, educación, etc. Sin embargo, en los medios, sobre todo la televisión, el papel que desempeñan las y los protagonistas *“coloreados”* casi siempre están circunscritos a los servicios, la esclavitud, la marginalidad y la prostitución.**

**Se propone trabajar en la elaboración de productos comunicativos que reflejen el abanico racial de nuestra sociedad y permitan que el amor, el heroísmo, la belleza, el honor, la inteligencia, etc. adornen a todas y todos los cubanos y cubanas, independientemente del color de su piel.**

**Este equipo será coordinado, por IRENE ESTHER RUIZ, MAITÉ VERA, ELVIRA CERVERA, CONSUELO ELBA, GEORGINA HERRERA, XIOMARA BLANCO, NORMA GUILLARD.**

**Si te interesa participar en esta acción comunicativa, inscríbete aquí.**

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>

## EQUIPOS DE ESTUDIO Y CREACIÓN:

# RED MAGIN / COMUNICACIONES DE GÉNERO

**U**na mirada de género sobre nuestros haceres y quehaceres; un esfuerzo por convertir en noticias nuestras acciones.

Mediante el correo electrónico tenemos la posibilidad de proporcionar a periódicos y emisoras radiales de toda Cuba y también de algunos otros países mediante las **REDES DE COMUNICACIÓN DE GÉNERO** que ya existen en varias zonas del Continente, información sobre nosotras mismas y sobre las singularidades de la experiencia cubana.

Los contenidos de nuestros talleres, las alegrías y angustias de cada una de nosotras (mujeres sin historia); más algunos temas que podemos encauzar mediante el periodismo investigativo (ej. el valor del trabajo no remunerado de la mujer; la distribución de los fondos salariales en Cuba; la violencia: contra la mujer, contra los niños y las niñas, los ancianos y las ancianas; en el tránsito y en la calle, en el piropo y en el trato, contra la Naturaleza, contra la propiedad social; el porqué de los embarazos en edades tempranas; el **empobrecimiento** de la mujer tras el divorcio, etcétera, etcétera) pueden conformar excelentes despachos que nos **coloquen** en la agenda pública y contribuyan a equilibrar el desbalance actual en que **ESTAMOS PERO NO ESTAMOS**.

Este equipo será coordinado, por **HERMINIA RODRIGUEZ**

## El tiempo de las mujeres

Desde hace seis años, las cubanas enfrentan medidas de austeridad para encarar la dura crisis económica. Pero, como siempre, son las mujeres las que llevan en sus hombros el mayor peso. Así lo explica la siguiente reflexión de la periodista cubana Herminia Rodríguez Calderón, coordinadora general de la Red de Redes de Comunicaciones de Género.

Con todas las cubanas nos llamamos imprevistas en ciertas situaciones como nunca antes. Situaciones que hemos generado nuestros derechos reproductivos gracias a servicios de salud, legislación y políticas muy adelantadas. Hemos respondido con una disminución de la fecundidad alia en extremos alrededor de 75 hijos por cada 1000 mujeres.

En esta disminución en la tasa de fecundidad ha contribuido en los últimos tiempos algo que llamamos Período Espiritual.

Nosotras que seguimos al trabajo en las universidades en posiciones muy superiores a los del resto de América Latina, como nuestras congeneras del continente sufrimos los efectos de la crisis económica.

Por ahora nos protegemos los principios de justicia aplicados a la educación, salud y seguridad social proporcionados por estructuras de gobierno. Sin embargo, estas disponibilidades tan importantes no están a los niveles del Período que otros insularidades múltiples también sobre tales valores de la vida nacional.

Así, excesos los medicamentos y los medios de enseñanza, los recursos educativos para la educación son escasos y no existen. Falta iluminación apropiada y hurgos en las escuelas. Pero hay escuelas y maestros como también médicos para absoluto siempre todos.

Nosotras, mujeres de una generación en que los milímetros de crecimiento y las horas de cada día presuponen sacrificios y angustias colosales, seguimos sufriendo los costos de los nuevos cambios.

Para muchas son muy altos. Muchas en penurias de posibilidades han optado por la jubilación temprana, el retiro temporal, la renuncia o suspensión de aspiraciones.

«Otroas, como ellas, iban a afrontar la crisis y el escape económico. Llevan un bulto no solo por la falta de su propio y blanqueados (que las mujeres). Hemos estado suscitando con patenas) sino también por las limitadas disponibilidades de agua debidas a los cortes de la energía eléctrica y el agotamiento de las fuentes de abastecimiento esenciales para sostenir requerimientos

memorias de las esenciales, sus estilos y nombres de sus hijos o parientes. Pero que? Indagaciones en Santiago de Cuba y en La Habana indican que en ciertos casos funciona el viejo sistema de no me representa, que varias mujeres tales destacan.

Observaciones de mayor detalle indican necesarias pero a veces de parecer evidente que las mujeres involucradas en la economía informal, al estar extendiendo la situación económica, la moneda mayor de los puestos de venta de alimentos ligeros, los alimentos y son ellas las que compran y venden, también son ellas las vendedoras de centros y las artesanas de artesanías. Ellas trabajan los cuerpos, hacen zapatos y ceramias con e

vales y decorados para y se ocupan de los artículos de

medios y hogares. El resultado donde los cambios en Cuba están experimentando, susten-

tiendo fuertes de los casos. Herminia Rodríguez Calderón, coordinadora general de la Red de Redes de Comunicaciones de Género.

El año pasado, cuando se celebró el 50º aniversario de la Revolución, se celebró el 50º aniversario de la Revolución. Se celebró el 50º aniversario de la Revolución.

El año pasado, cuando se celebró el 50º aniversario de la Revolución, se celebró el 50º aniversario de la Revolución.

El año pasado, cuando se celebró el 50º aniversario de la Revolución, se celebró el 50º aniversario de la Revolución.

El año pasado, cuando se celebró el 50º aniversario de la Revolución, se celebró el 50º aniversario de la Revolución.



Hay muchas para hacer para mejorar las cosas de nuestras



ESTE DESPACHO FUE PUBLICADO POR NOTICIAS ALIADAS DE PERU

**Si te interesa participar en esta acción comunicativa,  
inscríbete aquí:**

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>

## **EQUIPO DE ESTUDIO Y CREACIÓN**

### **MAGÍN / VIDEO**

**(Un estímulo a la creación del presente)**

**L**a producción cinematográfica en Cuba ha figurado entre lo mejor de la cultura latinoamericana y de su llamado "*nuevo cine*". Es en esta expresión artística donde, con mayor vuelo, la imagen femenina, sus problemas, su realidad y sus conquistas personales y colectivas han sido preservadas para siempre mediante ese poder de trascendencia que posee la cinematografía.

Aunque en cifras insuficientes, en el cine han alcanzado corporeidad y presencia un número de directoras que han podido probar su talento, si bien ninguna de ellas se ha lanzado todavía fuera de las márgenes de la cinematografía documental. Más de una está ya estructurando futuros filmes de ficción.

El ejemplo cimero de *Sara Gómez* y su "*De cierta manera*" ha tenido seguidoras respetables en *Rebeca Chávez*, *Belkis Vega*, *Miriam Talavera*, *Mayra Vilasís*, *Marisol Trujillo*, entre otras.

En un diapasón tangencial, el del video, se han venido desarrollando también algunas de aquéllas, además de otras tantas que han preferido este medio de expresión, estéticamente rico pero menos complicado y costoso, para plasmar temáticas de este tiempo, conflictos, personajes...

*Niurka Pérez*, *Teresita Ordoqui*, *Gloria Rolando* y la muy destacada *Lissette Vila*, entre otras, engrosan una nómina de pioneras que se atrevieron a emprender la conquista de recursos de expresión ganados por ellas a coraje y capacidad.

En un territorio convergente, en los que ya atesora un arsenal de excepción, se ubica *Estela Bravo*.

Es muy estimulante -y contrastante con lo que mayoritariamente ocurre en otros medios de comunicación- que todas estas creadoras han mirado hacia sus congéneres y han hecho cultura y arte a partir de las mujeres, desde su ser mujeres.

*Miriam Talavera* lo declaró en el I Encuentro Iberoamericano Mujer y Comunicación en 1993: "la obra es distinta cuando hay en ella una mirada de mujer".

**MAGÍN/VIDEO** se constituye como Equipo de Estudio y Creación con la pretensión de estimular, favorecer, entusiasmar, impulsar, ayudar, y allegar cooperación de otros, para creadoras que están aspirando a hacer cuajar sus iniciativas mediante este medio de expresión.

Entre los meses de diciembre y enero últimos un equipo de compañeras y compañeros se trasladó a Santiago de Cuba para capturar las imágenes que darán vida a un filme documental sobre una nonagenaria negra, pobre y discriminada, que dio hijos a la patria, valores éticos a su familia, sentido a su propia existencia y luz a los espíritus: *REYITA (María de los Reyes Castillo Bueno)*.

**La cineasta Marina Ochoa encabeza este grupo de trabajo cuyos resultados se inscriben dentro del proyecto MAGÍN: ¿Doña de qué? ¡Reyita!, coordinado por Sonia Moro.**

**El Equipo de Estudio y Creación MAGÍN/VIDEO será coordinado por Annet Cárdenas y Mabel González.**

**Si te interesa participar en esta acción comunicativa, inscríbete aquí.**

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>



## **EQUIPO DE ESTUDIO Y CREACIÓN ECOGÉNERO**

**L**a humanidad necesitó miles de años para crear la segunda naturaleza: ciudades, fábricas, puentes, carreteras entre los cuales pasamos, por desdicha, la mayor parte de nuestra vida.

Arquitectos y arquitectas, antropólogos y antropólogas, sociólogas y sociólogos, historiadoras e historiadores y muchas y muchos especialistas más luchan y nos informan de los denodados esfuerzos que se realizan para restaurar, proteger y conservar el patrimonio legado por otras generaciones humanas. No nos asombran los recursos que se dedican a cuidar a Venecia, o las pirámides de Egipto, o el casco histórico de La Habana Vieja. Sin embargo, mucha gente observa con absoluta serenidad cómo se destruyen las barreras coralinas que Naturaleza creó durante millones de años; o ve con indiferencia a algunos niños abrir el delicado cuerpo de las lagartijas, que tantos insectos indeseables devoran...

La mujer, con ese ánimo de proteger, cuidar y amar que la caracteriza, es el resorte ideal para despertar en la población esa inquietud desde la comunicación social. Cuando los ríos no llevan aguas limpias, cuando no hay leña, cuando falta la sal, cuando los cuellos de las camisas regresan negros de hollín, cuando corremos a los cuerpos de guardia por ataques de asma y bronquitis que pudieron no existir, por diarreas, por alergias, por envenenamientos; cuando las plantas mueren en derredor... Cuando todo eso sucede, quienes más sufrimos somos las mujeres, quienes corremos y hacemos vigiliias junto a nuestros enfermos somos nosotras.

**Este equipo será coordinado, por Pilar Sa y Karen Wald.**

**Si te interesa participar en esta acción comunicativa, insíbete aquí:**

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>

## **EQUIPO DE ESTUDIO Y CREACIÓN**

### **CALIDAD CON CALIDEZ**

**L**as y los comunicadores que cubren el sector de la salud y algunas áreas de las ciencias constatan repetidamente el alto nivel técnico de estas disciplinas y servicios. Sin embargo, no son pocas las oportunidades en que la ausencia de una conciencia de género, por un lado, y de la suficiente calidez por el otro, restan plenitud a realidades y logros por los que podemos sentirnos, en verdad, orgullosos y orgullosas.

El hecho mismo de que exista una historia clínica con las mismas preguntas para hombres y para mujeres; de que las necesidades específicas de hierro y calcio de ellas no formen parte de la preocupación de los profesionales de estas áreas; la experiencia tan común de una mujer que “muere de miedo” en el salón de parto, donde está siendo excelentemente atendida, pero a quien le está faltando una mano tibia que le enjague el sudor, apuntan cada vez con más énfasis hacia la necesidad de estimular y reforzar la entrega de calidez junto a la calidad técnica.

Las comunicadoras y los comunicadores podemos hacer mucho para que los y las profesionales de la salud adquieran, desarrollen o refuercen su conciencia de género: ¿No son mujeres principalmente las que atienden a otras mujeres en los salones de parto? ¿Y qué ocurre en las áreas donde se practican interrupciones de embarazo? ¿No parece a veces que las mujeres que pasan por estos sitios son tratadas como si fueren a pagar allí por “el pecado original”?

En los territorios, amplios y diversos, que tienen que ver con la salud es esencial que las comunicadoras y comunicadores ayudemos a desarrollar una conciencia de género, para que la calidad esté apuntalada por una mano tibia, una frase amable, un rostro amigo, una expresión solidaria. Las mujeres somos especialmente sensibles y necesitamos de un modo muy particular de calidez.

Este equipo será coordinado, por NEREIDA DÍAZ, ALINA GONZÁLEZ MORO, LETICIA ARTILES.

**Si te interesa participar en esta acción comunicativa,  
inscríbete aquí.**

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>

## **EQUIPOS DE ESTUDIO Y CREACIÓN**

# **SPOTS DE GÉNERO PARA LA RADIO Y TV**

**E**l enfoque de género permite desarrollar conocimientos concretos sobre la situación de las mujeres con respecto a los hombres en el mundo. Su sentido filosófico es precisamente contribuir a visualizar las relaciones de poder y subordinación de las mujeres, conocer las causas que las producen y encontrar mecanismos para superar las brechas existentes.

Este enfoque visualiza que en la medida que el género es una construcción social y cultural que se produce históricamente, es susceptible de ser transformado y esto es lo que queremos.

Realizar *spots* para la radio y la televisión, dirigidos a receptores de ambos sexos y de todas las edades, con temas de:

- ✦ **Convivencia familiar**
- ✦ **Machismo en la mujer y el hombre**
- ✦ **Aspectos de solidaridad entre las mujeres (que a veces es menor que entre los hombres)**
- ✦ **Otros**

Los objetivos son:

- ✦ **Fortalecer la voluntad favorable a la igualdad de mujeres y hombres desde la más pequeña edad.**
- ✦ **Romper estereotipos que se trasladan de generación a generación con el apoyo de los Medios.**
- ✦ **Hacer evidente los prejuicios de subordinación que de forma inconsciente se mantienen con la mujer.**
- ✦ **Lograr reflejar una imagen real y cotidiana propia de nuestro tiempo.**

Este equipo será coordinado, por **CONSUELO ELBA ALVAREZ, ISABEL AIDA RODRÍGUEZ, ALESSA POSADA, GEORGINA HERRERA Y NORMA GUILLARD.**

**Si te interesa participar en esta acción comunicativa, inscríbete aquí.**

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>

# EQUIPOS DE ESTUDIO Y CREACIÓN:

## QUE NADIE SE ENTERE...

**U**n compendio analítico de anécdotas y situaciones reveladoras de cuánto debe y puede hacer la comunicación social para "destapar" el silencio que rodea a las múltiples manifestaciones de agresividad cotidiana, cuyas víctimas mayores se localizan entre las mujeres, las niñas y los niños, las ancianas y los ancianos. Para muchos se trata de un "asunto de familia", de un problema de la mayor privacidad acerca del cual, tanto víctimas como victimarios se pronuncian por *que nadie se entere...*

Las acciones comunicativas previstas se proponen enfrentar el crecimiento de la violencia contra las mujeres y otras personas en desventaja; y fortalecer la autoestima y la toma de conciencia de ambos géneros acerca de este fenómeno del presente a escala universal.

### LEE Y REFLEXIONA:

(Tomado de **SEXUALIDAD FEMENINA** de la experta argentina **María Luisa Lerer**)

#### EL PAN, LA CEBOLLA Y LOS GOLPES TIENEN QUE VER CON LAS MUJERES

Si nosotras mujeres soportamos maltratos y/o cualquier tipo de violencia dentro de nuestra casa materno-paterna, o la formada por nosotras mismas, y lo tomamos como parte de la vida natural, aceptamos un proverbio chino que dice: "Cuando llegues a tu casa, pegale a tu mujer, no le preguntes por qué, ella sabe".

Para nosotras es tan frecuente sufrir violencias: como golpes, burlas y abusos emocionales y psicológicos, abusos sexuales, violencia conyugal en forma cotidiana, que pocas veces nos damos cuenta y nos cuesta asumir que esa violencia es el arma del patriarcado para mantenernos en nuestra actual situación de marginación y opresión.

Es tan "natural" que a veces no lo vemos, es invisible, siempre buscamos justificaciones. Esto trae terribles consecuencias para nuestra identidad como personas y nos lleva a la autodesvalorización y caída de nuestra autoestima.

Los efectos de la violencia sobre nosotras traen una cantidad de trastornos psicológicos: sentimos culpa, humillación, incomunicación, baja autoestima, vergüenza, timidez, miedos y depresión.

66

Además sentimos confusión, incapacidad de concentrarnos, trastornos de la alimentación (por ejemplo bulimia, adicción, confusión entre la comida y los afectos), trastornos en los hábitos de sueño: insomnio y/o no poder dejar de dormir y cambios en toda la forma de nuestra vida.

En cuanto a los trastornos sexuales, cuando somos o hemos sido maltratadas o agredidas por padres, madres, tías, maridos y a veces gente desconocida, tenemos miedo a la intimidad, falta de interés en las relaciones sexuales, incapacidad de sentir placer. A veces nos sentimos sucias y humilladas al tener relaciones íntimas, porque es en el sexo donde consciente o inconscientemente recordamos los violentos abusos de los cuales fuimos objeto. La violencia va desde una "broma", "una burla", hasta la muerte. Decimos "locas" y nosotras crecemos. Critamos con terrible dureza "en privado", pegarnos en privado, como hacen los varones muy "educados" y los no educados. Desvalorizar lo que decimos diciéndonos que somos "tonías", que no podemos "discriminar" ni "diferenciar", "pensá antes de hablar", es una frase típica. La crítica a nuestra frecuencia sexual o a nuestra forma de gozar, el criticar nuestro trabajo, nuestra supuesta desorganización, el establecer ambientes de miedo, el amenazar con abandonarnos. Dejarnos sin explicación. Explicar poco o nada frente al abandono, desaparecer, contar aventuras con otras mujeres, contarnos la vida íntima de otras mujeres, criticarnos frente a otras personas, hacer pactos para que nos peleemos las unas con las otras (mujeres con hijas verdaderas o culturales) son sólo algunos de los abusos emocionales o psicológicos más comunes. La violencia de la desaparición y el silencio es terrible.

Burlarse de nuestra sexualidad, asediarnos cada

67

noche, acusarnos de infidelidades, criticar nuestro cuerpo, retirar el cariño y demandar sexo permanentemente, llamarnos "putas" o "frías" alternativamente. Decir que nos dejan porque no funcionamos sexualmente: ni en frecuencia ni en deseo, hablar de esto desde el lugar del saber que supuestamente ocupa "el que sabe". El lugar que ocupa el esposo y/o compañero.

Según estadísticas, en uno de cada dos matrimonios o relaciones estables, las mujeres sintieron violencia física en algún momento. Una de cada siete mujeres casadas se ve forzada a realizar actos sexuales contra su voluntad, para que "él esté contento y no se vaya con otra mujer". Nunca pensamos que cuando no hay deseo, eso pertenece a la pareja y que el varón que lo niega es porque le es cómodo usar a la mujer como depósito de lo que a él no le gusta saber. Porque tiene que cumplir con el mito de estar siempre listo, "porque él siempre quiere" y con todas las mujeres que quiere.

El criticar, el que "antes eras diferente", "no me acariicias como antes", etc., es otra forma de violencia encubierta que nos limita, nos asusta y nos hace sentir "que no servimos". ¿Quiénes somos? ¿Cómo éramos antes? "La culpa es mía." Casi todos los actos violentos contra nosotras son llevados a cabo por personas conocidas: burlas, golpes, violaciones, incestos, abusos contra la mujer y menores, hijos o no, en todas las formas de violencia, "Contigo pan y cebolla", mito que nos acompañó mucho tiempo. De lo que nunca se habla es de lo que acompaña al pan y a la cebolla: la violencia, el maltrato, que llevan al suicidio y al homicidio.

Para erradicar esto, mujeres y varones debemos trabajar arduamente, entre nosotras, para no golpearnos en todos los niveles, y crecer como personas unidas, sabiendo que van a haber "MUCHAS" crisis que vencer.

68

Este grupo será coordinado, por **MIRTA RODRIGUEZ CALDERÓN**.

**Si te interesa participar en esta acción comunicativa, inscríbete aquí**

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>



## **EQUIPO DE ESTUDIO Y CREACIÓN: LLEGAR A TÍ...**

**A** migas y amigos de muchas partes del mundo han comenzado a mandarnos, en oífras apreciables, materiales y videos muy importantes para nutrir nuestro trabajo de comunicadoras. Hasta ahora no hemos encontrado el camino ideal para hacerlos circular.

En otro orden de cosas, es muy frecuente que mientras miramos la televisión o leemos la prensa, detectemos un enfoque, una ausencia, una inclusión indebida, una escena trabajada con criterio o con lenguaje sexista, etcétera, etcétera.

Sabemos muy bien que muchas de estas cosas ocurren no porque nuestros y nuestras colegas quieran minimizar la imagen femenina, sino porque carecen de conciencia de género y no se percatan de dónde, cómo, cuándo se construyen estas exclusiones y marginalizaciones.

El Equipo de Estudio y Creación LLEGAR A TÍ... generaría los carriles necesarios para que los materiales informativos adecuados (libros, folletos, pancartas, videos, estadísticas, cassettes de audio) lleguen a los y las colegas que van a darle el mejor uso y que puedan seguir circulando de una manera fluida entre unos y otras.

Este equipo atendería también a las necesidades de conocimiento de las compañeras que llegan a MAGÍN buscando el ABC de los enfoques de género (y a veces, el concepto mismo de esta categoría de análisis) y que, en ese momento, están urgidas de tener entre las manos textos que se adecuen al nivel en que ellas se encuentran. Las magineras de más larga participación en nuestros Talleres de Crecimiento Individual necesitan, por su parte, seguir avanzando. Tal escalonamiento y "distribución" de saberes estaría en manos de este equipo, cuyas acciones se inscriben entre lo más importante contenido en nuestro programa de capacitación para la creación de productos comunicativos con enfoque de género.

**Llegar a tí... se encargaría de trasladar a comunicadoras y comunicadores la observación, el consejo, la frase de intercambio profesional oportuna para alertarles y hacerles conscientes cuando, por ejemplo, en una página gráfica ilustrativa de una noticia importante, no hay una sola foto en que aparezca una mujer o todos los titulares están redactados en masculino o en la noticiase proyecta a los hombres con encomiendas productivas y a las compañeras, con responsabilidades domésticas, etcétera, etcétera. No sería ésta, en modo alguno, una labor de fiscalización ni de enjuiciamiento, sino de colaboración fraternal para reforzar la introducción de la perspectiva de género en nuestra comunicación social.**

**Este equipo será coordinado, por Irela Alvarez Conesa**

**Si te interesa participar en esta acción comunicativa, inscríbete aquí**

Nombre	Dirección	Teléfono

## **EQUIPOS DE ESTUDIO Y CREACIÓN GÉNERO, MUJER Y SEXUALIDAD**

**E**l placer sexual no es territorio exclusivo de unas pocas elegidas. Es una posibilidad que todas sin distinción de edades, podemos descubrir y ejercer sin culpa. Cada una desde el mapa de su propio cuerpo.

La idea de que existe una forma ideal de expresión sexual o una manera "*como debe ser*" es lo que provoca que nos pasemos la vida insatisfechas e inseguras, buscando en revistas y otro tipo de literatura la fórmula perfecta de cómo satisfacer. Sin embargo, las expresiones sexuales varían tanto como las personas y sus gustos, y por eso no existen recetas al respecto.

Para cada persona, la expresión sexual que conviene es:

- ✧ La que la deje más satisfecha física y emocionalmente
- ✧ La que la deja más contenta antes, durante y después del encuentro sexual
- ✧ La que le produzca más energía para hacer cosas, más alegría de vivir y más capacidad para valorarse a sí misma y a los y las demás.

Se trata entonces de producir materiales diversos, pequeños e instructivos que aborden diferentes temas sobre la sexualidad femenina, que llegue a todas, independientemente de su desarrollo.

Este equipo será coordinado, por NATIVIDAD GUERRERO, NORMA GUILLARD Y BIZERTA SÁNCHEZ DE GONZÁLEZ.

**Si te interesa participar en esta acción comunicativa, inscríbete aquí:**

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>

## **EQUIPO DE ESTUDIO Y CREACIÓN: ¿QUÉ PASÓ CON LO QUE NOS PASÓ?**

**E**ntre los presupuestos más importantes para hacer comunicación con perspectiva de género, es decir, dirigida a las mujeres y hombres que realmente somos, es imprescindible comprender qué ha pasado en la subjetividad de unas y otros.

*“Los mitos sociales de lo femenino y lo masculino son constitutivos de la subjetividad, la cual se construye social e históricamente a través de la praxis de los individuos.*

*Se trata de producciones ideológicas que operan a nivel inconsciente dibujando lo posible de ser pensado, imaginado, ilusionado, actuado, teorizado, deseado, en un momento histórico particular...*

*Por tanto, la subjetividad es punto de anclaje de mitos, ideales, valores, prácticas, discursos determinados y configurados en el marco de estas relaciones. En este sentido, la capacitación con perspectiva de género debe incluir la crítica y problematización de las inscripciones genéricas subjetivas, que ordenan y valorizan las prácticas de mujeres y varones”.*

**(La mirada de Género, Serie Pasos y vuelos,  
Lic. Silvana Fernández/ Argentina).**

No resulta una experiencia extraña la de personajes de la comunicación que parecen así, *“como de mentiritas”*. No es que sea mentira lo que dicen y hacen, es que la subjetividad de ellos no ha sido *“atrapada”* en el diseño mismo del personaje.

**Esa ignorancia de la subjetividad tiene también espacio en la vida real. ¿Cuántas de nosotras hemos sometido a análisis profundo todo lo que nos ha pasado? ¿Cuánto hemos cambiado? ¿Qué ha ocurrido con nuestras vidas y las vidas de los que nos rodean? ¿Por qué nos sentimos responsables y a veces culpables por las frustraciones tanto nuestras como de los cercanos?**

**Para obtener respuestas tenemos que indagar en los cambios de nuestra subjetividad.**

**Para un correcto enfoque de productos comunicativos que promuevan una construcción intergeneracional, debemos conocer los perfiles de estos cambios y preservar lo mucho de valioso que hay en la experiencia histórica de la cual hemos sido protagonistas, las mujeres en primer lugar.**

**ESTE EQUIPO DE ESTUDIO Y CREACIÓN HARÁ PERIODISMO INVESTIGATIVO ACERCA DE MUJER Y CAMBIO: ¿QUÉ PASÓ CON LO QUE NOS PASÓ?**

**Este equipo será coordinado, por SONNIA MORO, MIRTA RODRÍGUEZ CALDERÓN, LETICIA ARTILES, IRIS ECHENAGUZÍA.**

**Si te interesa participar en esta acción comunicativa,  
inscríbete aquí**

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>



PROYECTOS

MAGIN



## **¿Doña de qué? ¡Reyita!**

Una de las direcciones del trabajo de MAGIN se encamina hacia una compilación de testimonios de mujeres, tanto de aquéllas con una trayectoria notable pública en cualquier esfera de acción, pero muy especialmente de las que por su origen y entorno permanecen ignoradas y desconocidas.

En el caso de la protagonista del Proyecto, **MARÍA DE LOS REYES CASTILLO BUENO, REYITA**, se trata de una mujer negra nonagenaria que conserva su lucidez a pesar de que el paso del tiempo comienza a evidenciarse en la precisión de sus recuerdos.

Si se hace una breve reflexión sobre el reducido número de ancianos/as que alcanzan esa longevidad y de ellos, la exigua minoría que aún tiene capacidad mental, se desprende la importancia y urgencia de grabar los testimonios de Reyita a la mayor brevedad posible.

En la bibliografía cubana existe un valioso testimonio de una escritora de reconocido prestigio, **Renée Méndez Capote** que nos dejara sus deliciosas "*Memorias de una cubanita que nació con el siglo*" y que es la expresión de la vida de una niña blanca cubana, en un medio intelectual acomodado. Podría decirse que este proyecto es como descubrir la otra cara de la Luna.

Es la vida de la nonagenaria **Reyita**, quien cumplirá 95 años el próximo 6 de enero, la de una niña pobre, nieta de esclavos, hija de *vientre libre*, casada con un blanco, quien sintiera conscientemente la discriminación como negra y, sin saberlo a ciencia cierta, las que se derivaban de su condición de mujer y madre de ocho hijos; que criara o cuidara en diferentes momentos de su vida 21 niños más "*sin recibir ná*", movida por su extraordinaria sensibilidad y sentido de la solidaridad humana.

Nacida, hecha mujer y envejecida en los campos y ciudades de la antigua provincia de Oriente, es testigo excepcional de acontecimientos históricos aún objeto de polémica, maestra autodidacta, médium, lectora incansable; en fin, muy capacitada para recordar y contar lo vivido con intensidad y disfrutar el arte de charlar criollamente.

**Su hija más pequeña es una historiadora en plena madurez intelectual que inicia apenas sin recursos, grabando, transcribiendo, borrando y volviendo a grabar, dos solitarios cassetes que ha logrado llevar a un borrador de cien cuartillas donde se recogen momentos culminantes de la vida de *Reyita*.**

**Sin embargo, el tiempo apremia. Es necesario profundizar y retomar muchos aspectos que aún no se han investigado suficientemente. La lucidez de *Reyita*, aunque se mantiene, comienza a debilitarse. Se reitera, por eso, la extrema urgencia de retomar las sesiones de grabación en Santiago de Cuba; entrevistar a familiares de edad avanzada, a sus numerosos hijos, propios y de crianza, incluso a sus dos comadres prostitutas, a sus nietos, el mayor de los cuales tiene casi la misma edad de su hija menor : 56 años. Además, debe completarse el ya en ejecución proceso de investigación bibliográfica complementaria.**

**El necesario *Archivo de la Palabra*, inexistente en Cuba, donde sólo se ha hecho este tipo de trabajo de manera aislada y asistemática, sería algún día una bella realidad, en la que no deberían faltar los testimonios de *Reyita*.**

## **Objetivos**

- ✦ Enriquecer el acervo histórico-cultural de nuestro país, particularmente en lo que se refiere a la casi invisible historia de las mujeres.**
- ✦ Fundamentar el porqué del nivel alcanzado por nuestras mujeres, sus raíces, su tradición de emancipación social y personal, aun en períodos tempranos de nuestra historia republicana..**
- ✦ Abordar los problemas de la triple discriminación de las mujeres negras y de los sectores humildes en un estudio de caso a través de una investigación testimonial**

## **Metas:**

- ✦ **Redacción en un plazo de 14 meses -a partir de la aprobación del financiamiento- de un libro de aproximadamente 350 cuartillas, más material gráfico.**
- ✦ **Elaboración de un video con entrevistas y testimonios que incluya la grabación el próximo cinco de enero de la serenata y fiesta que tradicionalmente le ofrecen sus vecinos a *Reyita* en su hogar en Santiago de Cuba. El guión de ese video se hará sobre la base del trabajo de investigación de este proyecto.**
- ✦ **Localización de las fotos y documentos que enriquecerán el libro.**

## **Descripción:**

**El eje central del proyecto se conforma fundamentalmente en el rescate testimonial de la larga vida de *Reyita*, el que se ha organizado a partir de un cuestionario con los siguientes puntos:**

**Información cronológica-bibliográfica**  
**Aspectos importantes de su vida afectiva**  
**Elementos tradicionales**  
**Participación en hechos históricos notables**  
**Su condición de mujer, esposa, madre y trabajadora**  
**Sus concepciones éticas, sus costumbres, su espiritualidad,**  
**su percepción sobre el amor, la amistad, la honradez, el patriotismo.**

**Todo ese material estará organizado en tres grandes etapas: niñez-juventud; madurez y tercera edad. Su condición de mujer negra le da un punto de vista muy especial a sus opiniones y a sus percepciones, al mismo tiempo que su pertenencia a la zona oriental de la Isla le confiere especificidades caribeñas y regionales, así como la peculiaridad de que *Reyita* es una lectora, hasta el día de hoy, infatigable.**

**El hecho de que la menor de sus hijos/as sea la ejecutora del Proyecto le da a éste un tratamiento de género y raza muy permeado de la misma sensibilidad de quien los ha sufrido también en carne propia, además de la atmósfera afectiva por la relación madre-hija que lo convierte en un acto único e irrepetible.**

## **Revista MAGÍN**

**U**n año después de haber surgido en La Habana, Cuba, el embrión inicial de MAGÍN como Asociación de Mujeres Comunicadoras, salió a la luz el número cero de una revista con propósitos de edición trimestral en su primera etapa. En octubre de ese mismo año aparece una *separata* dedicada a la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer en Beijing. Otra *separata*, que dibuja las estrategias de comunicación aplicables para Cuba como desprendimiento de la Plataforma de Acción de Beijing y de los acuerdos adoptados allí por las redes de comunicación se encuentra lista para el momento en que dispongamos de recursos para su edición.

Si bien la publicación es la primera en Cuba que se plantea el abordaje de los temas de actualidad imbricados con la dimensión y el concepto de género, su surgimiento constituye un hito que viene a dar coherencia a los afanes dispersos de tantas/os comunicadoras/es que en publicaciones diversas se interesaron por estos temas y han allanado el camino hacia nuestros propósitos actuales. La aparición de la revista MAGÍN, por tanto, daría cauce a los esfuerzos pasados y presentes de comunicadoras y comunicadores cubanos.

### **Fundamentación**

Es conocido el vacío de información existente en Cuba en lo referente a los temas relacionados con la dimensión y el concepto de género. La revista que pretendemos editar se propone contribuir con seriedad a la eliminación de ese vacío, al tiempo que abrir un espacio para el tratamiento de estos temas por parte de los comunicadores/as y otros especialistas del país. Asimismo, la revista buscaría la colaboración de analistas de otros países, lo que contribuiría de manera importante a la actualización de conocimientos y el intercambio de ideas con estos autores. Se trata de poner en manos de los comunicadores/as y especialistas de áreas sociológicas y humanísticas un necesario instrumento de trabajo, contenido en esta categoría de análisis.

## **Objetivos**

- ❖ **Resumir y sintetizar la producción colectiva de conocimientos sobre género.**
- ❖ **Registrar los avances de la Asociación de Mujeres Comunicadoras MAGÍN y de la perspectiva de género en los productos de comunicación social en Cuba.**
- ❖ **Favorecer la expansión del conocimiento teórico en materia de género.**
- ❖ **Colocar al alcance de comunicadores/as un compendio de temas de actualidad imbricados con la dimensión y el concepto de género.**

## **Metas**

- ❖ **Editar una publicación trimestral que inicialmente tendría 40 páginas, dirigida a comunicadores/as, especialistas de otras disciplinas sociológicas, científicas y humanísticas, así como a promotores/as de cultura y movilización comunitarias.**
- ❖ **Acercar a los sectores profesionales antes mencionados a las páginas de la publicación, no sólo como lectores/as sino como colaboradores/as o testimoniantes.**
- ❖ **Difundir como colaboradores de la publicación a especialistas de otros países.**
- ❖ **Editar el número 1 de la publicación en 1996.**
- ❖ **A partir de la salida del número 1 de MAGÍN, reforzar la campaña promocional ya iniciada con el número Cero, a fin de profundizar la difusión de la revista y extender su incidencia en un público cada vez más amplio.**
- ❖ **A través de una temprana gestión de canje, comenzar a establecer contactos con publicaciones afines de otros países, los cuales ya han expresado este interés a partir del conocimiento del ejemplar de ensayo.**

## **DESCRIPCION DEL PROYECTO**

**La revista se propone en su etapa inicial como una publicación de 40 páginas, a sólo una tinta, discretamente ilustrada con viñetas y fotografías y tirada original de tres mil ejemplares.**

**Está dirigida en primer término a los comunicadores/as y especialistas de áreas sociológicas y humanísticas, promotores de cultura y movilización comunitaria. En segundo término, a interesados/as de cualquier origen y profesión y a la población en general.**

**El contenido está signado por su enunciado fundamental: compendio de temas de actualidad imbricados con la dimensión y el concepto de género, lo que se desglosa en textos informativos, ensayos, crónicas, artículos, entrevistas y testimonios.**

**El hecho de que sea la primera y única publicación cubana de este carácter, obliga a emplear toda la gama de géneros periodísticos y a jerarquizar todas las temáticas incidentes en el tópico central, en un afán por llenar el vacío de información existente y despertar el interés del público lector. Por tanto, aparecerán textos teóricos junto a noticias breves y reportajes de actualidad. La actividad de los talleres organizados por MAGÍN deberá estar presente, tanto como los pasos de avance que en el medio cubano de la comunicación se observen en relación a la perspectiva de género.**

### **Calendario**

**La revista MAGÍN editará cuatro números, en ocasión de las cuatro estaciones del año. Los números saldrán en marzo, junio, octubre y diciembre.**

# ¿Qué pasó con lo que nos pasó?

## Mujer y Cambio en Cuba

**L**a consolidación del proceso revolucionario en Cuba, desde 1959, condicionó cambios positivos en la integración de la mujer a la dinámica económica del país. Altos niveles de escolaridad, diversidad ocupacional, irrupción en el espacio público, una plataforma de leyes favorecedoras, caracterizaron una situación relativamente privilegiada para las cubanas respecto a sus congéneres de otras áreas del Continente.

Los efectos de la crisis económica, determinada esencialmente por coyunturas políticas conocidas, de hostilidad por un lado y pérdida de la estructura de intercambio comercial por otra, ha dado lugar a un estado de cosas denominado *Período Especial* que se ha reflejado en la macro y microeconomía, convulsionando la vida de toda la nación, y provocado una fuerte carga de estrés en una ciudadanía acostumbrada a máximos niveles de estabilidad personal y social.

Estas realidades han tenido repercusiones profundas en la vida de las mujeres, acarreado cambios tanto a su posición como a su condición<sup>1</sup> con afectaciones tanto para su espacio público como privado, su autoestima y sus expectativas de futuro. El conjunto de derivaciones de tales hechos está reclamando estudios, que se han emprendido sólo de modo muy fragmentario y pragmático, con la agravante de que está transcurriendo un tiempo irrepetible al que, seguramente, habrá que remitirse muchas veces en el futuro.

La dinámica de cambios en que Cuba está inmersa ahora en los avatares para rebasar el *Período Especial* y la forma en que ello se integra en y a la vida de las mujeres demanda compendios empíricos y elaboración teórica que detecten y expongan las modificaciones, preserven su registro para ulteriores trabajos comparativos, y para colocar herramientas de acción en poder de políticos y activistas sociales, además de integrarse a la rica historia de la mitad femenina de los cubanos.

---

<sup>1</sup> Se alude a las categorías desarrolladas por Kate Young: "Reflexiones sobre cómo enfrentar las necesidades de las mujeres" En *Una nueva lectura: Género en el desarrollo*, Guzmán, Virginia, Patricia Portocarrero y Virginia Vargas, compiladoras. Santo Domingo. CIPAF, 1992.

## **Fundamentación del Proyecto**

**La esencia de este proyecto la constituye la investigación de terreno y de gabinete que pueda dar vida a un libro que recoja la naturaleza de los cambios que tienen lugar en la vida de las cubanas, desde la propia subjetividad femenina y desde el saber de mujeres comunicadoras entrenadas en disciplinas varias que aportarían una mirada multidisciplinaria a la problemática.**

**El título provisional que se ofrece para este libro es una frase común en la cotidianidad de las mujeres, donde queda -al mismo tiempo- atrapada la idiosincracia espontánea y comunicativa del pueblo cubano y su característica en extremo solidaria. Esta solidaridad es especialmente visible entre la masa femenina, sobrecargada de las múltiples dificultades del día a día y conminada a "*hacer milagros*" con los insuficientes recursos de que dispone para alimentar a su familia, garantizar a ésta y al hogar común un mínimo de limpieza y una vestimenta aceptablemente correcta.**

**Es la solidaridad la que redistribuye la pobreza en Cuba y es ella la que permite que, a pesar de las infinitas dificultades del presente, las mujeres sigan cumpliendo con su triple rol <sup>2</sup>de productoras, reproductoras y agentes del trabajo comunal.**

**Como obra que es de un grupo de comunicadoras, la materialización de este proyecto transita por la posibilidad de divulgación de las investigaciones de terreno en forma de trabajos periodísticos que ensalzarían el quehacer femenino tan merecedor de reconocimiento. La difusión de estos materiales correría paralela a la ejecución del proyecto.**

## **Objetivos y metas**

- ❖ **Rescatar el registro de la cotidianidad femenina y de los cambios en la subjetividad en un tiempo intensamente complejo.**
- ❖ **Estructurar teóricamente los significados de la dinámica de cambio que registra el país con respecto a la condición y posición de las mujeres.**
- ❖ **Convertir en productos comunicativos los segmentos de la investigación de terreno que den cuenta del comportamiento genérico en esta etapa.**

---

<sup>2</sup> Se menciona en el sentido en que lo categoriza Caroline Mosser en Una nueva lectura: Género en el Desarrollo, CIPAF, Santo Domingo, 1993.



- ❖ **Elaboración y redacción del libro "¿Qué pasó con lo que nos pasó?". Mujer y cambio en Cuba.**

### **Estructura de la obra:**

**El libro pasará revista, desde una perspectiva de género, a los siguientes aspectos generales:**

- 1 Mujer y cambio en la historia**
- 2 Mujer y cambio en la revolución**
- 3 Mujer y cambio en la crisis**
- 4 Mujer y cambios en lo por venir**

**El formato contendrá fundamentos teóricos y empíricos que consientan diferenciar los cambios producidos en el contexto económico y su reflejo directo en la superestructura social, ideológica y cultural de la mujer.**

***El primer apartado* debe responder a una valoración histórica genérica de los cambios en Cuba, participación de la mujer y efectos sobre su comportamiento socioconductual. (La historia de la mujer en la Cuba prerrevolucionaria no se diferencia sustancialmente del condicionamiento actual de muchas mujeres en América Latina).**

***El segundo apartado* debe reflejar los cambios producidos por la revolución cubana, en forma particular, por la incorporación de la mujer al desarrollo, con los beneficios y perjuicios que en el orden genérico se produjeron.**

***En el tercero* se expresan los cambios que en el orden económico, político, social ha producido la crisis económica por la que atraviesa el país y sus repercusiones en la vida de ellas: reubicación laboral, mercado informal, regreso al espacio privado, etc.**

**El cuarto segmento de la obra intenta una proyección en el futuro: ¿qué pasará a las mujeres, a sus conquistas; cómo influirán su calificación y su ejercicio de la independencia individual frente a los avatares de una situación económica de competencia?.**

**En la labor creadora se utilizarán técnicas multidisciplinarias fundamentalmente análisis de contenido a partir de fuentes secundarias; y trabajo de campo para la información primaria: entrevistas a grupos focales. La captación de información empírica La captación de información empírica buscará testimoniar y documentar los asertos teóricos.**

### **Actividades:**

- ❖ **Conformación del equipo de trabajo y delimitación de tareas.**
- ❖ **Generación del instrumental de la investigación**
- ❖ **Pesquisaje, selección y preparación de encuestadoras/es y otros/as colaboradores**
- ❖ **Investigación de terreno**
- ❖ **Captura de información complementaria y bibliográfica.**
- ❖ **Entregas parciales de artículos, informaciones y reportajes complementarios.**
- ❖ **Conformación y redacción del volumen.**
- ❖ **Diseño e ilustración del texto.**
- ❖ **Entrega de los originales.**

## PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

### Antecedentes:

**D**esde 1993, algo más de un centenar de mujeres profesionales de la comunicación en Cuba comenzó a intercambiar criterios relacionados con las tensiones y retrocesos que para sus congéneres entraña la crisis económica que vive el país, la pérdida femenina de porcentajes en los espacios de poder y el surgimiento o resurgimiento de males sociales y conductas estereotipadas que implican prejuicios o desconsideración hacia ellas.

Tal ejercicio de reflexión produjo la Asociación de Mujeres Comunicadoras, que a partir de noviembre de 1993 organizó los cursos-talleres *Autoestima y feminismo*, conducido por María Ester Mogollón, experta del centro "Flora Tristán", de Perú; *Métodos de investigación*, impartido por la socióloga cubana Bizerta Sánchez; y los *Talleres de Crecimiento Individual*, sexismo en el lenguaje, dilema en los 50, violencia cotidiana, "jineterismo" y prostitución, imagen racial proyectada por los medios de difusión cubanos, entre otros. A ellos se añadieron acciones de debates e intercambios profesionales, con los cuales se convalidó entre nosotras y desde nosotras la modalidad de capacitación de Encuentros-Debate.

En marzo de 1994, luego de la presentación pública y ante la prensa del Comité Gestor se desarrolló, en julio, el curso-taller *Género y Comunicación Social: un nuevo enfoque* -conducido por la experta costarricense María Elena Montenegro y auspiciado por UNICEF y Magín- al que asistieron 65 profesionales de la comunicación provenientes de todo el país. En diciembre de ese mismo año este Curso-Taller se reprodujo para otros 22 comunicadores (hombres y mujeres) de la prensa plana, y fue impartido en la revista *Bohemia* por las cubanas Bizerta Sánchez y Mirta Rodríguez Calderón. Durante 1995, en marzo, las colegas de la FMC sirvieron de facilitadoras del Curso-Taller sobre autoestima "*Permiso para quererme*"; y más recientemente, en agosto, la experta invitada filipino-canadiense, Marilou Carrillo, condujo dos Cursos-Talleres sobre "*Intuición y Sensibilidad: vías para comunicar*".

Todas estas modalidades de capacitación enfiladas a promover la creación de productos comunicativos con enfoque de género se completan con los *Equipos de Estudio de Género y Comunicación Social* que comenzaron a constituirse en noviembre de 1995, al calor de la necesidad de estudiar y reflexionar sobre los resultados de la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer de Beijing y de proporcionar a las comunicadoras un espacio de trabajo que combine lo individual y lo colectivo, y permita a las compañeras trabajar en grupos que tomen en cuenta sus niveles precedentes de preparación, impulse a las que recién llegan a *MAGIN* buscando el ABC de los estudios de género; y permita al resto avanzar

**ininterrumpidamente a partir de sus propios conocimientos y alcances intelectuales y profesionales.**

## **Fundamentación del Proyecto**

**Las mujeres en Cuba han avanzado, probablemente, mucho más que sus congéneres de Latinoamérica por lo que se refiere a leyes que las benefician y las igualan y a algunos resultados concretos de su accionar en favor de sí mismas. Pero en el plano subjetivo tanto ellas como el resto de la sociedad en la que interactúan poseen poca información e insuficiente reflexión acerca de la dimensión de género y sus condicionamientos discriminatorios, así como de las nociones de "empoderamiento", autonomía, *advocacy* y aun de las diferencias mismas entre sexo y género**

**Así, tanto para mujeres como para hombres, nuestras acciones de capacitación se constituyen en literales "descubrimientos" que iluminan espacios inexplorados para ellas y ellos; coloca en su real dimensión el alcance de datos estadísticos que se proyectan magnificados, cuando no se analizan comparativamente desde lo genérico; enfoca y visibiliza la carga de sexismo que, a veces queriendo y a veces sin querer, proyectan los medios de difusión.**

**Por lo mismo que las cubanas partimos de situaciones de ventaja: alta calificación, índices participativos importantes en la vida social; y una presencia numerosa y destacada en los medios de comunicación, aun en cargos de decisión; la puesta en marcha de un Programa de Capacitación para la creación de productos comunicativos con enfoque de género se constituye en un puntal básico para contribuir a que las propias comunicadoras desarrollen conciencia de género; a que toda la sociedad comprenda la importancia de que el Tercer Milenio acoja al *proceso de construcción intergenérica que dignifique a ambos sexos con la urgencia de asumir la defensa de lo humano*<sup>3</sup>; y a que los auspicios al protagonismo femenino que resulten de estas acciones redunden en impulsos sustantivos para el *empoderamiento*, la autonomía y el equilibrio en la *posición*<sup>4</sup>**

**La capacidad de los medios de comunicación para propagar ideas, provocar reflexiones, inducir emociones y generar dinámicas de cambio determinan el punto de partida de nuestros esfuerzos, a**

---

<sup>3</sup> Jaime Breilh, "Género, Poder y Salud" Aportes críticos a la construcción intergenérica de una sociedad sin subordinaciones. Quito, Ecuador, Ediciones CEAS-UTN, 1994.

<sup>4</sup> Young, Kate, "Reflexiones sobre cómo enfrentar las necesidades de las mujeres" en Una Nueva Lectura. Género en el Desarrollo. Ediciones Populares Feministas, CIPAF, 1992-

sabiendas de que *"la noticia no tiene sexo, pero su tratamiento sí tiene género"*<sup>5</sup> y que, desde los propios medios masivos y otras formas de comunicación podemos hacer mucho en favor de nuestras aspiraciones de mujeres, de una comprensión más plena de los problemas del presente, y de la necesidad de trabajar juntas por una sociedad justa donde la equidad de géneros sea un sustento para la plenitud de todos.

## **Descripcion del proyecto**

**El programa de la capacitación adoptará cuatro modalidades:**

- 1 Veinticuatro talleres de crecimiento individual, que se efectuarán en meses alternos, un día de la semana , durante cuatro horas.**
- 2 Tres cursos-talleres durante el año, con duración de tres días, a tiempo completo y la participación de profesionales de la capital y del resto del país.**
- 3 Seis encuentros-debate de análisis de la reproducción de estereotipos en los medios cubanos de difusión y la imagen de la mujer que éstos proyectan y de la promoción de conceptos y propósitos que dan contenido a MAGIN.**
- 4 Un número indeterminado (no menor de 30) de *Equipos de Estudio y Creación de Género y Comunicación Social* compuestos por entre 4 y10 "magineras" que se integrarán a propuesta, y con los auspicios, del Comité Gestor y se reintegrarán por voluntad de sus miembros; intercambiarán materiales; se reunirán y adoptarán formas de estudio, reflexión, creación, producción y promoción de manera autónoma, asesorados, auxiliados y estimulados por el Grupo Coordinador Ejecutivo.**

**Las temáticas de estas modalidades de capacitación se organizarán en seis bloques de materias:**

**Género y comunicación social: un nuevo enfoque.**

**Autoestima y género: autonomía y "empoderamiento".**

---

<sup>5</sup> Patricia Anzola, experta colombiana. Discurso ante el I Encuentro Iberoamericano Mujer y Comunicación. La Habana, febrero 1993.

**Imagen de la mujer en los medios.**

**Tendencias actuales en la investigación y la comunicación de género.**

**Perspectiva de género en radio y telenovelas.**

**Sexismo en el lenguaje.**

## **Metodología**

**La metodología general estará basada en una introducción con técnicas participativas grupales para la identificación del problema, inmediatamente seguida por una exposición de los antecedentes y ejes centrales del asunto en cuestión. En la etapa subsiguiente se pasará a la discusión viva, la formulación de estrategias y el enunciado de sugerencias y/o compromisos para la generación de dinámicas de cambio en favor de la equidad intergeneracional.**

**La metodología particular de los *Talleres de Crecimiento Individual*, con duración de entre cuatro y seis horas, la determinarán los coordinadores. Cada sesión contará con uno o dos conductores y asesoría especializada para las dinámicas participativas apropiadas para el tema. Dispondrán de un programa trimestral de materias de debate aprobado por el Comité Gestor.**

**Los *Cursos Talleres* serán impartidos por profesores/as e instructores/as encargados de las cuatro/seis materias correspondientes al bloque de que se trate. Los y las participantes producirán un trabajo comprobatorio de la adquisición de nuevos conocimientos, el cual en algunos casos podría ser un producto comunicativo difundible. Los asistentes recibirán un Certificado de Participación, donde constará el crédito de las entidades y/o agencias auspiciadoras.**

**Los *Encuentros-Debate* se insertarán dentro de eventos nacionales y/o internacionales promovidos u organizados por otras entidades, ministerios y fuerzas sociales del país, con el propósito de capitalizar en aras de la capacitación de género a los más variados públicos. Concluirán con la distribución de una Mini-Memoria MAGIN contentiva de los principales conceptos y estrategias que conformaron el Encuentro-Debate.**

**Los *Equipos de Estudio y Creación de Género y Comunicación Social* efectuarán sus encuentros como promedio una vez cada quince días de acuerdo con la decisión de sus miembros que también decidirán la pertenencia de invitar a miembros de otros Equipos, a expertas o expertos en la materia de que se ocupen o a compañeras del Comité Gestor. El Programa de Estudios y los materiales de trabajo serán aportados por el Comité Gestor**

mediante las coordinadoras de esta modalidad del proyecto, pero las integrantes del Equipo podrán acomodarlo siempre según los intereses y comprensión del grupo.

Por ser MAGIN una Asociación de profesionales que tiene como propósito esencial la creación de productos comunicativos con enfoque de género, y permear de esta perspectiva a la comunicación social en Cuba, los *Equipos de Estudio y Creación* conforman, de hecho, la unidad básica de nuestra Asociación y de todo nuestro trabajo.

Las miembras de MAGIN y otras interesadas e interesados encuentran un foro para el debate en los *Talleres de Crecimiento Individual*; y el marco para el completamiento de conocimientos en los *Cursos-Talleres*.

La Asociación halla su espacio para la proyección hacia afuera en los *Encuentros - Debate*. En este conjunto de acciones reside la armonía y coherencia de nuestro Programa de Capacitación para la producción de productos comunicativos con un nuevo enfoque.

## Objetivos

- ✦ Contribuir de manera determinante a que las y los participantes obtengan y difundan mediante su quehacer de comunicadores información acerca de la historia, la teoría y el devenir de las luchas de las mujeres con enfoque y perspectiva de género.
- ✦ Sensibilizar a los y las asistentes a los talleres, cursos-talleres y otras formas de capacitación, con los conceptos de la dimensión de género y la práctica que de ellas deriva.
- ✦ Provocar la reflexión y el debate en torno a las problemáticas de la mujer en la Cuba actual, su situación en medio de la crisis y la posición a asumir frente a ella, en tanto que productoras/es y reproductoras/es de mensajes, para auspiciar el reconocimiento explícito a la masa femenina como puntal que es de la resistencia.
- ✦ A partir del instrumental teórico adquirido por las y los participantes en los talleres, plantearse la influencia de ellas y ellos en su radio de acción cotidiano para la producción de materiales que alcancen a toda la población y develen el proceso socio-histórico y cultural de la construcción de los géneros.

- ✦ **Conseguir que en particular, las comunicadoras concienticen que su trabajo profesional debe hacer visibles a sus congéneres. Que las mujeres comunicadoras deben "mirar al mundo con ojos de mujer" desde su quehacer específico para enseñar a las otras a hacerlo.**
- ✦ **Propiciar, con la preparación teórica de los y las talleristas, un mayor conocimiento de las razones para existir de la Asociación de Mujeres Comunicadoras, MAGÍN, sus objetivos y propósito esencial de permear de enfoques de género los contenidos de la comunicación social.**
- ✦ **Conseguir el reforzamiento o la apertura de espacios en los medios de comunicación que aborden las temáticas referidas, y cuyo impacto sea medible por vía de retroalimentación.**

## **Alcance del Programa**

**Los *Encuentros - Debate* suelen influir sobre públicos numerosos: en el Certamen Caracol del pasado año, la cifra fue de entre 80 y 90, mientras que en el evento de Cultura y Desarrollo participaron unas 40 personas, además de dos centenares que nos escucharon en plenaria. De modo general asumimos que nuestros Encuentros . Debate coloquen ideas nuevas en la cabeza de 260 - 300 personas en un año. Nuestros *Cursos - Talleres* pueden alcanzar a no menos de 90 comunicadoras y comunicadores de la mayoría de las provincias de nuestro país cuya obra irradia a 2 canales de radio nacionales y 52 provinciales y municipales; 1 diario y 2 semanarios nacionales y 13 provinciales, más numerosas formas de comunicación directa.**

**Los *Talleres de Crecimiento Individual* de MAGIN reúnen cada vez entre 30 y 60 participantes interesadas en el conocimiento y la discusión de los temas de actualidad en materia de comunicación y de género abarcados por el programa específico de estos Talleres.**

**Los *Equipos de Estudio y Creación de Género y Comunicación Social* comprenden a todas las miembros de MAGIN más a otras personas interesadas.**



## **COLECCIÓN MAGÍN / MUJERES**

*(Cuatro series editoriales para las cubanas de hoy: Autoestima; Cultura para la Crisis; Historia de Mujeres sin Historia; e Historia de Mujeres con Historia)*

### **Antecedentes**

**L**a ansiedad de lecturas de la población cubana constituye, en el plano cultural, una de las realidades más dolorosas resultantes de las coyunturas políticas que nos hacen sujetos de la extorsión de una nación poderosa y de la pérdida de las estructuras de intercambio comercial que teníamos con países de la vieja Europa oriental.

A manera de ejemplo bastará recordar que la presente generación de adolescentes nutrió sus fantasías de niñas y niños con centenares de cortos animados, libros de cuentos, folletería, tarjetas postales y otros productos comunicativos, y que, asimismo, la población toda disponía -como promedio anual- de 70 millones de ejemplares de libros, más ediciones trimillonarias de periódicos y revistas, y el doble de horas de transmisión televisiva que en el presente.

Esta situación es particularmente indeseable para las mujeres, reducidas en sus horarios para sí mismas por las sobrecargas estresantes del presente; y carentes de la posibilidad de lecturas de su preferencia (las revistas *Mujeres* y *Muchachas* desaparecieron) a causa de la situación ya descrita.

Aunque el Instituto Cubano de Radio y Televisión ha hecho enormes esfuerzos para la mejoría de su programación, entre ésta la de telenovelas, el hecho de que también los apagones martiricen nuestra cotidianidad, añade inconvenientes para la recepción de importantes nutrientes culturales y espirituales.

Las transformaciones operadas en la subjetividad femenina, el enriquecimiento de su sensibilidad por vía de los altos niveles de calificación que posee todo el pueblo, han dado a ellas papeles protagónicos en la vida social, laboral y política, y en las dimensiones tanto pública como privadas. En esta última se consume el rol reproductor de las mujeres en una situación de dificultades materiales que magnifican los gastos de energía física y psíquica demandados.

En esa misma cotidianidad se disuelven, sin registro alguno, iniciativas, episodios, situaciones y hechos relevantes y pertinentes para la reflexión, la educación popular y el debate, sin que queden reseñados, por lo general, ni en productos comunicativos ni en la literatura que se consigue publicar en el presente.

**Viven entre nosotras y con nosotras miles y miles de compañeras que conforman su existencia, la disfrutan y luchan denodadamente, sorteando escollos innumerables y cuya propia vida daría alientos y enseñanzas a otras. Son mujeres poseedoras de un sentido de la autoestima fuerte y fortalecedor, que tienen cosas que contar y que mostrar: mujeres que aman sin subordinación, que trabajan sin aceptar discriminaciones, que avanzan por la vida buscando y construyendo su propia autonomía hacia espacios donde puedan hacer uso de ella a plenitud de condiciones y en igualdad.**

**Hay también entre nosotras luchadoras connotadas, científicas ilustres, pedagogas apasionadas por su obra, compañeras que se insertaron en oficios no tradicionales y que desde esas posiciones han hecho historia. Esa historia, sin embargo, está por ahora subsumida en sus propios pequeños mundos y en el recuerdo de los episodios de los que fueron protagonistas o partícipes destacadas.**

## **Fundamentación del Proyecto**

**El presente proyecto está dirigido a paliar el vacío de materiales de lectura que reflejen, registren y preserven la riqueza, avatares, angustias y expectativas presentes en la cotidianidad femenina.**

**Las ediciones de cartera de la Colección MAGIN/MUJERES se proponen proporcionar a toda la población y a las mujeres en particular, materiales de lectura atractivos, ejemplarizantes, estimulantes y promotores activos de la perspectiva de género, como categoría de análisis apta para iluminar espacios que nos permitan comprender y, en muchos sentidos, enfrentar la crisis. Serán materiales de pequeño formato con un máximo de 16 páginas.**

**La Colección MAGIN/MUJERES (cuya publicación y comercialización podríamos convenir con la Editorial Pablo de la Torriente Brau de la Unión de Periodistas de Cuba, cuya directora es miembro del Comité Gestor de MAGIN), introduciría en el espacio nacional y regional (la directora de CIPAF de Santo Domingo mostró interés por redifundirlos a partir de ese importante Centro) cuatro series de materiales de lectura con un sello distintivo cada uno para dar satisfacción a necesidades de la población femenina sobre todo a la comprensión por parte de toda la sociedad del concepto de género, y contribuir al registro de este tiempo irrepetible.**

☆ **La serie *Autoestima*, cuyos materiales tendrían sus títulos particulares (Cartas de amor a mí misma; Permiso para quererme, etc.) combinaría la reflexión teórica con ejercicios o relatos fortalecedores de la autoestima femenina (y, de hecho, de cualquier lector). Esta serie -en ejemplares sucesivos- acogería también cartas de lectores/as y de oyentes de programas radiales con temas de género, cuyo**

comentario redunde en reflexiones y consideraciones favorecedoras de la autoestima.

☆ La serie *Cultura para la Crisis* (también con diversos títulos específicos: *Vivir con Ganas*, *Iluminar el Apagón.*, *De la Tierra y del Verde*), tiene como eje temático el ofrecer alternativas, consejos, sugerencias, motivos y aliento para la reflexión que ayuden a las mujeres (y a cualquier lector) a pasar las largas horas del apagón, capitalizar la medicina verde y preservar el entorno (se están produciendo muchas talas indiscriminadas para usar la madera en cocinar); asumir con los menores perjuicios psíquicos y físicos las extenuantes caminatas o las largas jornadas de ciclismo, las tensiones y angustias de las insuficiencias alimentarias, de útiles de limpieza, aseo personal, etc. mediante textos y gráficos que confieran validez a aquellos versos de Neruda que expresan: "...*como es duro este tiempo/espérame/vamos a vivirlo con ganas*". Esta serie estaría permeada de una impronta optimista en función de fortalecer a las mujeres en esta situación difícil.

☆ La serie *Historia de Mujeres sin Historia* tiene el propósito de ofrecer un material de lectura ligero (algunas veces con factura de historieta y, por lo general bien ilustrado). Se trataría de noveletas, cuentos cortos, o historias contadas con nombres de Mujer (Cristina, Norma, Yolanda, María) que hablen de amores y pasiones en toda su gama de posibilidades humanas. Las protagonistas son personas comunes y corrientes que aman y son amadas, desde las cuales emergerá el sentido de la construcción intergenérica mediante las tramas. En el desenlace, si ella llora no será para suplicar y humillarse, sino porque le duele el alma a partir de las decisiones que deba tomar desde su propio sentido de autonomía y de autoestima; ella no se hundirá ni emocional ni económicamente, no será quien cargue con la infidelidad tolerada que la minimiza y la convierte en sujeto de irrespeto y, a veces, también de burlas por parte de su pareja y de otros conocidos. Si hace "*jineterismo*" lo hará a sabiendas, como un acto libérrimo y autónomo; y la historieta hablará de riesgos y de precauciones; de autoestima y de valores éticos. En una palabra, ella no será quien pliegue su vida a realidades que es necesario aprender a vivir, a enfrentar y a rebasar porque de ellas está siempre llena la existencia de las gentes comunes y corrientes. El paradigma del *happy end* estará enmarcado en los contenidos del poema de Gioconda Belli: *Reglas del juego para los hombres que quieran amar a mujeres como tú y como yo*.

☆ La serie *Historia de Mujeres con Historia* está destinada a capturar la vida presente de mujeres que hicieron historia con su existencia (María Luisa Laffita, única sobreviviente cubana de la Guerra de España; Pastorita Núñez, combatiente de la Sierra Maestra y figura muy querida aún por la población que

ahora, en un asilo de ancianos, dirige una brigada de coetáneos artífices de un huerto; Clementina Serra, fundadora y primera directora de los círculos infantiles; Rosario Novoa, la pedagoga de más edad de todas las universidades del país; y otras muchas figuras femeninas) y comparten este tiempo desde una mirada diferente y una experiencia rica con muchas cosas que contar.

## **Objetivos y Metas**

- ☆ **Ayudar a las mujeres a transitar por el Período Especial con una conciencia de futuro que preserve expectativas y aspiraciones, que fortalezca y anime, que ofrezca soluciones y múltiples experiencias.**
- ☆ **Ofrecer materiales de lectura que pueden ser llevados en la cartera para los largos tiempos de espera por un transporte o por algo que debe ser adquirido. Paliar la insuficiencia de materiales agradables de lectura.**
- ☆ **Rescatar, registrar y preservar situaciones de la vida de las mujeres para multiplicar sus contenidos y compartir sus experiencias con muchas otras personas.**
- ☆ **Actualizar el conocimiento y el contacto de los públicos con mujeres que han hecho historia y que, en el presente, viven nuestra propia vida, asumen iguales dificultades y sacrificios, y perseveran con la carga de saber que derivaron de sus acciones trascendentes.**

**Como para todas las acciones de MAGIN, nosotras no hemos esperado a tener para hacer. Con pequeños donativos y el trabajo absolutamente exento de toda remuneración de nuestro equipo de trabajo, estamos próximas a poner en la calle un primer ejemplar de ensayo de la Serie *Historia de Mujeres sin Historia*, conformado por un número de relatos de la escritora Carmen María Acosta, con ilustraciones de la joven artista "maginera" Araís Drake.**

**La Colección MAGIN/MUJERES se propone ser un acontecimiento perdurable.**

# Cubanas de Esencia y Presencia

(Diccionario biográfico de las Comunicadoras del Siglo XX.  
Obra en tres tomos)

## Antecedentes:

**T**oda la historia de las mujeres es un gigantesco episodio inédito, una página casi en blanco a pesar de los esfuerzos de las dos últimas décadas, de los libros, ensayos e investigaciones enfilados por las propias mujeres y otras fuerzas progresistas para rescatar del olvido tantos pedazos del patrimonio humanos, tanta riqueza de emociones y sentimientos, de talentos socavados, quejas y tristezas reprimidas, pobreza, analfabetismo, muertes por aborto, trabajos infinitos, vidas multiplicadas...

Cuando ellas aparecen en el registro de los tiempos vividos, lo hacen como ramerías o como criadas, como madres y compañeras de grandes hombres, y muy excepcionalmente como heroínas ellas mismas, patriotas casi siempre.

En Cuba es rica la herencia que nos han legado nuestras congéneres. En el campo de la comunicación ésta es particularmente nutrida. En 1825 había una mujer dirigiendo un periódico: *El Diario de La Habana*. Su esposo falleció y ella quedó como directora, y lo dirigió hasta el año 1831. Esto hace pensar al académico Julio César González que ella siempre fue la directora y que asumió públicamente ese papel cuando murió su marido.

La primera mujer que ejerció el periodismo fue la camagüeyana Domitila García de Coronado (1847-1938). Con Sofía Estévez fundó en 1866 la revista *El céfiro* y a los 21 años compuso con tipos letras un documento político, editado en 1868. Publicó en La Habana la primera obra de antología realizada en Cuba: *Album Poético Fotográfico de Escritores y Poetisas Cubanas*. En esa época publicó su novela *Los enemigos íntimos* y en 1870, con peligro de su vida, publicó el periódico *Laborante*. Fue premiada varias veces en eventos literarios y ganó medalla de bronce en la Exposición Universal de París, todos estos reconocimientos, en 1888, por su libro *Consejos y Consuelos de una madre a su hija*. Fundó el Colegio Nuestra Señora de los Ángeles, por lo que se le considera Decana de las maestras de instrucción superior y además, fundó la Academia de tipógrafos y encuadernadores de La Habana. Alcanzó 22 diplomas, 9 medallas (dos de oro) en exposiciones extranjeras y nacionales. Murió a los 91 años de edad.

Fue la voz de Zoila Casas la primogénita en surcar el éter cuando la radio cubana tuvo su primer día de transmisiones en 1922. A partir de ese año, ella comenzó a narrar por primera vez en Cuba cuentos infantiles por la radio; anunciaba números musicales y daba

**elementos de noticias. Rita Montaner, la eximia cantante y artista fue la primera cuyo arte entró a los hogares mediante aquel "aparato que habla" al inaugurarse oficialmente una emisora en la Isla, también en 1922.**

**Las primeras imágenes de televisión, escenas de prueba en 1946, incluían la presencia de la actriz, locutora y cantante María de los Angeles Santana. Éste fue el primer rostro que los cubanos vieron en la pantalla chica. 1950 es el año inaugural de la televisión. Maritza Rosales, cuyas condiciones de actriz constituyen todavía una riqueza nacional fue la primera en copar las pantallas dentro de una presentación dramática. Enriqueta Sierra, benemérita y aún recordada, fue la primera escritora radial. En 1923, una cubana inaugura una planta de radio, Josefa Alvarez, en Caibarién, para convertirse en Cuba y en América Latina, en la primera mujer propietaria de una emisora.**

**En las dos décadas del 40 y 50, dos escritoras cubanas, Dora Alonso e Iris Dávila alcanzan preferencia mayoritaria en los espacios radiales por sus novelas diarias y convierten el espacio en el más escuchado en toda la Isla.**

**Y en 1939 la periodista Ernestina Otero, junto con otras prominentes colegas dieron vida a la Asociación Nacional Femenina de Prensa. En 1958, Violeta Casals es la primera actriz y locutora que en Cuba, desde la guerrilla, identificó una emisora en la clandestinidad, Radio Rebelde.**

**El registro es copioso y magistral. Tanto que tal vez podría llegar a probarse que las mujeres comunicadoras cubanas fueron las más destacadas y numerosas de América Latina en su irrupción y acción en los medios y que lo siguen siendo, cada vez con mayor presencia.**

**En el presente, mujeres somos unas 1300 en la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC), de las que 732 son periodistas y en la Sección de Radio, Cine y Televisión de la Unión de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC) somos el 40%.**

**Es también una resultante de la pujanza de este contingente de profesionales lo que ha dado vida al Comité Gestor de MAGIN, una Asociación de Mujeres Comunicadoras cuya fuerza emana del talento que aglutina , y que tampoco tiene precedentes conocidos en América Latina por el concepto amplio de comunicación que sustentamos, y que convoca y hace converger a colegas de múltiples disciplinas, productoras todas de mensajes que alcanzan a muchos.**

**Desde 1993 hemos venido enrumbando esfuerzos para permear de una conciencia de género los productos de comunicación social, imbuir a los creadores y creadoras de los medios de la importancia de también "ver el mundo con ojos de mujer", activar el pensamiento**

público en torno al hecho fde que "la noticia no tiene género pero su tratamiento sí tiene género"<sup>6</sup> y a la necesidad de que el tercer milenio sea el escenario cronológico para que hombres y mujeres nos propongamos avanzar hacia una "construcción intergenérica que dignifique y enriquezca a ambos sexos con la urgencia de asumir la defensa de lo humano"<sup>7</sup>

### **Fundamentación del Proyecto**

**En tales contextos de referencia se inscribe este proyecto: Cubanas de esencia y presencia, un empeño que ya ha comenzado entre nosotras a cobrar vida porque nos parece tan urgente la obra que no podíamos dejar pasar tiempo para esperar financiamiento. Desgraciadamente, los embates de una cotidianidad estresante y demandante, amenazan ya nuestras fuerzas.**

**El colectivo ejecutor se propone rescatar la memoria histórica de las comunicadoras en Cuba, de sus figuras, y de las empresas y sueños comunicativos a los que ellas dieron vida antes que nosotras: hacerlo en todo el país e incluir en ese compendio a periodistas, escritoras para los medios, fotoreporterías y camarógrafas, locutoras y conductoras de programas, realizadoras de radio y televisión, cineastas.**

**El carácter multidisciplinario del colectivo ejecutor, que se apoyará en investigadores y captadores de información en el interior del país constituye en sí mismo una garantía de la calidad del trabajo. Angela Oramas, Renée Potts, Angela Soto , Alicia Cascaret y Teresita Díaz Lago son periodistas; Carilda Oliver Labra es la poetisa viva más importante de Cuba; Miriam Zulueta y Elvira Cervera son actrices; Mayra Vilasís es cineasta; para la radio trabajan Alicia Pineda y Odilia Romero; Carmen María Acosta es también una mujer de la radio, escritora; y Mirta González Perera lo es de la televisión, directora de telenovelas; Oscar Luis López es una prestigiosísima voz de la actuación y la locución, maestro de comunicadores, director y escritor de radionovelas y aventuras, investigador e historiador. Historiadora es también Raquel Vinant; y socióloga es Bizerta Sánchez de Gonzalez**

**Aunque la empresa es gigantesca, (estamos calculando entre cinco y siete mil fichas) el hecho de que sea emprendida por comunicadoras desde dentro de los propios medios podría significar un aligeramiento de la carga por vía de retroalimentación. Nada impide que los "descubrimientos" parciales ocupen espacio en**

---

<sup>6</sup> Expresiones de la investigadora colombiana Patricia Anzola. Discurso ante el I Encuentro Iberoamericano Mujer y Comunicación. La Habana, 1993.

<sup>7</sup> Jaime Breilh: Ob.cit.

**los propios medios, convertidos en noticias, informaciones y reportajes, lo cual nutriría de regreso al colectivo ejecutor.**

## **Objetivos y Metas**

- ◇ **Rescatar la memoria histórica de la comunicación hecha por mujeres en Cuba.**
- ◇ **Promocionar la historia de las mujeres desde las propias mujeres, mediante los medios de comunicación masivos y en función de éstos.**
- ◇ **Contribuir de manera determinante a que las presentes y nuevas generaciones dispongan del conocimiento de sus raíces que se derivaría de las vidas incluidas en este diccionario y que los comunicadores y comunicadoras del futuro hallen en ello fuentes de respeto y de inspiración**
- ◇ **Editar el diccionario ilustrado, en tres tomos, *CUBANAS DE ESENCIA Y PRESENCIA*, la historia de la comunicación en Cuba.**

## **Actividades**

- ◆ **Conformación del equipo.**
- ◆ **Difusión del proyecto e información de sus fines a bibliotecas, centros de documentación y medios de difusión en todo el país.**
- ◆ **Pesquisaje de las/os investigadoras/es y de las investigaciones afines en el resto del país.**
- ◆ **Compilación de los trabajos ya existentes. (Algunos muy avanzados, como los de Oscar Luis López, Ángela Oramas, Renée Potts y Raquel Vinant).**
- ◆ **Conformación de los grupos de trabajo por medios y segmentos profesionales.**
- ◆ **Captura de documentación y bibliografía.**
- ◆ **Preparación y discusión de originales.**
- ◆ **Transcripción de los textos.**



- ◆ **Ilustración y diseño.**
- ◆ **Presentación sucesiva de los tomos.**
- ◆ **Entrega de los originales a la entidad cooperante para su edición.**

### **Calendario**

**La obra abarcará los años de 1996, 1997 y 1998, para concluir su elaboración en el primer semestre de 1999.**

**Conclusión del primer tomo, que compendia a periodistas y cineastas, fotorreporteras y camarógrafas, en el primer semestre de 1997. Conclusión del segundo tomo, que atrapa las vidas e historias de trabajo de las comunicadoras de la radio y la televisión en el segundo trimestre de 1998. Conclusión del tercer volumen (actrices y teatristas que han trabajado para los medios, caricaturistas, diseñadoras y hacedoras de otras formas de comunicación) en el primer semestre de 1999.**

### **Resumen**

**Esta obra, colocada para su edición en manos de la entidad cooperante en 1999, puede constituirse en un aporte sustantivo a las actividades anunciadoras del III Milenio que la IV Conferencia Mundial de la Mujer recientemente efectuada en Beijing definió como el siglo en que las mujeres alcanzarán las plenitudes de su ser humanas, de sus liderazgos, de sus capacidades como científicas y empresarias, preservadoras de la naturaleza y de la vida, artífices de una economía mundial que las tome en cuenta y contabilice su trabajo, incluido el doméstico, que respete la rica herencia de los pueblos y de las mujeres indígenas. Que se apreste, sin prejuicios, a avanzar hacia una construcción intergenérica que permita a hombres y mujeres alcanzar cúspides como individuos y como parejas, como grupos y como colectivos, libérrimamente integrados e interrelacionados.**

# **Pesquisaje del Sesgo Sexista en los Medios de Difusión Cubanos**

## **Antecedentes:**

**E**n los medios de difusión cubanos, como en toda la política del país, existe una voluntad favorable a la igualdad de mujeres y hombres y un deseo indiscutible de favorecerla. Organismos como el Instituto Cubano de Radio y Televisión que dirige y nutre dos canales de televisión, 52 emisoras radiales, 15 telecentros provinciales e infinidad de *casetas* retransmisoras ha incluido en sus directivas anuales del último lustro esta decisión.

Sin embargo, los propósitos no siempre cuajan en buenos resultados; si bien es evidente, y encomiable un avance sustantivo en esta dirección. Baste citar a manera de ejemplo que en indagaciones realizadas en 1988, orientadas por la Federación de Mujeres Cubanas, se observó que por cada 10 hombres incluidos en las noticias aparecía una mujer y que éstas se representaban en ambientes hogareños, de calle o de comercios, mientras que ellos estaban, fundamentalmente, en espacios laborales o en tribunas. Un pilotaje ulterior indicó que aquella proporción era en 1991 de 4,5 hombres por mujer; los escenarios predominantes eran los mismos y el protagonismo de ellas insignificante.

La reproducción de estereotipos en nuestros medios y algunas escenas francamente peyorativas o cosificantes de la mujer en videoclips nacionales y foráneos o en ciertas formas de propaganda está probablemente condicionada mucho más por la ignorancia que por la mala fe o el deseo consciente de subordinación o perjuicio a las mujeres y a su imagen.

Desde el surgimiento del Comité Gestor de MAGIN ha habido un fortalecimiento de los propósitos antes enunciados y, de hecho, una mayor concientización que ha posibilitado la perspectiva de género, su inclusión en productos comunicativos y la verbalización misma del concepto, ha alcanzado espacios en los medios: algunas programaciones radiales y de televisión han abordado el tema, que también ha aparecido en la revista *Bohemia*, y los diarios *Tribuna* y *Trabajadores*. El periódico *Granma* lo mencionó por primera vez el pasado mes de febrero/95, al informar sobre una intervención del representante residente de UNICEF.

¿Cuánto se ha avanzado y cuánto queda por hacer? La respuesta para ambas preguntas puede ser un superlativo: Muchísimo Esto es lo que queremos saber exactamente.

## **Fundamentación:**

**Las investigaciones de medios masivos en Cuba tienen una larga tradición y en la década de los años 50 alcanzaron múltiples expresiones que se aplicaron, sobre todo, a la publicidad comercial. En tiempos más recientes, el aislamiento de Cuba por razones políticas conocidas, repercutió en una cierta desactualización de los investigadores o en su inmersión en espacios muy específicos de este quehacer: controladores, sobre todo, de lo que gusta o no gusta y del alcance de las emisiones (*ratings*). Excepciones aparte.**

**Nunca ha habido en Cuba una investigación sobre el sesgo sexista en los medios. Los pesquisajes acerca de la presencia femenina en éstos ha sido exigua, tal y como se refiere en los Antecedentes; y la difusión de resultados se circunscribe a los folletos divulgados por la FMC cuando se realizó el Encuentro de Chequeo de las Estrategias de Nairobi, en 1988; a las presentaciones de Mayra Vilasís y Mirta Rodríguez Calderón en la Cátedra de la Mujer de la Universidad de La Habana, y a los materiales difundidos por estas investigadoras<sup>6</sup>. Aunque se han ejecutado en la capital cubana dos Encuentros Iberoamericanos Mujer y Comunicación, en 1993 y 1995, el saldo en investigaciones de éstas ha sido exiguo.**

**La estimulante realidad de que hayamos empezado a hablar de género en Cuba, más la acción de nuestro Grupo que ha puesto en marcha un Programa de Capacitación susceptible de ser multiplicado en el futuro próximo, aconsejan -ahora más que nunca antes- emprender una indagación que nos permita medir avances y hacer comparaciones en el tiempo por venir.**

## **Objetivos**

- **Obtener información exacta del sesgo sexista en nuestros medios masivos de difusión, del empleo del lenguaje desfavorecedor de la igualdad de géneros y reductor del protagonismo femenino.**

---

<sup>6</sup> "¿Es varón la calabacita?" *Bohemia*, año 82, #2, 12 de enero de 1990 y "Póngase usted a pensar" *Bohemia*, Año 86, #10, 13 de mayo de 1994 y *Pensar el Cine*, editado por la UNEAC en 1995.

- ✿ **Identificar las brechas de género que se ahondan con su proyección en los medios (en la salud, el ejercicio del poder, la economía, la vida familiar y en el entorno ambiental).**
- ✿ **Influir en la generación de una dinámica de cambios en este sentido por vía de la difusión de resultados parciales.**
- ✿ **Contribuir y apuntalar los esfuerzos de otras entidades y de las direcciones de los propios medios de difusión mediante el conocimiento público que alcanzaría la puesta en marcha y el desarrollo de esta investigación.**
- ✿ **Conseguir un registro fiel del impacto y efectos de los programas de capacitación en género entre los/as comunicadores/as, o de sus insuficiencias, al disponer de la posibilidad de hacer cortes cuatrimestrales comparables.**
- ✿ **Convertir en un tema de conocimiento e interés público las investigaciones sobre igualdad de género en los medios, por lo que ello puede significar para las investigaciones de comunicación social en Cuba; y la influencia de todo ello en los jóvenes y las jóvenes maestras/os y comunicadores/as.**

## **Metas**

- ✿ **Publicar un libro sobre la comunicación con perspectiva de género en Cuba contentivo de los resultados de este pesquisaje.**
- ✿ **Generar una mayor toma de conciencia sobre la capacidad de los medios para modificar conductas, inducir nuevas ideas, provocar emociones y apuntalar cambios de actitudes. Conseguir que la importancia de esta influencia se comprenda más y se tome en cuenta en función de la no reproducción de estereotipos sexistas.**

## **Actividades**

- ✿ **Concertación de las investigadores y generación de los instrumentos para la investigación.**
- ✿ **Selección de los investigadores para el monitoreo en no menos de 8 provincias del país. Curso-taller de adiestramiento a éstos.**

- \* **Determinación de las etapas del monitoreo. (5 / 7 días a comienzos y mediados de cada trimestre; 2 horas en días alternos para emisoras y otros medios preseleccionados; dos ediciones mensuales alternas de los semanarios nacionales).**
- \* **Fijación de las etapas del pesquisaje.**
- \* **Diseño de la difusión de los resultados parciales.**
- \* **Estructuración de los informes resultantes.**
- \* **Elaboración del libro de resumen.**
- \* **Edición del volumen por la entidad cooperante.**

## **Resumen**

**La posibilidad de materializar esta investigación se inscribe dentro de las aspiraciones del Comité Gestor de la Asociación de Mujeres Comunicadoras de impulsar los acápites de la Plataforma de Acción de Beijing que propugnan la equidad de género y que asignan a los Medios de Difusión un papel preponderante en este empeño.**

## **RED MAGIN / COMUNICACIONES DE GÉNERO**

*(Un Buró de Prensa para el Tratamiento de las Noticias con Enfoque de Género )*

**Antecedentes:**

**E**n febrero de 1995 se efectuó en Cuba el II Encuentro Iberoamericano Mujer y Comunicación, auspiciado por la Editorial Pablo de la Unión de Periodistas de Cuba, que propició un fructífero intercambio entre comunicadoras de diez países (Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia, Cuba, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, España y Perú) y alcanzó una Declaración Final tributaria de sus contenidos a la reunión de comunicación auspiciada por la UNESCO, en Toronto, en marzo de este mismo año; fue parcialmente publicada en FEMPRESS en julio/agosto de 1995 y consiguió otros varios espacios de difusión (el diario Claridad de Puerto Rico, la revista Cuba Up Date, del Centro de Estudios Cubanos de Nueva York, el canal 13 de la TV universitaria de México, etc.).

En este II Encuentro Iberoamericano, la delegada de España, Gracia Tenreiro, del Ministerio español de Asuntos Sociales, formuló la propuesta de apoyar en MAGIN la conformación de una red iberoamericana de comunicación de género, asunto que fue debatido y acogido con beneplácito, con la adición de que el proyecto *San Sebastián tiene alma*, del litoral norte brasileño, fungiera dentro de esta red como un foco de irradiación hacia otras zonas de Suramérica cual fue la proposición de Teresa Aguiar, la representante de ese hermoso esfuerzo de desarrollo comunitario que enriquece allí la vida de los pescadores y sus familias.

En los meses subsiguientes, el Comité Gestor de MAGIN ha tenido muy presente el compromiso que emanó del Encuentro Iberoamericano Mujer y Comunicación y la prueba de confianza de que somos depositarias.

Luego de la Conferencia de Beijing y de los intercambios que allí se produjeron entre comunicadoras todo parece indicar que las redes de comunicación de género que se han constituido han estado padeciendo por insuficiente articulación con organizaciones y grupos que podrían suministrarles la "materia prima". Al mismo tiempo tales organizaciones y grupos están urgidos de difundir sus esfuerzos y sus metas.

Más recientemente, en el ya iniciado período de trabajo post-Beijing, ha comenzado a divulgarse la *Propuesta de Estrategias de Comunicación de las ONGs* que darán seguimiento a la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer e implementarán contenidos de

la Plataforma de Acción. Una de las estrategias es, precisamente, "emplear diversos canales de comunicación para el enlace en redes de las mujeres". Las fuerzas convocantes para esta propuesta de Estrategia son todas organizaciones de profesionales de la comunicación: ALAI (Agencia Latina de Información); AMARC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias); APC (Asociación para el Progreso de las Comunicaciones); CEM (Centro de Estudios de la Mujer); IWTC (Centro Internacional de la Tribuna de la Mujer) y MAG (Media Advocacy Group).

En el caso de nuestro país, razones de naturaleza múltiple, entre las cuales ha estado también presente el hecho de que las mujeres escasamente figuran como protagonistas principales de noticias y de que las hacedoras y hacedores de productos comunicativos son poco estimulados/as para convertirlas en punto focal de sus trabajos, han agregado escollos a los determinados por el aislamiento impuesto a Cuba como consecuencia de circunstancias políticas conocidas.

Así, nuestro Comité Gestor de la Asociación de Mujeres Comunicadoras proyecta la conformación de un equipo de trabajo en su seno, integrado por periodistas y, eventualmente, otras creadoras, que darían vida a la Red MAGÍN/Comunicaciones de género (Gender Images Communications), para la elaboración de productos comunicativos con perspectivas de género, los cuales, en una primera etapa serían, fundamentalmente, informaciones y reportajes y, a posteriori, guiones radiales y para TV, programas radiofónicos y videos; enmarcados dentro de las normas actuales de dramaturgia de la información y abarcadores de las múltiples posibilidades que ofrecen los medios: servicios noticiosos, variedades, programas monotemáticos, *spots*, cortos y cuñas, radionovelas, juegos popularizadores de cómo se reproduce la construcción de los roles de género, documentales; y nuestros proyectados seriales Historias de Mujeres sin Historia e Historias de Mujeres con Historia para radio y TV. Progresivamente, todo esto nos permitiría ir engarzándonos a nuevas tecnologías de comunicación.

Otro antecedente sustantivo de este Proyecto reside en el desarrollo simultáneo de un Programa de Capacitación para la Creación de Productos Comunicativos con Enfoque de Género que colocaría alrededor de 100 comunicadores y comunicadoras del país en posibilidades de nutrir la red con materiales portadores de esta nueva perspectiva, más el entrenamiento que ya poseen unas 120 comunicadoras habaneras y una veintena de otras provincias que han pasado por nuestros cursos-talleres y por los talleres de crecimiento individual de MAGÍN. Estos conocimientos, desde luego, reclaman completamiento y actualización ininterrumpida.

## Fundamentación

**Los medios de difusión masivos y otras formas de comunicación tienen la capacidad de multiplicar ideas, influir sobre las conductas, provocar emociones e intervenir determinantemente en la generación de dinámicas de cambio.**

**Las mujeres, su quehacer, su vida, sus demandas y aspiraciones muy pocas veces se constituyen en noticias, salvo cuando ellas son sujetos (o más bien objetos) de hechos de sangre o de violencia, o cuando sus acciones son valorizadas por un hombre.**

**Aun en Cuba, donde no hay crónica roja y las mujeres somos alrededor del 40% de la Población Económicamente Activa, el 63% de los técnicos y el 22,8 % de los parlamentarios, ellas alcanzan muy raramente algún que otro titular como éstos:**

**Condecora Fidel a Vicentina Antuña<sup>9</sup>**

**Homenaje a una mujer de verdad<sup>10</sup>**

**Reconocen éxitos a la directora de Cubana de Acero<sup>11</sup>**

**Destacan resultados productivos de muchachas en oficios no tradicionales**

**Elogian a las agricultoras productoras de alimentos**

**Divulgan méritos de las profesionales del níquel**

**Cuando algunas de esas verdades aparecen en los periódicos, están subsumidas en los plurales masculinos o valorizadas por la presencia de un dirigente -casi siempre hombre- que pronuncia el discurso y exalta el hecho, con lo cual se convierte él en la noticia. A veces, como en el caso de las agricultoras e ingenieras nickelíferas, el sesgo sexista de nuestras estadísticas las ignora. Así, es casi imposible saber en Cuba qué % de los alimentos del**

---

<sup>9</sup> Fue un titular de *Granma* en 1995.

<sup>10</sup> Fue el titular en masculino de una información en *Granma* el 28 de octubre/95 para un artículo dedicado a la memoria de Ben Esaki: "Homenaje a un hombre de verdad" que es el título de un libro del escritor Boris Polevoi sobre un héroe soviético de la II Guerra Mundial, fue muy leído en Cuba en su momento.

<sup>11</sup> Los siguientes son titulares imaginados aunque posibles porque hay una directora exitosa en Cubana de Acero.



**campo son producidos por ellas; cuál proporción del gasto general de salarios les corresponde; y ni siquiera se habla todavía (en un país donde las mujeres hemos avanzado y conseguido tanto) de la voluntad de cuantificación en el Producto Interno Bruto de los valores del trabajo no remunerado de las mujeres.**

**La ausencia de perspectiva de género en las informaciones también distorsiona la imagen masculina implicada en algunos hechos. Se sabe, por ejemplo, que la mayoría de los alcohólicos son hombres y también se sabe que en las razones de una parte sustantiva de los adictos figura la necesidad de evasión. Las pocas veces que el alcoholismo o la violencia aparecen en productos comunicativos los matices se obvian: jamás se reflexiona sobre los paradigmas machistas que los beodos y golpeadores no pudieron satisfacer y que a no pocos les condujo al vicio y al delito.**

**Este sexismo está presente en escenas y situaciones de todo tipo: si hay miedo, si hay indecisión, si hay chismes, si hay superficialidad, las dueñas de esas conductas suelen ser mujeres; si en una misma escena hay arrojo, heroísmo, triunfos, y demandas de carácter pasional, los artífices suelen ser hombres.**

**Este estado de cosas alcanza cúspides cuando, por ejemplo, el 98% de toda la propaganda electoral del último proceso fue dirigido y elaborado en masculino (el 2% lo componen algunas menciones elaboradas por la FMC, que ha estado muy sola en sus esfuerzos en esta dirección); y en un corte de TV de una colección de gran valor ético**

**y estético, transmitido en un horario de óptimo *rating*, donde se presentan escenas de violencia contra una mujer pero se omite toda alusión al respeto que merece esa persona. El mensaje se basa en que, porque un hijo de la pareja presencié la escena, el padre perdió el amor del niño (el mensaje subliminal obvio sería: "pégale cuando él no te vea").**

**En la reciente IV Cumbre Mundial sobre la Mujer en Beijing, las comunicadoras y otras/os activistas de los movimientos en favor de la equidad de géneros se refirieron a la necesidad de rebasar el período de las quejas acerca de la reproducción de estereotipos o de la discriminación que sufren las profesionales dentro de los medios y pasar a la acción: luchar por cuotas en los puestos de decisión dentro de los medios masivos, acceder a nuevas tecnologías, y fortalecer las redes de comunicación de género ya integradas en Latinoamérica.**

**Para las cubanas el primero de estos asuntos no es un problema cuantitativo sino cualitativo. En la televisión cubana, cuya vicepresidenta es una mujer, la fuerza femenina alcanza a una de cada tres trabajadores y ellas representan el 54% de los técnicos. En la radio, cuya vicepresidenta también es una mujer, las compañeras son el 47,8%. En el cine, el 13% de los directores son**

mujeres. En *Granma*, el 25% de los hacedores de noticias son mujeres. En *Juventud Rebelde*, que tiene una directora, suman el 30%. Ellas constituyen el 39% en *Bohemia*, donde hay una directora. Son el 45% en la *A/N*, que también tiene una subdirectora. Son mujeres las primeras figuras de *Radio Habana Cuba* y de la Revista *Revolución y Cultura*.

El 50% del estudiantado de la Facultad de Comunicación Social (cuya Decana es mujer) son muchachas. Ellas representan alrededor del 55% de la masa estudiantil graduada de periodismo en las más recientes promociones.

Mujeres son el 39% de la membresía de la Unión de Periodistas de Cuba y el 25 % de la masa afiliada a la Unión de Escritores y Artistas de Cuba, una de cuyas secciones (la de Radio, Cine y TV) está encabezada por una destacada creadora. Esta Asociación, por demás, cuenta con un 40% femenino.

Sin embargo, el atraso que hemos registrado en la asunción de los enfoques de la contemporaneidad en materias sociológicas relacionadas con los géneros, su construcción y desconstrucción, (lo que nos permitiría explicarnos y explicar qué ha pasado con la historia de las mujeres, casi invisibilizadas e ignoradas), ha dado por resultado que las comunicadoras y comunicadores (lo mismo que en otros países) carezcan con frecuencia de conciencia de género.

En ese contexto de referencias se inscribe este proyecto RED MAGÍN: Comunicaciones de género (Gender Images Communications), consistente en un buró de prensa generador de productos ideológicos con enfoque de género, desde los cuales el mundo se proyecte no sólo con ópticas masculinas, sino también "con ojos de mujeres", que proporcione materiales informativos a los medios locales y nacionales; y los aporte, asimismo, al torrente de las redes.

Las experiencias acumuladas en los dos años de existencia y obra del Comité Gestor de MAGÍN, la Asociación de Mujeres Comunicadoras, nos ha proporcionado la conciencia clara de dos realidades sustantivas:

- a La singularidad de nuestro grupo, que reúne profesionales de la comunicación, comprendida ésta en su más amplio concepto: periodistas, diseñadoras, realizadoras y escritoras de radio y TV, cineastas, psicólogas, académicas, técnicas, historiadoras, profesionales de la salud, etc. hace de él una avanzada apta para iniciar caminos en este propósito, cosa que que, de hecho, ya ha ocurrido.

- b La certidumbre plena de que las profesionales de los Medios Masivos y otras formas de comunicación tenemos condiciones y posibilidades para promover una construcción intergenérica que "dignifique y enriquezca a ambos sexos con la urgencia de asumir la defensa de lo humano"<sup>12</sup>**

## **Metas**

- Hacer a las comunicadoras y comunicadores cubanos partícipes de los esfuerzos que nos permitan integrar e impulsar la implementación de la Plataforma de Acción de Beijing.**
- Tomar parte en la promoción de un Año Internacional de las Mujeres Comunicadoras y de la comunicación entre mujeres.**
- Proporcionar a los medios de comunicación internos un modo distinto de ver las noticias y a sus protagonistas, a sabiendas de la veracidad contenida en las palabras de la experta Patricia Anzola al plantear que *"la noticia no tiene sexo pero su tratamiento sí tiene género"*.**
- Estimular el acceso a nuevas tecnologías también por parte de las comunicadoras.**
- Eliminar al máximo posible la reproducción de estereotipos de género en los productos comunicativos que consume el público cubano.**

## **Actividades del proyecto**

- ✦ Generación de apoyo, difusión del proyecto, exploración en las redes.**
- ✦ Ubicación de la sede y adquisición e instalación del equipamiento.**
- ✦ Al mismo tiempo, prácticas de entrenamiento de las involucradas.**
- ✦ Generación programada y periódica de despachos.**

---

<sup>12</sup> Jaime Breilh: Ob. Cit.

- ✦ **Intercambio y estructuración de una base mínima de archivo y datos.**
- ✦ **Puesta en marcha de la RED MAGIN / Comunicaciones de género**
- ✦ **Tres meses después: evaluación de resultados, aprendizaje de los errores, corrección de defectos.**

## **Resumen**

**El desarrollo de la RED MAGIN: Comunicaciones de Género puede constituirse en un apoyo sustantivo a los propósitos de proclamar un Año Muncial de las Mujeres Comunicadoras; a los enunciados de la Plataforma de Acción de Beijing que se vinculan con la promoción de una perspectiva de género en el trabajo de los medios masivos; al fortalecimiento de la capacidad de acción de las que ocupan puestos decisorios dentro de los medios, al acceso de otras a éstos; y al fortalecimiento de las redes de comunicadoras y comunicadores que laboran por adelantar estos conceptos por vía de nuestra inserción e intercambio con ellas, que a nosotras nos significaría, también, acceso y aprendizaje de nuevas tecnologías y lenguajes.**

**La labor de este Buró de Prensa será útil en la transformación de los patrones culturales que han entorpecido materializar en Cuba la plena igualdad de la mujer, a pesar de leyes y voluntad política; y que dificultan ahora a las propias comunicadoras el asumirse mujeres también para su quehacer profesional, escribir desde su ser mujeres, aludirse como mujeres, dirigirse a las otras mujeres y encontrar felicidad y ventajas haciendo comunicación social de ese modo.**

**Desde hace ya muchos años la británica Margaret Gallagher se ocupó de estudios reveladores de que estudios realizados no encontraron diferencias entre los productos comunicativos elaborados por profesionales hombres o por profesionales mujeres porque -resumía ella- "ambos comparten los mismos patrones culturales". Nuestro esfuerzo se dirige también a que unas y otros tomen conciencia de esto.**

# **FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE MAGÍN**

## **Antecedentes:**

**M**AGÍN surge como grupo afín después del I Encuentro Iberoamericano Mujer y Comunicación, efectuado en febrero de 1993 en La Habana. Sus objetivos esenciales son los de impulsar la generación de productos de comunicación social y permear a los hacedores y hacedoras de noticias de una conciencia de género. Para lograr esto se necesita de un crecimiento profesional, de un autodesarrollo.

Estos propósitos y necesidades parten de una visión profesional que se asienta en conceptos de comunicación social y se basan también en la realidad misma del país. La condición y situación de las mujeres hace que sobre ellas recaiga con especial fuerza la crisis económica, conocida como período especial. Las tensiones y dificultades que lo tipifican engendran expresiones de violencia de las que ellas son con frecuencia víctimas, provoca discriminaciones para las mujeres; deprime su autoestima; les resta espacio en las estructuras de poder y toma de decisiones; y las sobrecarga de tareas y responsabilidades al interior del hogar.

Aunque todo el mundo sabe que estas dificultades derivan esencialmente de las coyunturas internacionales, de la hostilidad norteamericana y del desplome de la Europa del Este, al haber faltado perspectiva y enfoque de género en muchos proyectos de desarrollo económico, en su planificación, en el discurso público y, desde luego, en los medios de comunicación, la voluntad política de favorecer la igualdad de género expresada por el Partido Comunista de Cuba desde el I Congreso en 1975 ha quedado subutilizada y subaplicada y, en muchos casos, se reduce a tener en cuenta el componente *mujeres* en las estructuras y planes nacionales y otras expresiones de la vida cotidiana.

En esos marcos de referencia, MAGÍN se desenvuelve como un colectivo de mujeres del presente, esforzadas por permear de un enfoque de género los productos de comunicación social, avanzar hacia una construcción intergenérica para conformar un futuro de mayor justicia e igualdad.

El grupo mismo (que a mediados de 1995 reunía a cerca de 150 profesionales) posee la singularidad de juntar a mujeres provenientes de disímiles sectores, cuya unidad resulta del hecho de que todas son productoras de mensajes que alcanzan a muchos. Esta característica alimenta la riqueza máxima de la Asociación de Mujeres Comunicadoras, cuyas miembros descubren cada día cómo

se da de un modo natural una integración intra-disciplinaria en sus análisis, proyecciones, enfoques y tareas.

**MAGÍN** está compuesta por periodistas, escritoras, realizadoras de radio y televisión, cineastas, videoastas, psicólogas, antropólogas, médicas, sociólogas, académicas, dirigentes comunitarias, teatristas, entre otras. Si bien es un espacio de mujeres, no es un círculo cerrado. Se acoge a todas las personas interesadas en asumir y desarrollar una conciencia de género, abrir vías, sensibilizar y elaborar argumentos y mensajes para una construcción intergenérica.

La denominación de **MAGÍN** (que en castellano significa mente, imaginación) es la conjugación creativa de inteligencia, imagen e imaginación, relacionada estrechamente con nuestro quehacer comocreadoras y difusoras de mensajes y con la capacidad de nuestro ser mujeres

## **Fundamentación**

En la actualidad **MAGÍN** tiene su núcleo central, numeroso, en la capital de Cuba, donde también radican los Medios de Difusión de alcance nacional y las sedes de las instituciones gubernamentales y académicas más importantes.

Hasta agosto de 1995, grupos filiales de **MAGÍN** se habían formado en las cabeceras de provincias de Ciego de Ávila, Camagüey y Las Tunas, al Oeste del país, y una pequeña célula en Santiago de Cuba, Ciudad Heroica de la República de Cuba. Pinar del Río, en el extremo occidental. Colectivos de comunicadores y comunicadoras que han participado en actividades promovidas por la Asociación de Mujeres Comunicadoras hay también en la Televisión Serrana, enclavada en San Pablo de Yao, en la Sierra Maestra, provincia Granma; en Cienfuegos, Sancti Spiritus y Villa Clara, en la región central; y en la provincia de La Habana, colindante con la capital.

Atender a estos colectivos, avanzar en la difusión de nuestros propósitos, sostener y ampliar la labor iniciada, multiplicar las acciones de capacitación, completar investigaciones, apuntalar empeños creadores, estimular el talento, motivar a las/os comunicadores más jóvenes, reclaman una infraestructura mínima que abarca desde la disponibilidad de sedes para la labor cotidiana, encuentros, cursos y reuniones de trabajo, hasta el equipamiento necesario para reproducciones, comunicaciones, diseños y elaboración en general.

Aunque el reconocido prestigio de las comunicadoras que integran **MAGÍN** ha hecho posible que en los más de dos años de existencia la Asociación haya podido poner en práctica y hacer avanzar su proyecto de desarrollo, sobre la base de sedes provisionales, recursos prestados, ayudas generosas, y pequeños donativos de amigos y amigas y de organizaciones cooperantes, el Comité Gestor, está consciente de que todos éstos son esfuerzos desgastantes. Las propias miembros de los equipos de trabajo -

mujeres de alta calificación y tiempo sumamente comprometido- han visto mermados su vida personal, sus posibilidades de superación y, desde luego, sus horas de descanso, en aras de dar aliento al proyecto que es apasionadamente sustentado por ellas.

La necesidad de organizar este conjunto de acciones y de esfuerzos, ejecutar las tareas, atender de modo sistemático a la expansión de las ideas que animan al grupo, recompensar la entrega y el talento presentes en todo ello, y avanzar hacia la conversión del colectivo gestor en una organización no gubernamental, que herede lo realizado hasta el presente y se proyecte, a todos los efectos, como una Asociación de Mujeres Comunicadoras de alcance nacional, explica claramente el porqué de la búsqueda de apoyo para el apuntalamiento y sostén de una estructura de trabajo que posibilite la organización y desarrollo de creadoras de productos comunicativos con enfoque de género.

## **Objetivos**

- ❖ **Dotar de una infraestructura técnica y profesional a la organización, que permita a las comunicadoras cubanas interesadas en permear su trabajo con un enfoque de género, ampliar sus conocimientos, articularse en una red nacional, intercambiar experiencias y quehaceres, promover el debate público acerca de estos temas, y relacionarse con sus colegas de otras partes del mundo empeñadas en semejantes trajines.**
- ❖ **Contribuir a forjar conciencia sobre las inequidades de género, en particular la violencia doméstica.**
- ❖ **Propiciar nuevos niveles de identificación y conceptualización de realidades acerca de las áreas en que la discriminación de la mujer y las inequidades, en razón del género, están demandando acciones concretas.**
- ❖ **Generar productos comunicativos para los diferentes medios, que integren el amplio y diverso mundo de las mujeres en un orden social, intergenerícamente compartido.**
- ❖ **Rescatar y promocionar la historia de las mujeres desde las propias mujeres, mediante los medios de comunicación masivos y productos comunicativos de consumo directo.**
- ❖ **Dotar a la Asociación y sus filiales del equipamiento mínimo necesario para la elaboración de productos comunicativos (cámaras de video, cámaras fotográficas, grabadoras, cassettes, recursos de comunicación y correo, material gastable, etc.) en función de los objetivos esenciales de MAGÍN**

- ❖ **Enriquecer a ambos sexos "con la urgencia de asumir la defensa de lo humano"<sup>13</sup> mediante la acción de los Medios Masivos de Comunicación.**
- ❖ **Propiciar que la Organización cuente con una sede.**
- ❖ **Proyectar y ejecutar trabajos de publicidad para dar a conocer la identidad corporativa de la Asociación de Mujeres Comunicadoras, MAGÍN.**

## **Metas**

- ⊗ **Consolidar las estructuras actuales de la Asociación con vistas a que ésta se convierta en una organización no gubernamental.**
- ⊗ **Completar y consolidar la red de grupos afiliados en los principales medios de difusión y filiales en provincias.**
- ⊗ **Disponer de espacio y recursos para el trabajo en esta dirección.**
- ⊗ **Generar posibilidades de autofinanciamiento, mediante la oferta de servicios para elaborar textos, impartir cursos, conferencias, *spots* publicitarios, trabajos periodísticos, proyectos conjuntos y materiales para cine y video, así como otras acciones de carácter profesional.**
- ⊗ **Dar los pasos necesarios, desde y a partir del fortalecimiento institucional de MAGÍN, para arribar, en el momento oportuno de madurez de nuestras estructuras y dirigentas, a la celebración de una Conferencia Nacional Constitutiva que elegirá a su junta directiva y, a tenor con los Estatutos y el Reglamento dictaminará sobre la vida y acciones futuras de MAGÍN.**

**Este proceso se calcula enmarcado en los próximos tres años.**

## **Metodología**

**El fortalecimiento institucional de MAGÍN se basará en la existencia de una infraestructura material, por un lado, y de un colectivo rector: su Comité Gestor, por otro. El total de las profesionales involucradas en los propósitos de permear con una conciencia de**

---

<sup>13</sup> JAIME BREILH: Ob. Cit.



**género los productos de comunicación social, conformarán la Asociación misma, cuyo carácter de organización no gubernamental será alcanzado en el momento en que su Comité Gestor consiga el reconocimiento de la jurisdicción del Grupo a tenor con las leyes y disposiciones legales vigentes en Cuba.**

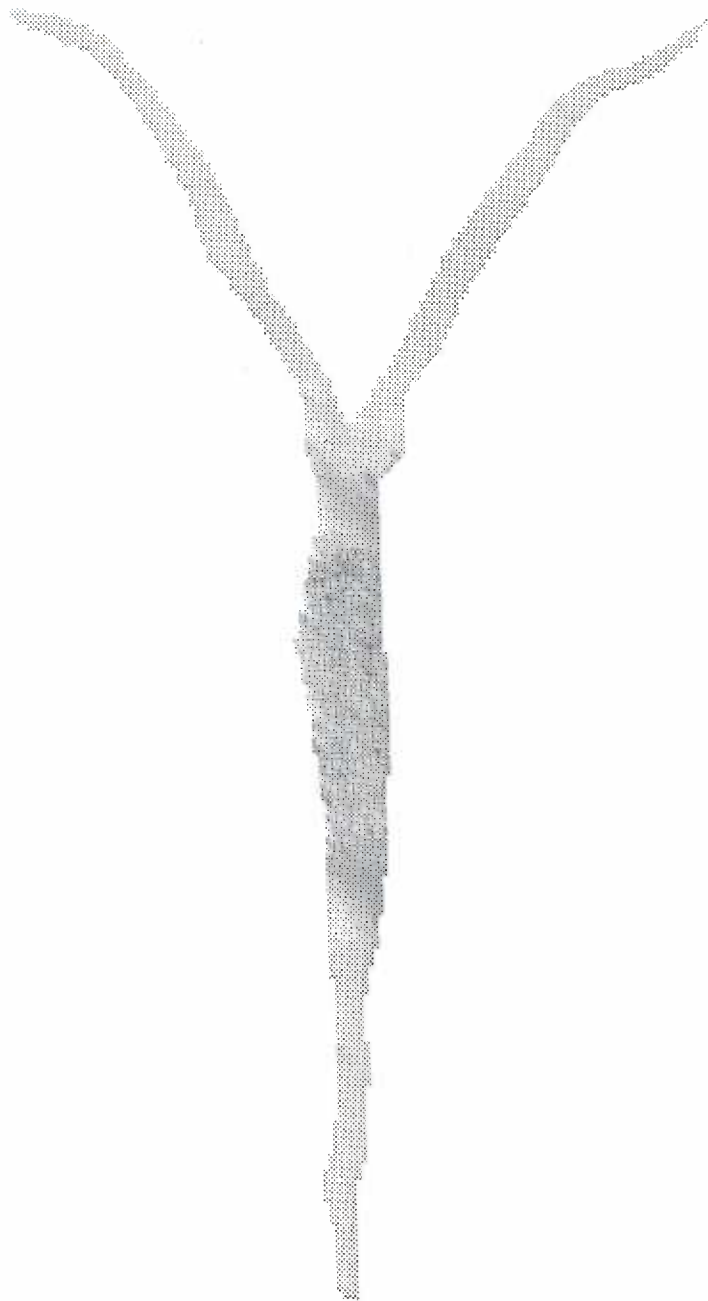
**De acuerdo con la experiencia acumulada en los dos años de existencia de esta fuerza -noviembre de 1993 a noviembre de 1995- y con las estructuras de trabajo, cuya eficacia se ha visto confirmada en la práctica, MAGÍN necesita de un colectivo de dirección, integrado por una coordinadora general y cuatro vice-coordinadoras, que se apoyarán en un Comité Gestor de número indeterminado. Este Comité Gestor está integrado por las profesionales que, a juicio y por votación secreta del resto, poseen las cualidades y capacidades necesarias para conformar un cuerpo colegiado de toma de decisiones, estímulo a la creación, promoción de proyectos y ejecución de acciones. El Grupo Coordinador de 5 miembros fue elegido también por votación.**

**Las comunicadoras implicadas en estas labores no desean ni deben profesionalizarse por cuanto su influencia y posibilidades de acción están determinadas por su inserción misma en los medios. De modo que, habituadas a cargas intensas de trabajo, ellas dedicarán a MAGÍN una parte de su tiempo. Eventualmente (como cuando una de nuestras directoras de telenovelas está filmando) ellas se apartarán del Grupo para entregar todas sus fuerzas a ese empeño igualmente apasionante.**

**Así, la estructura en ciernes de MAGÍN anticipa que la Asociación funcionará, probablemente, como una red nacional, cuyos retículos abarcan los medios masivos de difusión, los territorios provinciales y, en ciertos casos, municipales, las instituciones académicas, las estructuras e instituciones donde se desenvuelven las miembros de MAGÍN, y todos aquellos espacios donde ellas pueden hacer avanzar sus propósitos.**

**Las áreas esenciales que deben quedar abrazadas por esta red son: la de fortalecimiento institucional, la de capacitación - desarrollo, la de investigación - acción, la de promoción - publicaciones, la de relaciones - amistad, la de finanzas - economía; y cuatro áreas de atención a los diferentes medios masivos. Esta estructura estaría permanentemente sujeta a la asunción de nuevas dinámicas determinadas por la práctica.**

**El proyecto de fortalecimiento institucional deberá sustentar todas las labores que se generen a partir de estas áreas y personas.**



**MAGIN**