

A lo largo de 2010, el Área de Sensibilización y ED de EUSKADI-CUBA ha desarrollado la campaña “Cubanas, una revolución dentro de la Revolución”, iniciativa enmarcada en el proyecto “Uniendo redes de igualdad entre Cuba y Álava” y financiado por la Diputación Foral de Álava.

**konpai**

urtea : zbk. 43  
10

udazkena  
otoño

una revolución dentro  
de la Revolución

**Cubanas**

iraultza bat beste  
Iraultza baten baitan



FOTOS: RAKEL AGIRRE



En el mes de septiembre se celebraron los talleres “Mujeres del Sur en los Medios”, con los que quisimos mostrar que otro tratamiento informativo es posible. Como parte de la campaña desarrollada en Álava durante este año, consideramos necesario dirigirnos a un público específico, las y los profesionales de la comunicación, como responsables desde su actuar mediático de la perpetuación de estereotipos sobre las mujeres.

Las jornadas se llevaron a cabo en Vitoria-Gasteiz en el Centro de Asociaciones Simone de Beauvoir los días 28 y 30 de septiembre. Como ponentes se contó con la participación de Isabel Moya, Presidenta de la Cátedra de Géne-

ro y Comunicación del Instituto Internacional de Periodismo José Martí y Directora de la Editorial de la Mujer de Cuba; e Inalvis Rodríguez, Asesora de Género para el Desarrollo en Cuba.

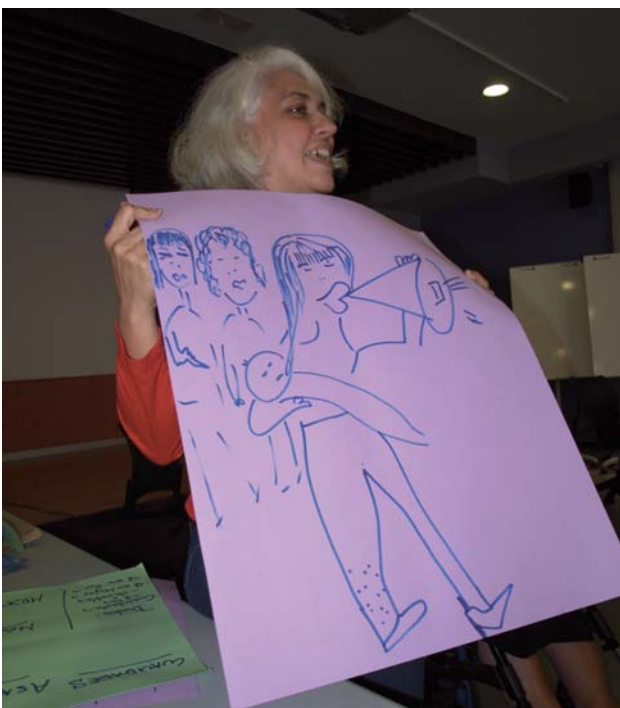
## Presentación del libro de Isabel Moya «Sin contraseña: discurso mediático y transgresión»

El pasado 1 de octubre, se presentó en Bilbao el libro «Sin contraseña: discurso mediático y transgresión», de Isabel Moya Richard.

Este libro, editado por la Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación (AMECO), es el resultado de la travesía de 25 años de la autora por el periodismo y la investigación sobre medios de comunicación cubanos e internacionales, desde el feminismo y la perspectiva de género.

En la presentación se contó con la presencia de la autora, Isabel Moya Richard, actual directora de la Editorial de la Mujer de Cuba, presidenta de la Cátedra de Género y Comunicación del Instituto Internacional de Periodismo “José Martí” (La Habana) y asesora del Instituto para el Empoderamiento de la Mujer del Movimiento de Países No Alineados.

La presentación estuvo a cargo de Cristina Pérez Fraga, presidenta de AMECO y editora de la publicación «Género y Comunicación».



# Sentsibilizazioa – Sensibilización

Isabel Moya, directora de la Editorial de la Mujer de Cuba y responsable de la Cátedra de Género y Comunicación del Instituto Internacional de Periodismo “José Martí” de La Habana

## “En pleno siglo XXI, la imagen de la mujer en los medios continúa siendo sexista”

Rakel AGIRRE  
Konpai

### - ¿Cuándo nace la Editorial de la Mujer de Cuba?

- La Editorial de la Mujer como editorial nace en 1980, pero en realidad, la revista Mujeres, que es la primera publicación que tiene la Federación de Mujeres Cubanas (FMC), surge el 15 de noviembre del año 61. La Editorial se constituye en el año 1980, cuando la FMC aglutina a diferentes editoriales bajo una sola.

### - ¿Cuál es el trabajo que desarrolla la Editorial de la Mujer?

- La Editorial de la Mujer de la Federación de Mujeres Cubanas, es una casa editora que publica revistas, también publica libros y además tiene una página web. Es decir, que tiene tres líneas principales editoriales.

En el caso de las publicaciones periódicas, publica la revista «Mujeres», que es una publicación de 135.000 ejemplares, y la revista «Muchachas», que tiene 100.000 ejemplares, ambas cada tres meses. A su vez, cuentan con una versión en internet semanal, a la que consideramos como una revista nueva porque se actualiza todos los viernes.

Además de las publicaciones periódicas, tenemos una línea de libros que han ido ganando cada vez más protagonismo. En este momento estamos publicando entre 15 y 18 libros todos los años con un tremendo éxito de ventas en la Feria del Libro de La Habana.

Tenemos varias líneas temáticas en lo que se refiere a los libros. Están los libros más especializados en la familia y la educación de hijas e hijos, que intentan promover la educación no sexista. Otra de las líneas, es la dirigida a abordar temas que tienen que ver con la salud sexual y reproductiva. En este sentido, publicamos por ejemplo «Enigma de la sexualidad femenina» o «40 preguntas sobre sexo». Próximamente vamos a publicar del Doctor Julio César González Pajes, «Macho, varón masculino».

A su vez tenemos otra línea muy novedosa dirigida a la infancia que trata de subvertir los libros tradicionales. En este sentido, están los libros para los niños y las niñas como la colección bajo el título “Vamos...”, vamos a jugar, vamos a cantar, vamos a leer, vamos a conocer el arte. En «Vamos a jugar» observamos cómo en las ilustraciones aparecen niñas jugando béisbol o niños jugando a las cocinitas, tratando de que aparezca la diversidad de rostros y de trastocar los roles tradicionales. Es decir, tratamos de cambiar desde la visualidad y desde los contenidos los libros dirigidos a niñas y niños.

Hay también una línea de libros que

hemos dirigido al hogar, que tiene que ver mucho con el ahorro energético, la alimentación saludable etc., pero en los que destacamos que están dirigidos a la familia en su conjunto, no sólo a las mujeres.

Finalmente contamos con una línea editorial dedicada a los libros sobre teoría de género en Cuba. Se ha publicado el libro de Fidel Castro que recoge los principales pronunciamientos del líder de la Revolución cubana acerca de las mujeres, estamos preparando un libro sobre el pensamiento de Vilma Espín, y hemos publicado a su vez libros que tienen que ver con la masculinidad, con el respeto a la diversidad sexual entre otros.

### - Nos hemos encontrado en las Jornadas “Mujeres del sur en los medios” organizadas por EUSKADI-CUBA, ¿cómo ves la situación de las mujeres en los medios de comunicación en la actualidad?

- Es interesante que en pleno siglo XXI, la imagen de las mujeres en los medios continúe siendo predominantemente sexista. Es cierto que hay algunos esfuerzos, algunos intentos alternativos desde organizaciones feministas y del movimiento de mujeres, pero si vemos la tendencia general, podemos decir que la tendencia en los grandes medios del poder hegemónico continúa siendo una mirada muy sexista que de alguna manera recicla el patriarcado en tiempos de globalización neoliberal. Con esto quiero decir que, por ejemplo, ahora vamos a ver en la publicidad que aparecen mujeres trabajando en oficinas u otros cargos, pero sin embargo, los roles a los que se las asocia siguen estando muy identificados con la maternidad o el cuidado.

Por otra parte, como bien señala la mexicana Marta Lamas, el cuerpo se ha convertido en un espacio de dominio. Un espacio de dominio que incluso ya no solo se trata de controlar a las mujeres desde lo biológico, sino que se le ponen determinados requisitos a un cuerpo que no envejece, que no se deteriora, un cuerpo que se tiene que mantener eternamente joven y respondiendo a determinados parámetros. En ocasiones se dice que la mujer de hoy ha tenido acceso a la educación, que tiene la libertad para elegir sobre su cuerpo, o que no tiene porqué sentirse sujeta a esas presiones. Sin embargo eso no es real. En realidad, desde los medios, desde la sociedad, y desde la propia apreciación de las mujeres de sí mismas, se sigue normando el cuerpo que se ha convertido en un territorio de desigualdad.

### - ¿Qué estereotipos consideras están presentes en la comunicación del llamado Norte sobre mujeres del Sur?

- Los estereotipos más comunes son, por



una parte, esa mirada de exotismo erótico que se ve mucho en los anuncios de prostitución que aparecen en los principales periódicos, pero que se ve también en la publicidad, e incluso en el tratamiento informativo cuando se describe en la prensa escrita a las mujeres.

Por otra parte, hay un deseo de asociarlas a personas necesitadas de protección, personas que no son capaces de razonar, subvaloradas, donde su cultura se ve como necesitada de cristianizar, en el sentido de que hay que civilizar. Es decir, sus culturas se ven como sub-culturas.

Finalmente estaría la victimización, que se da sobre todo en el tratamiento de los medios hacia las mujeres africanas, tratamiento en el que se quita el contexto a partir del cual existe esa desigualdad y esa pobreza, mostrando mujeres que por sí mismas no van a poder tomar decisiones, salir, desarrollarse, sino que necesitan esa mirada asistencialista, no una verdadera mirada de impulso y desarrollo.

### - ¿Qué pasos se podrían dar para modificar este tipo de comunicación?

- Hay un fenómeno muy interesante que se está dando en la televisión, en los llamados *talk shows*, donde temas que son vitales en la agenda de las mujeres se banalizan y se frivolizan, como puede ser la violencia de género, la desigualdad, las relaciones desiguales de poder. No existe una receta para enfrentar esto, yo creo que habría que verlo desde diferentes ámbitos, por una parte, los medios de

comunicación están necesitados de revisar sus manuales de estilo, están necesitados de revisar lo que consideran noticia. Muchas veces vemos que lo que resulta noticia para los grandes medios sigue siendo lo exótico, o lo que se considera raro, y por tanto, esas mujeres del Sur que están luchando por llevar adelante sociedades diferentes no se abordan.

Por otro lado, es muy necesario huir de los estereotipos, hay muchas frases cliché para abordar incluso países y circunstancias, procesos políticos, es decir, que todo lo que no se adapta a la democracia o al sistema democrático como se concibe desde el Norte, no es una democracia, sin respetar que la democracia precisamente, si vamos a sus orígenes, debe responder a las características de cada pueblo, de cada nación. Por tanto, no se pueden meter en una camisa de fuerza los procesos sociales de cada lugar.

Creo que otro elemento que pudiera ser muy importante, es reconocer el Sur que vive en el Norte, y el tratamiento tan discriminatorio que muchas veces esas personas reciben. Resulta muy interesante, que cuando sucede un accidente de auto o un hecho de violencia de género, si las autoras son personas del Estado español, por poner un ejemplo, esto no se dice, pero si son nigerianos, ecuatorianos, colombianos se recalca.

Hoy día es realmente muy importante que los medios de comunicación traten de abordar, tal vez desde los géneros de opinión, que en la globalización neoliberal la hibridez de las culturas va a ser una

pauta. Es decir, caracterizan al Sur, sin perder las características de cada cultura, como algo que es diferente a las sociedades del Norte. Realmente, si pudiéramos de los modelos de las mujeres del Sur, deben a esas mujeres.

### - Este año ha publicado el libro «El sexo y las cuestiones aborígenes»

- El libro «El sexo y las cuestiones aborígenes» es un título muy interesante, se supone que no se ven sexo. Es a una frecuencia, sino que vamos la iconografía, los que se llaman los ángeles sexuales. Ese juego es el que yo quisiera mostrar como comunicación, sino como los ángeles sexuales, sí tiene que ver con la comunicación.

El libro «El sexo y las cuestiones aborígenes» aborda desde los aspectos teóricos, que trata de definir la necesidad de establecer una equivalencia entre el género y la comunicación.

# las mujeres sexista”



FOTO: RAKEL AGIRRE

er, que los flujos migratorios del siglo XXI, y en este sentido las identidades, las características de la cultura, hay que ver este tipo de culturas como algo rico, que va a darle mayor vitalidad y reconocer incluso la cultura de las mujeres del Sur hacen por lo común, de alguna manera, decir que muchos de los éxitos de las mujeres del Norte de hoy se deben a las mujeres del Sur.

as presentado en Cuba el libro «El sexo de los ángeles», ¿qué le inspira el libro?

«El sexo de los ángeles» tiene un carácter provocador porque realmente cuestiona que los ángeles no tienen sexo, algo que incluso se dice con frecuencia. Sin embargo, cuando analizamos la historia vemos que los arcángeles, los cupidos, todos se representan como hombres, como espejos.

quería representar la comunicación, aunque la comunicación supuestamente perfecta no tiene género. A través de los trabajos más recientes se tratan de justicia y equidad de esta especie de comunicación. La teoría de la comunicación, hasta traba-

jos que abordan fenómenos puntuales como por ejemplo, el uso hoy de la estética gay en la publicidad como una manera de vender, y no porque haya un verdadero respeto a la diversidad. Se habla a su vez de un fenómeno nuevo como pueden ser los chat en Internet, aborda también el tema del cuerpo, y termina con un trabajo acerca de cuál es la imagen de la mujer que ofrecen los medios de comunicación en Cuba. Mostrando así el complejo proceso en el que conviven productos comunicativos muy adelantados con productos comunicativos sexistas y patriarcales.

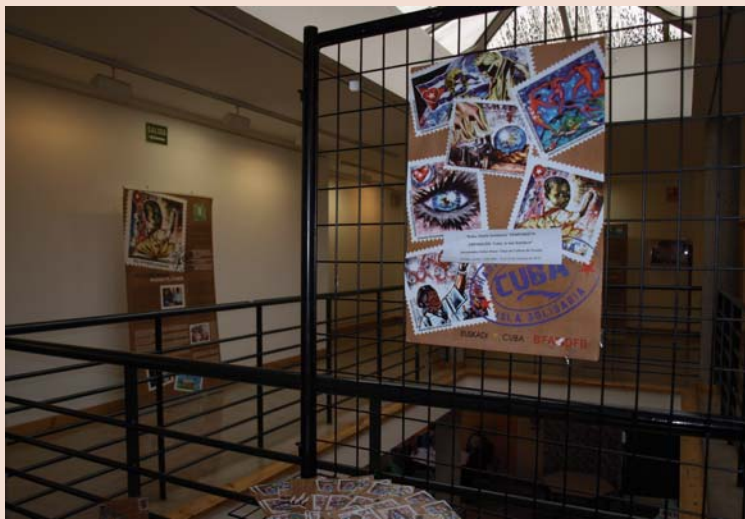
- ¿Qué colaboración podría establecerse entre las ONGDs vascas y las asociaciones con la Editorial de la Mujer?

- Nosotras, en este momento, tenemos un interesante proyecto con EUSKADI-CUBA, en el que estamos trabajando para producir productos comunicativos para adolescentes que tengan una mirada no sexista, proyecto que hemos llamado “Creciendo en igualdad”. De este modo, vamos a elaborar varias fotonovelas donde se abordará el tema de los celos, el tema de la violencia o el tema del VIH, utilizando un formato de cultura de masas, que gusta mucho, pero cambiándole los contenidos tradicionales de ese amor romántico y edulcorado, que no es más que otra forma de sexismo.

Creo que en el caso de la colaboración con la Editorial de la Mujer, hay mucho espacio de trabajo posible en el rescate sus fondos, en los que encontramos publicaciones desde 1923 dirigidas a las mujeres. Está a su vez la posibilidad de compartir saberes, de capacitar, y también de sistematizar las buenas prácticas que desde la Editorial ya tenemos. Diríamos que hemos ido aprendiendo con esa vieja máxima de prueba-error, y todo lo hemos ido sistematizando. Creo que hay un espacio para el intercambio, para seguir produciendo productos comunicativos diferentes que transgredan las normas ya establecidas.

Para más información:  
[www.revistamujeres.cu](http://www.revistamujeres.cu)

## “Kuba, uharte solidariora” erakusketa Gurutzeta—Barakaldon



Noiz:  
2010ko urriaren 15tik  
29ra

Lekua:  
Gurutzetako Kultur Etxea.  
Balejo Kalea 4. Barakaldo  
(Bizkaia)



Ordutegia: 10:00 - 14:00 eta  
17:00 - 21:00 (astelehenetik  
ostiralera)

FOTOS: RAKEL AGIRRE

### ¡HAZTE SOCIO/A!

Puedes hacerte socio/a de cualquiera de estas formas:

- Enviando este cupón a EUSKADI-CUBA Prim, 43 48006 Bilbao
- Por teléfono: 94-4151107 ó e-mail: bilbo@euskadicuba.org
- A través de [www.euskadicuba.org](http://www.euskadicuba.org)

#### Datos personales

Nombre y apellidos \_\_\_\_\_  
Dirección: \_\_\_\_\_  
C.P.: \_\_\_\_\_  
Población: \_\_\_\_\_

Provincia: \_\_\_\_\_  
Teléfono: \_\_\_\_\_  
E-mail: \_\_\_\_\_

Opciones de cuota (marcar con una X la opción deseada)

- 25 euros/año (parados-as y estudiantes)
- 50 euros/año
- 100 euros/año
- Otra cantidad voluntaria (\_\_\_\_\_ euros/año)

Modalidades de pago (marcar con una X la opción deseada)

- Domiciliación bancaria: N° Cuenta (20 dígitos)

Entidad \_\_\_\_\_ Sucursal \_\_\_\_\_ D.C. \_\_\_\_\_

N° Cuenta \_\_\_\_\_

Ingreso en cuenta de Euskadi Cuba (Caja Laboral)

N° Cuenta: 3035 0134 46 1340030003

EUSKADI-CUBA

Prim, 43 – 48006 Bilbao

Tel.: 94-4151107 – bilbo@euskadicuba.org

Casa de Asociaciones “Simone de Beauvoir”

San Ignacio de Loyola, 8 3º 01001 Vitoria-Gasteiz

Tel.: 945-244986 - gasteiz@euskadicuba.org

Fax: 94-4056617

[www.euskadicuba.org](http://www.euskadicuba.org)



FOTOS: EDUARDO CAMINOS

# Fiesta anual de EUSKADI-CUBA

El pasado 18 de septiembre, en el Hika Ateneo de Bilbao se celebró la comida anual de la asociación de amistad EUSKADI-CUBA, que reunió a socios y socias y a sus familias. La asociación fue

fundada en el año 1989, por lo que este 2010 ha cumplido 21 años de solidaridad y amistad con Cuba y su Revolución.

Es de destacar la incorporación a EUSKADI-CUBA, en los últimos años, de

una cada vez más nutrida colonia cubana residente en Euskal Herria, que a su vez participa de las actividades e iniciativas de la Asociación Sierra Maestra-Euskadi de residentes en el País Vasco. Ambas asocia-

ciones comparten local, socios, filosofía y línea de acción.

Redacción  
Konpai

## Komunikabideak – Medios

# Hedabideetan espazioen bila

Erredakzioa  
Konpai

EUSKADI-CUBAN ahal dugun heinean Iraultzaren aurkako gezur horien kontra saiatzen gara. Horretaz gain, Mass Media handiek ezkututzen dituzten errealitateak hurbiltzen saiatzen gara. Eta –espazioa eskaintzen digutenean– komunikabideetan hartzen dugu

parte. EUSKADI-CUBAKO Komunikabideen Arloan ezinbestekoa da Euskal Herrian bizi diren eta Euskadi-Cubako bazkideak diren kubatarren partehartzea.

Argazkian, EUSKADI-CUBAKO Komunikabideen Arloko bi bazkide, Radio Euskadiko “La Galeria” programan, Begoña Yebra eta Begoña Lázaro kazetariekin, 2010ko urtarrilak 10.



ARGAZKIAK:  
RAKEL AGIRRE



**Cubainformación radio**

En Tas Tas Irrati Librea  
9700 FM Bizkaia

Jueves de 9 a 10 de la noche y  
lunes de 9 a 10 de la mañana

Izan zaitetz laguntzaile: 100 euro urtero  
944151414 berriak@tas-tas.org

KONPAI es una publicación de la asociación:

**EUSKADI**  **CUBA**