



CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

LA MUJER EN LOS MEDIOS DE INFORMACION Y COMUNICACION

- García Prince
- Griffis-Korzenny
- Erazo-Santa Cruz
- Franquett
- Robinson





EDITORIAL	● LA LIBERACION DE LA MUJER Dr. Luis E. Proaño	2
ENTREVISTA	● Elizabeth Safar entrevista a Evangelina García Prince	4
ENSAYOS	● MUJERES EN COMUNICACION: TEORIA E INVESTIGACION Betty Ann Griffis y Felipe Korzenny	12
	● MEXICO: FORMACION DE UN PATRON TRANSNACIONAL FEMENINO. Ana Lucía Zornosa	18
	● TELENOVELAS, IDEOLOGIA Y SEXO Jane Sarques	28
	● LA MUJER Y SU RELACION CON LOS MEDIOS Rosa Franquet Calvet	36
	● COMUNICACION ALTERNATIVA versus MODELO TRANSNACIONAL FEMENINO Adriana Santa Cruz y Viviana Erazo	44
CONTROVERSIA	● DESAFIOS DE LA MUJER ECUATORIANA Dolores Padilla y Luisa Rodríguez	51
ACTIVIDADES DE CIESPAL		56
NOTICIAS		59
ACTUALIDAD	● CANADA: LA LARGA MARCHA HACIA LA IGUALDAD Gertrude Robinson	78
	● LA PERIODISTA Y SU PARTICIPACION EN EL SINDICALISMO Margarita Cordero	85
NUEVAS TECNOLOGIAS	● LA MUJER Y LA REVOLUCION DE LAS COMUNICACIONES Ramona Rush, Elizabeth Buck, y Christine Ogan	88
BIBLIOGRAFIA		98
DOCUMENTOS	● UNESCO: PLAN DE PLAZO MEDIO	102
	● III CONGRESO DE LA FELAP	107
	● CONCLUSIONES DEL SEMINARIO DEL ILET	109
	● MUJER , SOCIEDAD Y COMUNICACION Dra. Cumandá Gamboa de Zelaya	114
¿ QUE OPINA USTED?		118
ENGLISH SECTION		121



Dolores Padilla

DESAFIOS DE MUJER

A finales de 1980, un grupo de mujeres se reunió en la revista NUEVA. Su propósito era fundar una revista femenina diferente, que respondiera de algún modo al torrente de revistas femeninas tipo "Vanidades" y "Cosmopolitan". Las discusiones, que se prolongaron durante semanas, derivaban en jaquecas colectivas. Finalmente, surgieron dos opciones: en diciembre del mismo año apareció la primera de cuatro ediciones de "Nueva Mujer" y, meses más tarde, la primera y única edición de "Eva de la Manzana".

Por un lado, un grupo de periodistas intentando responder a

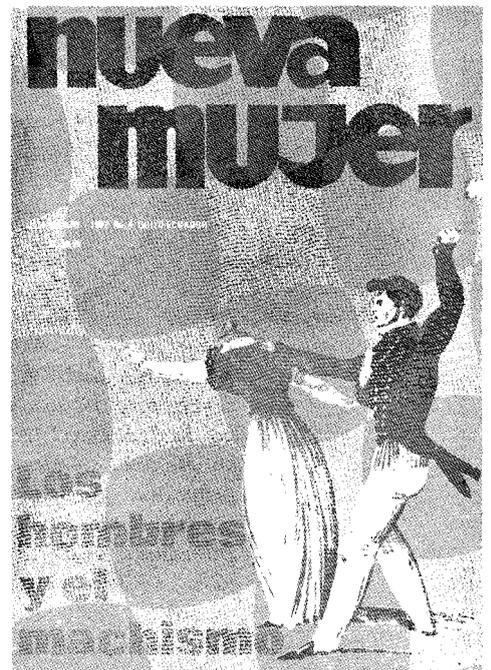
Dolores Padilla: "Creo que el día que salió *Eva de la Manzana*, fue sentida como un proceso de un grupo de gente a la búsqueda no sólo de un discurso sino de una práctica común frente a la problemática de la mujer. Básicamente la revista pretendió no ser informativa, (a diferencia de "Nueva Mujer") sino temática. Así, en el primer número hablamos a través de una considerable diversidad de testimonios, de lo que es un día de trabajo para la mujer ecuatoriana.

La revista llegó a los más amplios sectores, donde fue discutida, criticada, analizada. Para nosotras fue esencialmente un compromiso. Más que enorgullecernos por todo lo que recibimos como respuesta, nos comprometió a fondo para seguir adelante. Algo que fue muy bien recibido fue plantear los temas con un lenguaje sencillo, directo, claro, muy femenino, así como el hecho que los artículos no fueron fruto de "inspiraciones" sino de la investigación. Muchas de las críticas nos exigían una definición política específica, y noso-

tras coincidíamos con ello. Pero como decíamos en nuestra nunca olvidada discusión con el equipo de *Nueva Mujer*, que la mujer no es un ser aislado, que no podía vérselo desde un feminismo puro y a ultranza, sino como un área en la cual no se había trabajado, que de toda la subestimación histórica del problema, desde el punto de vista de los hombres y desde la actitud de las mujeres, no se había discutido realmente con decisión, con energía, y nosotras debíamos admirar eso. Porque creíamos que era el momento de analizar la temática femenina "desde el punto de vista de las mujeres, para las mujeres".

Luisa Rodríguez: "Decir 'de las mujeres para las mujeres' me suena como 'del pueblo para el pueblo' un poco sectario, demagógico. Por una parte se generaliza (porque 'las mujeres' es algo demasiado vasto, y ahí entran desde Margaret Thatcher hasta una campesina del Chimborazo que habla en quechua) y de la otra parte se excluye eliminándose la

posibilidad del diálogo. Es como considerar a los hombres como enemigos nuestros por el puro y simple hecho de su condición masculina.



LA ECUATORIANA

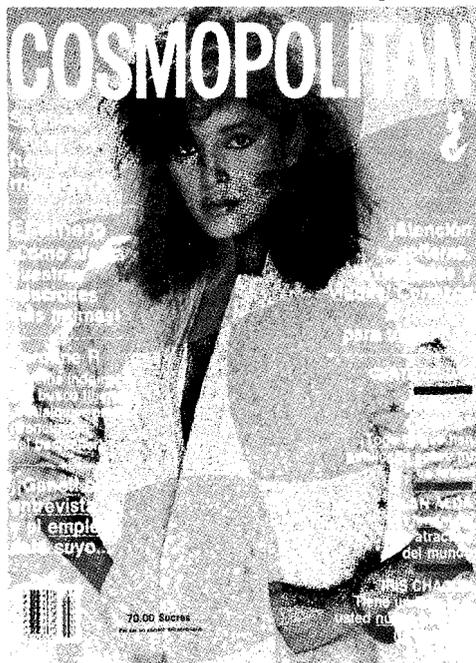
un reto inmediato; de otro un grupo de amigas de diversas profesiones y actividades practicando una experiencia de indagación que no tenía como único fin la publicación de "EVA".

Después de dos años de inconstante "competencia" Luisa Rodríguez ("Nueva Mujer") y Dolores Padilla ("Eva de la Manzana") expresan sus puntos de vista en esta edición de CHASQUI y evalúan un fenómeno alternativo que a pesar de su significación nacional y latinoamericana, ha encontrado una serie de barreras financieras y de distribución que se suman a las dificultades propias de una búsqueda autónoma.



Luisa Rodríguez

Por eso, una de las características de Nueva Mujer es que en ella también escriben hombres. Están en minoría claro, pero en la sección "Si me permiten



hablar" escriben nuestros compañeros, nuestros amigos o nuestros compañeros de trabajo, en general, gente bastante vinculada al equipo de trabajo. El tema es absolutamente libre y siempre han escrito sobre esta espinosa problemática de la mujer, desde un punto de vista autocrítico. El planteamiento que hacemos en ese sentido es que la lucha de las mujeres por su liberación confluye en la lucha de liberación de los pueblos, específicamente de América Latina. Nosotras nos planteamos una perspectiva latinoamericana; en esa medida los hombres no son ajenos a nuestra lucha como mujeres. No es que olvidemos la opresión de que ha sido objeto la mujer durante siglos, sino que consideramos como algo muy importante estimular el diálogo en los términos más democráticos y auténticos posibles, no como exclusión, sino como participación."

Dolores Padilla: "Está visto que al hombre no podemos verlo como enemigo, si es una persona complementaria en la vida; sin embargo, para los diálogos

hay otros espacios ya creados. Además insisto, las mujeres debemos comenzar primero por reconocer nuestra vida, nuestros deseos, nuestros placeres, para que inclusive ese "nuevo diálogo" crezca desde otras perspectivas. No se si los procesos deben ser paralelos; en todo caso "Eva" nació para hablar entre nosotras."

Luisa Rodríguez: "No se. Entre los colegios para hombres y en los de mujeres es donde se producen y reproducen "diálogos", diálogos de sordos, monólogos o simplemente enfrentamientos de trincheras a trincheras. Las mujeres siempre hablan a solas en la cocina, los hombres hablan solos en el "san viernes"; no creo que por el hecho de plantear las cosas "entre mujeres" todo va a estar más claro. Creo en un mundo "mixto". No estoy apelando a un "asesoramiento" masculino para dilucidar nuestros problemas, sino a una perspectiva de compañerismo que sacuda a los hombres de sus tronos paternalistas y los incorpore a una reflexión que siempre eluden por

ser "cosa de mujeres"...

Dolores Padilla: "Pero ese es un proceso más complejo, y ahí tiene su razón de ser el feminismo. Al cabo de dos años nosotras pudimos decir que somos un grupo feminista porque consideramos que el feminismo ha brindado dos grandes aportes a los movimientos sociales de nuestra época. Primero, cuestiona el sistema patriarcal imperante, y en esa medida está cuestionando los valores más profundos, más sacramentales que tiene esta sociedad, desde la represión, el autoritarismo, la disciplina jerárquica, el poder. Son aspectos claves que el hombre construyó en un proceso de miles de años, pero que fue hecho por él, generado por él, representante de una clase, es verdad, no perdemos esa óptica pero de todas maneras es un sistema patriarcal y el feminismo lo ha cuestionado profundamente y creo que es un tema fundamental para cualquier proceso en nuestros países. Otro aporte digno de rescatar es cómo lo personal es político, un cuestionamiento permanente a la vida cotidiana, a las cosas chiquitas, a esas cosas que frente al análisis social, político, nunca tuvieron importancia porque las grandes transformaciones y los grandes movimientos se hacen a partir del análisis social, político, económico, así es, pero no debemos olvidar que esos seres sociales que están gestando esa dinámica social son hombres y mujeres con una identidad concreta. Como dice Simone de Beauvoir, hay que reconocer que hombres y mujeres estamos mal hechos, deformados culturalmente. Entonces hemos visto transformaciones sociales profundas pero las cosas no han cambiado, aún se mantienen sólidamente las jerarquías patriarcales. Yo creo que el feminismo no busca integrar a la mujer al desarrollo, eso pretende el Estado ecuatoriano actual, pero lo que el feminismo se propone es transformar este mundo, pero no con las mujeres solas, ni perdiendo de vista lo social, los conflictos inter-clase, entonces, cuando las Evas llegamos a esa conciencia nosotras asegurábamos que es tan importante una conciencia de clase como una conciencia de género, y en esa relación dialéctica es donde estábamos gestando medios de comunicación alternativos a otros niveles, particularmente en las organizaciones populares, porque creemos que la mujer en todos los sectores populares aún cuando sienta la necesidad de agua, luz o de médico para sus hijos, también

siente con mucho dolor las borracheras de su marido, o la infidelidad o la falta de paternidad responsable, o sencillamente ser violentadas o golpeadas permanentemente".

Luisa Rodríguez: "Es cierto que se trata de una problemática relegada, pero también es evidente que si las mujeres de los sectores populares se organizan es, en primera instancia, para conseguir agua, luz o relleno para las calles. Por ahí empieza un nivel de participación que sí es muy necesaria, debido a que aquello por lo cual lucha beneficia a to-



da una comunidad. Por otra parte, la experiencia del machismo, tal como es vivida en los sectores de medianos ingresos, tiene connotaciones muy distintas en otros sectores; en éstos la famosa mujer adorno puede ser la "Mama grande" en el campo o en el suburbio, una matriarca... Eso es parte de toda una discusión casi bizantina, porque el poder o la sumisión de la mujer se expresa en forma disímil en cada situación social, económica, cultural o geográfica. Por eso nosotras nos planteamos que debíamos empezar por alguna parte y decidimos entonces editar una revista que lle-

gara a los sectores medios. Creo que ésta también fue una diferencia que resaltó en ambas publicaciones. Era utópico pensar que una revista que se vende y se compra en este medio, a través de los canales tradicionales, iba a circular masivamente. Además pensamos que como nosotras pertenecemos a esos sectores, podíamos hablar auténticamente desde nuestra experiencia y cuestionarla. Yo le atribuyo gran importancia a esto porque en la mayoría de los procesos, de cambio o no, revolucionarios o no, se ha descuidado la ideología de la clase media, una clase media demasiado vulnerable a las cosas provenientes de 'arriba'.

De modo que nuestra intención consistió en entregar algunas reflexiones críticas para profundizar en esa cotidianidad de la que tú hablas. Por eso también, y un poco estratégicamente, no nos declaramos feministas. En parte por toda esa suspicacia y toda esa ironía que hay contra el feminismo, y porque ha sido un movimiento que en todas partes del mundo ha sido tan cuestionado y ha cometido tantos errores, que si la gente conoce la palabra **feminismo** lo conoce a través del prejuicio; entonces



le tiene miedo. De todos modos, esa cautela responde a una búsqueda de definiciones que yo creo está en marcha. En la práctica, el reto responde a todas esas revistas editadas en Miami.”

Dolores Padilla: “En algún momento nosotras procedimos a analizar qué pasaba con *Vanidades* y vimos que era una revista con rostros bellos en la portada, colores atractivos, diseños elegantes, formato cómodo, diagramación ágil, publicidad elocuente. Es decir, todas las características de una buena publicación. Una revista con un tiraje de 660 mil ejemplares, que forma parte de la **Hearst Corporation**, la misma que edita *Buenhogar*, *Cosmopolitan*, *Intimidades*, *Coqueta*, con publicidad propia en cada país y ediciones especiales sobre belleza, sexo, cocina, etc. Realmente a mi me sorprendió cuál es el misterio oculto detrás de toda esa maquinaria que refuerza los roles tradicionales de la mujer”.

Luisa Rodríguez: “Bueno, y ahora ya no son tan ‘tradicionales’. En la actualidad se fomenta una ‘nueva’ visión del mundo que tiende a incorporar a las mujeres a un mercado más dinámico,

más competitivo, donde se acumulan ‘puntos’ con maquillajes y ropas más extravagantes. Pero en definitiva nada ha cambiado. Las ‘revoluciones’ se hacen en las colecciones primavera - verano y en el corazón de las heroínas de Corín Tellado... Es todo un ‘cosmos’ donde también tienen su lugar frívolo los varones. La revista “**Hombre**” es uno de sus últimos inventos. En esta publicación los hombres están en su propio “colegio” (que no es otro espacio de diálogo ni mucho menos) donde hay entrevistas a escritores, información económica y ecológica, datos sobre los últimos modelos de carros, etc. puesto que los hombres necesitan ‘saber más’.

Es un universo transnacional y totalizador que supone que en la cultura denominada occidental van a movilizarse los mismos patrones ideológicos, los mismos gustos y aspiraciones, la misma ‘filosofía’. Pero esa que constituye su gran fuerza es también su gran falla, porque estas revistas que llegan a todas partes, de algún modo no llegan a ninguna. En ningún caso, en ninguna medida, responden a la especificidad cultural de cada región. En todos nuestros países te-

nemos formas particulares de decir las cosas, de ver el mundo, mil culturas mezcladas y en movimiento, con todos los procesos de urbanización donde los pueblos acuden a las ciudades, donde confluyen las culturas rurales y las urbanas, con todo un proceso dinámico y simultáneo de identificación y desidentificación de búsqueda de identidad y de lucha. Estas revistas no pueden dar cuenta jamás de todas estas vivencias, ni ir al encuentro de una realidad que permita a la gente reconocerse en sus páginas. Son imágenes de papel, máscaras plásticas para la noche, fantasmas. Y el misterio en realidad es cómo logran hacer aparecer lo irreal como real, lo que constituye el privilegio de las minorías como posibilidad del resto... Creo que en parte esto sucede por el encantamiento de imágenes que permiten la evasión y la fantasía arribista. Por eso mismo producen una frustración creciente. Es un mecanismo similar al de las tele-novelas: su auditorio vive a través de los personajes de la pantalla una serie de peripecias amorosas y sociales inaccesibles en la realidad, o las percibe como un comportamiento a aplicar. Así, tiende a producir caricaturas en vez de seres humanos, esos ‘seres humanos mal hechos’ de los que habla Simone de Beauvoir...

Creo que el solo hecho de encontrar en una revista, *Eva de la Manzana* o *Nueva Mujer* (y esto me parece lo más rescatable), imágenes de mujeres reales, y a esas mujeres hablando de sus cosas, supone un impacto que en un primer momento puede resultar raro o desagradable, pero que frente a tanta evasión nos aterriza, nos muestra una realidad dolorosa, conflictiva, contradictoria. Pero implica reencontrarnos. Entonces es Carolina de Mónaco versus Domitila, Farah Fawcett versus una maestra rural, una estudiante universitaria, un ama de casa, una campesina. En el caso de “*Nueva Mujer*” el hecho de llegar a los sectores medios no significa hablar solamente de esos sectores. En eso de ir al encuentro de la realidad, yo creo que ya hay una especie de insurgencia”.

Dolores Padilla: “Es que estas revistas han vendido una imagen para América Latina, pero lo hacen a partir de la desintegración de la mujer como ser humano idealizando una imagen que se acomoda a la época y las circunstancias, circunstancias que han logrado que la mujer se quiebre como identidad total. Porque, como anota Roberto Ago-



glia cuando habla de identidad nacional en América Latina, se la busca como un medio para recuperar la iniciativa. Y dice que esta búsqueda supone la conciencia de una pérdida, de una quiebra. Y yo creo que las mujeres debemos empezar por ahí, tomar conciencia de que esa imagen representa una mujer desintegrada, que a ratos es la mujer en función de 'su' hombre, a ratos la mujer que está en la cocina. Pero ¿qué pasa con nuestra verdadera identidad? De pronto está en las tan denigradas telenovelas, o por lo menos en parte de ella... Porque hay todo un discurso teórico que lo sostiene Michele Mattelart y una serie de estudiosos acerca de la alienación de la telenovela, pero nosotras decimos bueno, pero ¿por qué les fascina la telenovela a las mujeres ecuatorianas y de América Lati-

pero super alienado, porque desde niñas nos han delimitado ese espacio de suspiros y de masoquismo. Lo que reconocemos en la telenovela es la imagen de lo que han hecho de nosotras. Pero las mujeres hacen otras cosas, aparte de llorar o esperar al marido después del 'san viernes'. Por ejemplo (cosa que jamás vas a encontrar ni en *Vanidades* ni en ninguna telenovela) qué dicen las mujeres salvadoreñas, o las nicaraguenses, o las llamadas madres de la Plaza de Mayo en Buenos Aires, o qué dicen las mujeres ecuatorianas cuando sube la gasolina y los reverberos que utilizan son de gasolina. Es que hay tal escamoteo de esta otra realidad, que también es de llanto, pero más bien de bronca, que por eso emerge la necesidad de encontrar la imagen auténtica de lo que somos verdaderamente,

todos, porque propone una mujer -se supone que es la mujer antes de casarse- que se permite algún vuelo, pero es solo un vuelo erótico, un erotismo que siempre se está negociando, que se está comerciando, que no se da por sí mismo, sino en función de conseguir al que mejor pueda mantenerla, un príncipe -ejecutivo perfumado... ahí hay una supuesta liberación que en el fondo es increíblemente cavernario".

Dolores Padilla: "Pero se sigue sosteniendo la figura del hombre. En torno a él giran esas revistas donde su imagen tiene la proporción de siempre. No es una imagen a la que se le cuestione jamás, sino que debemos vestirnos para él, maquillarnos para que no se vaya el marido, cocinar para competir con su ma-



na? ¿por qué nos trastornan?. Empezamos a investigar y vimos que las respuestas son contundentes: 'pero si así sufrimos las mujeres', 'si así nos traicionan', 'si así vivimos'. La mujer sufre una cantidad de limitaciones, una cantidad de problemas, muy calladamente. Lo que significa la traición del marido, tan concreta, tan real como se presenta en nuestro país. Al finalizar la semana los burócratas de nuestras oficinas salen al 'san viernes', lo que implica también una amante de por medio, a la cual se le lleva al motel el viernes para ser un buen padre de familia el sábado y el domingo. Entonces hay un fondo en esas telenovelas que es importante profundizar."

Luisa Rodríguez: "Es un fondo real

no lo que quieren que seamos..."

Dolores Padilla: "Lo que nosotras pretendíamos era precisamente no acatar los modelos impuestos, sino ir creando antes que una nueva imagen de mujer, lo contrario: el rescate de los valores intrínsecos de ser mujer, presentes en la cotidianidad que ellas afrontan."

Luisa Rodríguez: "Como sea yo hablo de imágenes en términos de comunicación, porque a ese nivel queremos crear y transmitir otras imágenes, responder al monólogo de la *Hearst Corporation*, lo cual es un enorme desafío, a través de nuevas mujeres que se están expresando de otro modo y sobre otros aspectos de la realidad. Y en esto, *Cosmopolitan* es el caso más dramático de

má, seguir las recetas de belleza, todo en función no de una realización, de una satisfacción personal, sino calculando el poder de conquista, para la seducción, para que no te abandone. En esas revistas la figura del hombre es intocable, mucho más su poder, su jerarquía. La imagen teórica no es tocada, ni siquiera replanteada.

En el caso de *Nueva Mujer* no se mantiene la imagen del 'macho' pero creo que tampoco se cuestiona el machismo como un fenómeno social, absolutamente real en nuestro medio. Creo que al respecto ustedes hicieron concesiones para no pecar de feministas, por ejemplo, en ese reportaje sobre el machismo donde aparecen todos esos señores entrevistados, queda la impresión

que el intelectual ecuatoriano es un feminista consumado, casi el compañero perfecto y tú y yo sabemos que eso no es cierto”.

Luisa Rodríguez: “Lo que sucede es -y eso lo dijimos en la introducción al reportaje- que no hubo ningún machista ‘declarado’ que se dejara entrevistar. Veían las grabadoras y las preguntas y respondían que debían pensar más porque en realidad el tema no era su ‘fuerte’. Porque el machismo tampoco tiene coherencia teórica. Se acerca a una suerte de ideología que sin necesidad de expresarse en esos términos, lo hace en la práctica y entre líneas. Y precisamente esos ‘feministas consumados’ se contradicen bastante en la práctica, aunque tienen como virtud el hecho de plantearse seriamente el problema y eso pue-

con grupos organizados de mujeres convirtiéndose en una semilla que generó un encuentro nacional de grupos. Ahí corroboramos la proyección de nuestro trabajo. Fue una tarea de promoción en esos sectores, impulsadora del intercambio de experiencias, en fin un aprendizaje mutuo en aquellas localidades en donde la radio tiene una incidencia profunda, y mucho más sobre la mujer, y en donde no se han presentado respuestas alternativas y cuestionadoras. Los medios de comunicación escritos sin embargo, también tienen una incidencia, pero aún no encontramos los caminos precisos, sus lenguajes exactamente, sin moldes impuestos. Porque debemos reconocer humildemente que nosotras tenemos conocimientos provenientes de nuestro nivel intelectual, nuestra clase

nos impide ver que sabemos otras realidades, y que deseamos imponer las mismas en espacios culturales y sociales donde se habla otros lenguajes. De ahí la dificultad de encontrar su lenguaje, porque no se trata de asumirlo y disfrazarnos con él sino oírlo y permitir que los demás lo escuchen, ceder espacio en este privilegio que tenemos de decir y publicar testimonios directos. No puedo hablar de trabajo con organizaciones populares porque ninguna de las personas de la revista tiene una vinculación personal, directa con alguna pero sí, esas 163 organizaciones populares femeninas que existen en el Ecuador significan un desafío para un medio de comunicación. Pienso que **Eva de la Manzana** ha sido mucho más ambiciosa en ambos campos, porque planteó un lenguaje mucho



de ser un ejemplo para que los otros se liberen de sus complejos”.

Dolores Padilla: “Insisto en que han hecho una crítica al machismo y al feminismo sin tomar una posición concreta. Fui una de las primeras personas en criticar seriamente el primer número de **Nueva Mujer** y en aplaudir muchas cosas del último. En cambio la experiencia de **Eva** fue mucho más vivencial y menos profesional. Es mucho menos una empresa con un proyecto claro de crear un medio alternativo. Pero si bien periódicamente podemos decir que **Eva** es un fracaso, porque publica un solo número y se queda allí, a escala de otros propósitos que fueron apareciendo en el proceso si fue una experiencia muy significativa. Porque el grupo comenzó a experimentar otras vivencias, tomar contacto

social, nuestra posición, y en esa medida podemos ser herramientas de trabajo al servicio de esas organizaciones hasta cuando nos digan gracias, ya no les necesitamos. O nos integramos en el proceso iniciado para seguir adelante... Los sectores populares están buscando y encontrando sus alternativas, sus caminos propios”.

Luisa Rodríguez: “Hay todo un reto en ese campo. No obstante pienso que uno de los peligros en que fácilmente podemos incurrir es en una suerte de ‘maternalismo’ que reproduzca a nivel ideológico la práctica social de los ‘clubes’ femeninos que acuden a ‘ayudar’ a los barrios pobres. En ese sentido, la misma palabra ‘ayudar’ o ‘promover’ habría que revisarla, cuestionar hasta dónde de ese concepto de que ‘sabemos más’

más llano, más accesible y procuró llegar directamente a los sectores populares. Pero lamentablemente la realidad está por ahora demostrando que un proyecto de ese tipo, sin una base institucional es utópico y difícilmente podrá sostenerse.”

Dolores Padilla: “Cuando nosotras decidimos otorgar prioridad a esa línea de trabajo, surgieron dos tendencias dentro del grupo. Una tendiente a trabajar con otros medios de comunicación alternativos: folletos, encuentros de la organización femenina, y otra que veía que la revista era fundamental, un compromiso adquirido que no podía fallar. En la práctica al no definir una línea concreta de acción, el trabajo se paraliza. Porque ambas líneas de acción son en realidad simples semillas que fueron sembradas”.