

Evangelina García Prince :

Discriminación de la mujer, un problema cultural

El tema de la mujer y los medios de difusión masiva ha sido motivo de estudio, polémicas y no pocas controversias en los últimos quince años, pero sobre todo a partir de la década de los setenta —y específicamente en 1975, proclamado por la Organización de las Naciones Unidas como el AÑO INTERNACIONAL DE LA MUJER— cuando el acento es puesto de un modo más agudo en el problema de la ausencia de la mujer en los planes de desarrollo económico y social y en la crítica al tratamiento que de su imagen presentan tanto las corporaciones transnacionales de publicidad cuanto los medios de difusión masiva en casi todos los países.

Los organismos internacionales más importantes propiciaron una serie de reuniones a escala mundial con el propósito de estudiar la condición de la mujer en el ámbito del desarrollo y buscar medidas tendientes a favorecer su plena incorporación en los planes y programas diseñados en cada país. Pero a pesar de todos estos esfuerzos institucionales y de las pocas medidas implementadas, subsisten hoy condiciones de desigualdad, injusticia y opresión para la mayoría de mujeres del mundo. Esto se expresa fundamentalmente en la famosa doble jornada de trabajo cumplida por la mujer: de asalariada, de un lado, y de madre y ama de casa, por el otro. Este doble rol, visto por muchos como una conquista al acceder a un trabajo fuera de su hogar y de competir en "igualdad de condiciones" con el hombre, no es más que la aplicación de un modelo que pretende "modernizar" la situación socio-cultural de la mujer pero sin romper con la clásica asignación de los roles femeninos en la sociedad, lo cual lleva implícito la doble explotación de la fuerza de trabajo femenina.

En este último sentido, los numerosos estudios efectuados en torno a la mujer y los medios de difusión demuestran que los últimos han servido en las sociedades capitalistas como reproductores y reforzadores de los estereotipos de la mujer como empleada, ama de casa y objeto sexual, antes que espacios favorables a una mayor participación de la mujer en el desarrollo y el cambio social. La publicidad ha jugado un papel represivo sobre los procesos de cambio social al utilizar la imagen de la mujer en función de persuasión para vender productos de consumo masivo, aprovechando la doble dimensión de la figura femenina: como objeto sexual que induce a hombres y mujeres al consumo, y como consumidora principal en el hogar.

Sobre esta importante temática, hemos entrevistado especialmente para la revista CHASQUI, a la doctora EVANGELINA GARCIA PRINCE, socióloga venezolana de amplia trayectoria en el campo de la docencia y la investigación en los sectores de la cultura y la comunicación.

EVANGELINA GARCIA PRINCE: La celebración del Año Internacional de la Mujer marcó un hito memorable no solo por el conjunto de importantes reuniones celebradas a nivel nacional e internacional para conmemorarlo, sino porque desde entonces se han venido desarrollando, diversas acciones de la mayor importancia, dirigidas a obtener la superación de la mujer en diversos planos. Esto no significa que con anterioridad a 1975, no se hayan presentado acciones importantes vinculadas al tema de la mujer. La verdad es que, desde 1967 por lo que a organismos internacionales se refiere, la Comisión de la Condición Social y Jurídica de la Mujer de la ONU, trató de estimular en los países la realización de acciones concretas dirigidas a posibilitar la eliminación de la discriminación contra la mujer. Esta causa fue motivo de una declaración específi-

ca ese mismo año. Fruto de los esfuerzos realizados en esta dirección fue que la Asamblea General proclamase a 1975 AÑO INTERNACIONAL DE LA MUJER, con el lema: IGUALDAD, DESARROLLO Y PAZ. La Conferencia Intergubernamental celebrada en julio de ese año en México, aprobó que la década 75-85 fuese declarada "de la incorporación de la mujer al desarrollo" y aprobó un amplio PLAN DE ACCION dirigido a transformar la situación de la mujer en lo jurídico, económico, social, político y cultural. En octubre del mismo año, tuvo lugar en Berlín, R.D.A., un Congreso Mundial de Mujeres, convocado por la Federación Internacional de Mujeres, organización ligada a los Partidos Comunistas y con sede en aquella ciudad. Prácticamente el Congreso ratificó la mayoría de los planteamientos discutidos en México.

En 1975 también numerosas reuniones y congresos en varios países discutieron la problemática de la mujer, proponiendo soluciones a los problemas. En Venezuela, el ex-Presidente Carlos Andrés Pérez, decretó a 1975 AÑO DE LA MUJER VENEZOLANA. En la misma oportunidad la COMISION FEMENINA ASESORA DE LA PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA, organizada el año anterior, impulsó un amplio programa de reuniones y discusiones con mujeres de muchos sectores. Cabe mencionar entre estos actos: el PRIMER CONGRESO VENEZOLANO DE MUJERES, el PRIMER ENCUENTRO NACIONAL DE COMUNICADORAS SOCIALES, el PRIMER ENCUENTRO DE MUJERES CAMPESINAS, el ENCUENTRO DE LA MUJER DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA INDUSTRIA y otros.



EVANGELINA GARCIA PRINCE, venezolana, profesora e investigadora de la Universidad Central de Venezuela. Doctora en Ciencias Económicas y Sociales. Directora de Centro Latinoamericano y de Caribe para el Desarrollo Cultural (CLACDEC).

Dirección: El Cafetal - Calle Píritu Quinta Evanor - Caracas - VENEZUELA

ELIZABETH SAFAR: *A partir de la celebración del Año Internacional de la Mujer: ¿cuáles han sido los logros más importantes relacionados con los diversos aspectos sometidos a consideración en las reuniones mencionadas?*

EGP: La trascendencia de lo discutido y acordado en 1975 ha sido sin duda significativo. La discusión desde esa fecha fue intensificada y alcanzó gran calidad. Aunque no todo lo propuesto se ha logrado; lo cierto es que al margen de ciertas victorias alcanzadas, las mujeres hemos logrado legitimar el problema de la eliminación de la discriminación y hoy por hoy nuestras luchas no despiertan las suspicacias y tratamientos indulgentes que nos concedieron los congéneres del sexo masculino. A nivel internacional, es cada día más numeroso el grupo de países que comienzan a preocuparse sistemáticamente por la incorporación de las mujeres. Ha aumentado el número de países que conceden el voto a la mujer y que se interesan por concretar efectivamente la igualdad de derechos en su normativa jurídica. En Venezuela recientemente, acabamos de lograr la modificación del Código Civil, con lo cual se han liquidado situaciones injustas y discriminatorias que perjudican a la mujer y la familia; pero esto no basta, ni siquiera en el plano jurídico, puesto que las reformas deben ser extendidas a la normativa penal, mercantil, contencioso administrativo y laboral. Por otra parte, se mantienen situaciones concretas en el plano del empleo, del salario y de la participación femenina en el sistema productivo que deben ser transformadas, ya que aún no hemos alcanzado el "salario igual para el trabajo igual", ni tenemos las mismas oportunidades de ascenso en la estructura ocupacional, como lo demuestra Venezuela donde solo un 10 por ciento de mujeres ocupa posiciones directivas o gerenciales tanto en el sector público como en el sector privado.

En casi todas las situaciones de discriminación y autoexclusión está presente un problema cultural que hace a las actitudes tradicionales, conformadas en el marco de una ideología que ha mineralizado en la mentalidad colectiva, tanto de hombres cuanto de mujeres: la inferioridad de las mujeres y su condición de ente pasivo, doméstico, sometido. La cuestión afloró ampliamente en 1975 y años subsiguientes, particularmente en las discusiones vinculadas al



tema de la mujer y los medios de comunicación; y no podía ser de otro modo, puesto que es a través de los mecanismos de comunicación formales o informales, personal o masivos, como se van conformando en el individuo las actitudes que definen su personalidad.

ES: *¿En qué situación está la ejecución de las distintas resoluciones aprobadas en esas conferencias internacionales?*

EGP: La Conferencia de México trató el tema de la mujer y los medios de comunicación, enfatizando en el asunto de la imagen que de ella proyectan estos medios. Todos los diagnósticos de entonces y en otras conferencias y reuniones, coincidieron en señalar que la gran mayoría de los medios masivos en las sociedades capitalistas, presentan una imagen deformada y deformante que refuerza las actitudes discriminatorias y de autoexclusión.

Se habló mucho de la imagen de la mujer objeto-sexual, de la mujer en sus roles tradicionales e incapaz de enfrentarse a los retos del trabajo productivo, etc. Se propusieron diversas soluciones y creo que la que entonces parecía tener el mayor interés era la de propiciar una mayor participación de las mujeres en los medios de comunicación para que actuaran como agentes efectivos con miras a contribuir para el cambio o modificación de esta imagen. Hubo las llamadas de atención a los gobiernos para que éstos fijasen políticas y acciones concretas de presión a los medios con el propósito de cambiar el rumbo de los mismos, especialmente en aquellos donde el tratamiento era más descaradamente descalificador.

Creo que lo convenido en aquella Conferencia ha sido dejado de lado en sus aspectos sustantivos, en la gran mayoría de los países. Los medios siguen actuando impunemente como agentes descalificadores del rol femenino o como agentes de refuerzo de las actitudes tradicionales. No es solo un problema de los países subdesarrollados. Los propios países desarrollados son productores en gran escala y exportadores a nuestros países de este tipo de mensajes sobre las mujeres. Se, por ejemplo, que en los Estados Unidos, existe actualmente una creciente preocupación por este problema, ya que los círculos interesados (académicos, feministas, de acción cívica) han descubierto que las series de

televisión están introduciendo en la psicología colectiva la imagen de una mujer limitada en su independencia y en su criterio propio. Importantes movimientos feministas norteamericanos están priorizando la atención de los problemas de la comunicación social y su peso en las luchas de superación de la mujer. Sin embargo, en nuestros países subdesarrollados son limitados los logros en este plano. Ha habido en todo caso, más preocupación por remediar los asuntos vinculados con el acceso y participación de la mujer a la educación y al sistema productivo, que por intervenir en el problema de las actitudes discriminatorias y lo que de ello se encuadra en la acción del sistema comunicacional. Es que inclusive en países donde las condi-

La poderosa FEDERACION DE MUJERES CUBANAS, tiene varias publicaciones que apuntan a ese objetivo y edita "Mujeres", una revista construida dentro de la perspectiva de esos roles igualitarios. Aún así, están presentes elementos de la ideología tradicional como trampas certeras que el pasado deja colar en esfuerzos importantes como este.

ES: *Cuando se habla de acceso y participación en la cultura y la comunicación, se alude por lo general a la mujer como la gran marginada de esos procesos, recomendándose continuamente la necesidad de contrarrestar los factores negativos que colocan a la mujer en una posición inferior a la del hombre. ¿Cómo*

Las mujeres hemos logrado legitimar el problema de la eliminación de la discriminación.

ciones sociopolíticas otorgan al Estado la posibilidad de controlar los medios, uno observa como la ideología conservadora y tradicional se filtra sutilmente por intersticios insospechados, manteniendo elementos y estereotipos femeninos de franca discriminación. No siempre, o mejor dicho, nunca, las revoluciones políticas conllevan revoluciones en las actitudes y, en este caso, no es factible que prejuicios tan fuertemente arraigados puedan ser erradicados sin un esfuerzo consistente y sostenido en el tiempo.

Recuerdo el caso cubano que cuenta, como uno de los más valiosos logros de su revolución, con un Código de familia que establece condiciones de igualdad de oportunidades y responsabilidades para hombres y mujeres. De hecho, modificar la mentalidad del hombre y la mujer cubanos para que ese Código sea algo más que letra impresa, ha requerido esfuerzos educativos desplegados en el frente escolar y también, con amplia razón, intentados en el plano comunicacional.

observa Ud., a la mujer en tanto objeto de la comunicación y en tanto trabajadora en los medios de difusión masiva?

EGP: El asunto de la mujer y los medios de comunicación se plantea actualmente desde diferentes perspectivas: ya no solo hay interés en el problema de la imagen de la mujer presentada por los medios de comunicación, sino que el tema se ha extendido a considerar la situación laboral de la comunicadora social, y las posibilidades que ofrece la comunicación alternativa a las luchas de superación de la mujer. En parte, esta diversificación es producto del avance y profundización de la discusión misma del problema femenino, en parte lo es a consecuencia del avance de la discusión sobre comunicación social y de la profundización de las investigaciones en el tema.

En Venezuela, la investigación en comunicación comenzó a interesarse en el asunto hacia los albores de la década pasada; ya en 1974, se habían publicado algunos trabajos en revistas de interés

general y en publicaciones especializadas. En la Universidad Central de Venezuela y en la Universidad del Zulia se avanzaba en sendas investigaciones sobre el tratamiento de la imagen de la mujer, especialmente en el medio impreso. La mayoría de estos trabajos se realizaron dentro de las perspectivas analíticas ofrecidas por el análisis de contenido, el análisis semiológico y la lectura ideológica de los textos. Casi todos estos trabajos abordaron la hipótesis de que la mujer es uno de los objetivos fundamentales de la moderna industria cultural y se dirigieron a determinar los estereotipos y la operación ideológica emprendida por los medios de comunicación y demás agentes de la industria cultural para la conformación del mito de la mujer liberada, cuya exégesis estaba representada en la famosa CHICA "COSMO". Aparte de denunciar el tratamiento falso que los medios otorgan a la imagen de la mujer, los estudios contribuyeron notablemente a enriquecer las investigaciones sobre la ideología de "lo femenino", especialmente en el aspecto de los mitos: liberación, femineidad, culto a la madre, eterno femenino, etc. El fruto más brillante de esa época de investigación fue la obra de la investigadora zuliana Marta Colomina de Rivera, titulada "La Celestina Mecánica", en la cual analizando las llamadas revistas femeninas, fotonovelas y novelas amorosas de la serie de Corín Tellado, concluyó en un desmantelamiento completo del mito de la liberación femenina, tal y como es presentado por esos medios.

Después del año 78 ha cedido el interés de los investigadores de la comunicación por el asunto de la mujer y hoy es un campo marginal de investigación. Lo único que ha permitido retomar este interés es el planteamiento de las posibilidades ofrecidas por la denominada "Comunicación Alternativa" a estas luchas.

Este año el sector femenino del Sindicato de Trabajadores de la Prensa convocó a un seminario, que contemplaba como uno de sus temas el de la Comunicación Alternativa. Creo que lo más importante que se planteó con relación al asunto fue la necesidad de definir un periodismo femenino de nuevo corte, productor a su vez de una prensa femenina que rompa con los modelos tradicionales del recetario de cocina y la sección de modas.

Se planteó la idea de que los movimientos feministas puedan llegar a convertirse en productores de un nuevo tipo de mensaje para y sobre la mujer. Pero claro, en estos casos todos los proyectos se estrellaron contra la dura realidad del sistema de propiedad de los medios y la ausencia de políticas comunicacionales que se ocupen del asunto.

A propósito de esto último es conveniente recordar que, a pesar de las recomendaciones concretas sobre políticas de comunicación y cultura vinculadas a la superación de la cuestión femenina en la Conferencia de México (1975), de San José de Costa Rica (1976) y Bogotá (1978), no conozco que ningún país de América Latina haya sancionado nada al respecto. Aunque sí creo justo recono-

***Hoy por hoy
nuestras luchas
no despiertan
las suspicacias
y tratamientos
indulgentes que nos
concedieron los
congéneres del
sexo masculino.***

cer como consecuencia de las dos últimas conferencias mencionadas (Políticas de Comunicación y Políticas Culturales), que algunos cambios en el patrón de comportamiento del Estado ante los medios ha redundado en alguna medida en el tratamiento de la imagen de la mujer.

ES: *¿A qué se debe la escasa participación de la mujer comunicadora social en las instancias de toma de decisiones en los medios de difusión y en otras actividades del sector comunicación?*

EGP.: El asunto de la mujer que trabaja en los medios de comunicación se planteó por primera vez de un modo sistemático en un taller de trabajo celebrado pocos días antes de la Conferencia del Año Internacional de la Mujer en la propia Ciudad de México. En esta reunión celebrada con el auspicio de UNESCO,

hubo un enorme interés por descubrir mecanismos que estimularan una mayor participación de las mujeres en los medios en calidad de profesionales de la comunicación, especialmente en países subdesarrollados. Recuerdo que en aquel momento el punto de honor de las discusiones era interesar a las jóvenes estudiantes de estos países por la carrera de comunicación social, para que, ya empleadas en los medios utilizaran su capacidad en beneficio de una adecuada orientación de las mujeres para su incorporación al desarrollo. En aquel taller examinamos la situación laboral de las mujeres en los medios y constatamos la cantidad limitada que se dedicaba a estas tareas y el número más limitado aún en cargos de decisión. Esto fue considerado como uno de los obstáculos más importantes, sabido como es el peso de los prejuicios y la poca relevancia que la prensa y en general los medios conceden a una discusión franca sobre el tema de la mujer y su incorporación al desarrollo. Se planteó la necesidad de estimular una mayor participación de las mujeres como articulistas de periódicos y revistas o columnistas, o directoras de programas de radio y TV, como forma de ir creando una masa importante de líderes de opinión, que pudiesen dispensar parte de sus esfuerzos a la causa de las mujeres. No he sabido que ha hecho UNESCO con todas las recomendaciones de este taller de trabajo; aunque sé que mantiene la Oficina Internacional de la Mujer, con corresponsales en muchos países recabando trabajos periodísticos sobre la situación de la mujer en los países y regiones; estos materiales circulan internacionalmente a través de Inter Press Service. Pero la verdad es que el programa carece de asideros consistentes para ser verdaderamente efectivo; si bien los artículos son remunerados, el corresponsal responsable de los contactos y de la información es un voluntario y a veces cuesta mucho conseguir apoyo para un programa de esta naturaleza. La verdad es que hoy en día son muchas las mujeres que abrazan la carrera de comunicación social y que al ingresar a los medios, son excelentes periodistas y comunicadoras sociales. Pero, a pesar de que algunas de ellas alternan valientemente su trabajo periodístico habitual con un periodismo sobre y para la mujer, venciendo en los medios donde trabajan las resistencias tradicionales, ellas mismas son motivo de discriminación. No llegan a ser directoras, ni jefes de redacción y son con-

tadas las que ocupan jefaturas de sección. Las hay excelentes redactoras, reporteras, locutoras, productoras, pero todavía no parecen convencer al "eterno masculino" sobre su capacidad para la dirección. Si las hay dirigiendo las famosas revistas y secciones femeninas, precisamente por el tipo de contenido dirigido fundamentalmente a la mujer en función de ama de casa, que consigue en estos medios y programas elementos de refuerzo y auxilio para su función. En Venezuela, por razón de las disposiciones particulares de la Ley del Trabajo respecto al embarazo, se han presentado casos escandalosos de despido a mujeres periodistas. El propio Colegio Nacional de Periodistas, siendo una institución de vanguardia, no ha tenido iniciativas que reflejen su interés por el problema de la mujer y la comunicación. Espero que algún día FELAP incluya en el temario de sus asambleas este punto. Sobre todo porque estoy convencida de que el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) debe incluir como uno de sus presupuestos, el fin de los desequilibrios y la discriminación de la mujer en los medios de comunicación, frente al hombre, frente al desarrollo y frente a la sociedad.

Creo que la escasa participación de las comunicadoras sociales en los cargos ejecutivos es producto del prejuicio social general que perjudica a todas las mujeres profesionales y técnicas. Ya señalé que, a nivel global en mi país, solo un 10 por ciento ocupa cargos de dirección o gerencia; no tiene porqué ser diferente en comunicación social, si no han mediado cambios sustantivos. Afortunadamente, las comunicadoras sociales no han contribuido en Venezuela a la proletarianización de su profesión como sí ha ocurrido con otras carreras, donde las mujeres son explotadas y al aceptar menores salarios que los hombres han contribuido a disminuir la participación económica de tales profesiones. En el caso de las comunicadoras no es así porque los contratos colectivos de trabajo que agencian los Sindicatos de Prensa, Radio y TV fijan escalas de salarios iguales para ambos sexos.

ES: Las investigaciones efectuadas en los últimos tiempos a propósito de la imagen de la mujer proyectada por los medios y la publicidad señalan que ésta última ha tratado de presentar una mujer más moderna, liberada, pero siempre en una actitud pasiva de aceptación de

la realidad, ¿cómo ve Ud., los cambios en los estereotipos y roles tradicionales de la mujer tanto en los medios como en la publicidad?

EGP: Con relación a la publicidad, no se han registrado cambios significativos en los estereotipos femeninos manejados por esta industria. La publicidad se reacomoda a las ondas de moda y vaivenes latentes en la opinión pública. La tigresa fumadora ha sido sustituida por la chica sana deportista, pero también fumadora. La publicidad inclusive está incorporando las profesiones femeninas; las maestras enseñan a sus discípulos que la crema dental X contiene fluor y por ello deben cepillar sus dientes con X. Evidentemente con esto se refuerza el rol tradicional de la maestra como profesión típicamente femenina, que es golpeada en su dignidad al ser llevada al papel de promocionista de crema dental. Por lo demás, al no ser intervenida reglamentariamente, la publicidad sigue haciendo de las suyas. Pero tenemos esperanzas porque cunde el movimiento de prohibir la publicidad de cigarrillos y licores, y ya el empleo de niños en

mensajes publicitarios es limitado o prohibido; quizá, en un futuro cercano las políticas comunicacionales se acuerden de la dignificación de la imagen de la mujer y del combate a los prejuicios antifemeninos.

ES: Considerando históricamente el desarrollo de la telenovela en América Latina y específicamente en Venezuela ¿en dónde se pueden apreciar distintas etapas en la producción de este género televisivo tanto en sus aspectos formales cuanto en las temáticas? ¿considera usted, esos cambios como formas de transformar los roles tradicionales de la mujer en la producción de programas dirigidos fundamentalmente a las audiencias femeninas?

EGP: En términos generales, a pesar de la breve y limitada irrupción que han hecho las denominadas telenovelas culturales en el ambiente televisivo de América Latina, el papel que en los teledramas se asigna a la mujer sigue el patrón de reforzamiento de las definiciones tradicionales. En el caso de Venezuela inclusive el descenso de la ca-



lidad y el tratamiento del rol femenino ha sido tan grosero y grotesco que el gobierno ha decidido desplazarlas de los horarios estelares a partir del próximo mes de octubre. Algunas telenovelas brasileñas de corte cultural, de cuidadosa producción y gran audiencia en América Latina, abordan con muchas vacilaciones la necesidad de proponer una nueva imagen para la mujer. En parte ello se debe a que éstas telenovelas culturales, si bien han significado una transformación dignificada del género, con nuevas propuestas argumentales, se han nutrido en muchos casos de obras literarias que reflejan los estereotipos o están basadas en hechos o acontecimientos históricos marcados por dichos estereotipos. Solo recuerdo una telenovela donde se planteó en boca de la joven generación la lucha contra los prejuicios antifeministas: se trata de la serie de la Red O Globo de Brasil, titulada DOÑA XEPA. Fue un esfuerzo interesante y bien llevado donde se sometieron a contraste los roles femeninos en la definición tradicional y en un intento de cambio superador.

ES: *En la actual gestión gubernamental se creó el Ministerio de Estado para la Participación de la Mujer en el Desarrollo con la finalidad de atender aquellos problemas vinculados con la mujer específicamente. ¿No cree Ud. que iniciativas de este tipo tienden a reforzar la condición de exclusión y marginación en que se encuentra la mujer?*

EGP: Creo que es un error crear Ministerios de la Mujer, puesto que todos los Ministerios lo son por igual del hombre y de la mujer. Sin embargo, debido a su exclusión del desarrollo y a las proporciones alarmantes que están alcanzando en nuestros países los grupos en situación de extrema pobreza o marginalidad, las mujeres constituyen o deben constituir un punto focal de atención de los programas de desarrollo. Soy partidaria de concentrar en una estructura administrativa del más alto nivel toda esta problemática, con lo cual estoy diciendo que en nuestros países está más que justificada la presencia de los ministerios de Bienestar Social o de Familia, como se les denomina en otros lugares. La solución de los problemas de la mujer no puede ser separada del contexto donde, querrámoslo o no, actúa preferentemente la mujer; y ese contexto es la familia. Por otra parte, el tratamiento que deba brindarse al problema de la

familia, la infancia y juventud y la mujer, debe atravesar el análisis de la realidad del crecimiento de la población marginal en nuestros países. Es un error atacar el problema con perspectiva pequeño burguesa o de clase media. Para la mayoría de las mujeres vulnerabilizadas por la marginalidad, los problemas son de nutrición, salud, aborto, capacitación, vivienda, facilidades sociales para la maternidad y el trabajo fuera del hogar. Así, la solución de los problemas de la mujer debe contemplar la solución de los problemas de su familia.

Creo que las mujeres deberían ser un objetivo crítico de las políticas de comunicación y de desarrollo cultural, porque en ellas radican los menores coeficientes de incorporación y participación en la comunicación y en la vida cultural de las comunidades. En este último plano, el análisis histórico más superficial revela que preferentemente es la mujer la excluida de la incorporación y es al mismo tiempo el sector social donde la participación creativa ha ensayado menos alternativas. Por ello, muchas mentes prejuiciosas piensan que, en efecto, debe existir alguna diferencia biológica que gravita en la capacidad intelectual de hombres y mujeres. El hecho de que los inventarios sociales de genios, creadores, grandes artistas, no recojan la presencia femenina, ha sido suficiente para que los superficiales creen en la inferioridad biológica. De allí que las políticas culturales deban concebirse para estimular en las mujeres sus potencialidades creativas y expresivas, y puedan vencer sus propios prejuicios y autoexclusión.

ES: *Al doble rol que cumple la mujer en nuestra sociedad, como madre y ama de casa y como trabajadora, hay que sumar el llamado tercer rol: la mujer en la actividad política. ¿Cómo hace Evangelina García Prince para desempeñarse en ese triple papel?*

EGP: Desde que era estudiante de secundaria fui una activista del feminismo y una activista política, sin partido. Hoy he logrado sobrellevar en forma conjugada y armónica bastante aceptable mi actividad política, profesional y familiar, manteniendo mi vocación feminista de luchar por la incorporación de la mujer al desarrollo. Lejos de ser intereses que me dispersan he logrado hacer de los mismos un conjunto integrado, con intersecciones, al estilo de un conjunto

matemático, donde lo diverso muchas veces se toca y coincide en áreas comunes. Si en mi actividad política intervienen mis intereses profesionales porque trabajo políticamente en áreas de mi competencia profesional y lucho por una mayor participación política de las mujeres y así sucesivamente, voy haciendo coincidir, sumando, comunicando....



ELIZABETH SAFAR, venezolana, licenciada en Comunicación Social, Mención Audiovisual, de la Universidad Central de Venezuela, en donde también es profesora. Dirige la sección del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la misma Universidad. Dirección: Apartado Postal No. 47421 Los Chaguaramos 1041 Caracas - Venezuela