

# Editorial de la Mujer se acerca más a los públicos

La institución pertenece a la no gubernamental Federación de Mujeres Cubanas, que agrupa a la población femenina.

[Género Redacción IPS Cuba](#) 22 agosto, 2015



Mediante encuentros con lectores, la editorial incentiva el interés por temas como la sexualidad, violencia de género y relaciones intrafamiliares.

Foto: colach IPS Cuba

La Habana, 22 ago.- La Editorial de la Mujer desarrolla diversas actividades para que las personas reciban productos comunicativos sobre temas poco tratados en publicaciones cubanas, como el alcoholismo en las mujeres, violencia de género, incomunicación y la adolescencia.

Como parte de la acometida, el público asistente a la Feria Arte en La Rampa, en el centro capitalino, pudo, el 21 de agosto, copiar de manera gratuita en dispositivos USB o comprar CDs (a 20 pesos cubanos, menos de un dólar) con las colecciones de las revistas [Mujeres](#) y Muchachas, así como libros sobre sexualidad, cocina y orientación a la familia.

Al decir de Isabel Moya, directora de esa institución, esta es una manera diferente de captar al público en “un espacio plural” (el Pabellón Cuba, la sede de la feria), a fin de que todas y todos “dialoguen con los productos comunicativos, problematicen sus contenidos, digan si están a favor o en contra”.

Otra de las acciones de la institución para atraer a personas que habitualmente no salen a buscar información para la vida, fue la presentación del libro “El lenguaje visual de la vestimenta”, de Gladys Gómez, junto con un desfile de modas.

En tal sentido, Isabel Moya comentó a la Redacción IPS Cuba que “la moda hoy también constituye un espacio de reproducción de formas de ser, ideologías y maneras de pensar. Incluso, en nuestro contexto, donde no tenemos siempre la posibilidad de adquirir lo deseado”.

Para la periodista resulta “importante llegar a la familia cubana con un debate, sobre todo porque existen asuntos muy controvertidos relacionados con el propio cuerpo, como los tatuajes, las depilaciones, los piercings, la presencia de lo militar en el vestuario, las diferencias entre la cultura del vestir y la moda, y las influencias del mercado”.

Asimismo insistió en la necesidad de “establecer un diálogo entre las diferentes generaciones de la familia cubana y orientarlas”.

También se desarrolló esta semana un encuentro de mujeres con artesanas y creadoras, adscritas a la Asociación Cubana de Artesanos y Artistas e integrantes del proyecto Arte en Casa de la agencia Artex, para “resaltar la necesidad e importancia de que hoy las artes plásticas y visuales contribuyan a la educación estética de la población”, explicó Moya.

A su juicio, “cuando se habla de los valores deben entenderse como el entorno donde los seres humanos se desarrollan y los llevan a tener determinadas actitudes y acciones. El arte es una de las formas de llegar a los individuos de manera muy particular”.

El pasado 22 de agosto, se presentó en La Habana Vieja el título “Vamos a divertirnos”, poemario dedicado a la niñez, de la autoría de Nerys Pupo, acompañado de ilustraciones de los más importantes pintores cubanos contemporáneos.

“Las personas tendrán la oportunidad de comprar también los afiches con las ilustraciones del libro y sus textos, una manera de contribuir con la educación estética de las nuevas generaciones”, valoró.

Según Moya, la Editorial de la Mujer, de la no gubernamental Federación de Mujeres Cubanas, proyecta la diversificación de las opciones para todos los públicos.

“En febrero de 2016 presentaremos una colección de publicaciones con la muy gustada estética del animado manga, sobre temas que nos interesan como el embarazo en la adolescencia, las muchachas negociando el condón y otros dirigidos al público adolescente”, anunció.

“Además de diversificarnos en el formato impreso, iniciaremos una línea de multimedias (libros electrónicos, videos, fotografías y otros recursos), donde estén incluso versiones digitales de nuestras publicaciones impresas”, agregó.

Por último, Moya recalcó que la concepción de la editorial acerca de la comunicación consiste en “poner en el centro a las receptoras y los receptores”, al tiempo que recordó el éxito de los múltiples encuentros con los públicos. (2015)