Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León UNAN-León

Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades Carrera de Comunicación Social



Nivel de Conocimiento sobre la Comunicación de Género, que tienen estudiantes de III, IV y V año de la carrera de Comunicación Social de la UNAN-León.

Investigación Monográfica para optar al título de:

Licenciatura en Comunicación social

Autoras/es:

Bra. Karen Eliett Alaniz Machado

Br. Harvin José Meléndez

Bra. Ingrid Briseth Monge Cisneros

Tutor: Lic. Isabel Mendoza

León – Nicaragua, Noviembre 2014

"A la Libertad por la Universidad





Agradecimiento

A Dios, nuestra madre naturaleza, por permitirnos ser mujeres y hombres exitosos, a padres y madres responsables, que día a día están pendientes de nuestra formación académica, al Lic. Francisco Ramos, por compartir sus conocimientos y experiencias académicas adquiridas y a docentes de nuestra excelentísima casa de estudios, UNAN-León.





Problema:

¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre la Comunicación de Género, que tienen estudiantes de III, IV y V año de la carrera de Comunicación Social de la UNAN-León en el periodo comprendido Junio-Octubre del 2014?





Área de Estudio

Comunicación y Género

UNAN-León





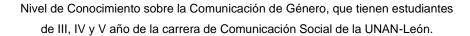
Índice

I. Intr	oducción	1
II. Pla	anteamiento del problema	3
;	2.1. Justificación	3
:	2.2 Objetivos	5
:	2.3 Preguntas de investigación	6
III. Ma	arco teórico	7
3	3.1 Antecedentes	7
3	3.2. Teorías sobre la Comunicación de Género	12
3	3.3. Marco conceptual	38
3	3.4. Hipótesis	42
IV. Di	iseño Metodológico	43
	4.1. Paradigma metodológico	43
•	4.2. Tipo de Investigación	43
•	4.3. Área de estudio	44
•	4.4.1. Universo	44
•	4.4.2 Muestra	45
•	4.5.3 Tipo de Muestreo	46
•	4.6 Métodos e instrumentos de recolección de datos	47
	4.6.1 Método utilizado	47





4.6.2 Técnicas utilizadas	48
4.6.3 Instrumentos aplicados	49
4.7 Triangulación de instrumentos	50
V. Análisis de los datos	51
5.1 Inmersión Inicial	51
5.2 Inmersión Profunda	52
VI. Conclusiones	69
VII. Recomendaciones	
VIII. Bibliografía	71
ΙΧ Δηργός	73







Introducción

La monografía de nivel de conocimiento sobre la Comunicación de Género que tienen estudiantes de la carrera de Comunicación Social, es un trabajo de investigación realizado por estudiantes que optan al título de licenciadas/os en Comunicación Social en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León (UNAN-León), este estudio se realiza en el marco de una Política de Género que implementan veintidós instituciones de Educación Superior en Latinoamérica y Europa.

En primera instancia se analizan algunos conceptos claves sobre el tipo de discurso que está construyendo la comunidad estudiantil, así mismo se refleja el rol que están asumiendo los diferentes medios de Comunicación Social para integrar la perspectiva de género en la agenda mediática, parte de los hallazgos en el escrito está recopilado a partir de los conocimientos obtenidos de estudiantes del tercer, cuarto y quinto año de la carrera de Comunicación Social, quienes se inician en sus Prácticas Profesionales y están a poco meses de involucrarse en diversos puestos de trabajos y la otra parte se recopilo de la experiencia del equipo docente.

Se considera de gran relevancia conocer cuáles son los conocimientos que manejan los docentes sobre la Comunicación de Género, es por tal motivo que se optó incluir en el diseño metodológico una entrevista a tres docentes que se vinculan directamente a la formación de estudiantes, por lo que podemos decir que son parte de este estudio docente y estudiantes.

Las investigaciones cualitativas según la teoría de expertos en investigación refiere partes específicas de las mismas, a saber Planteamiento del Problema en el cual se justifica el estudio, se diseñan las directrices que son los mismos objetivos y preguntas de investigación.





El siguiente acápite encontramos el Marco Teórico, en el que se inicia relatando los antecedentes del problema de la investigación, esto aporta a un mejor entendimiento del estudio; y se explican las teorías que valida la hipótesis, el instrumento y las conclusiones del escrito, estas teorías sobre el tema en estudio, reflejan diferentes aspectos de la Comunicación de Género. Completamos en este capítulo el Marco Conceptual para la comprensión de lo relatado, debido a que este tema utiliza mucho lenguaje científico.

Posteriormente se detalla el Diseño Metodológico, que consiste en la explicación de los pasos que se llevaron a cabo en la elaboración del estudio, también se presenta el proceso muestral para estudio, esto se realizó de acuerdo a las característica de una investigación cualitativa, por lo que se utiliza el muestreo intencional.

En los resultados y análisis de los datos, por ser un estudio cualitativo se van citando las palabras que representan las muestra y posteriormente el análisis e interpretación de ellos, de tal forma que se van abordando las problemática de una forma cualitativa puesto que no se hace uso de datos estadísticos.

En esta investigación se podrá realizar un análisis de cuatro categorías fundamentales: cultura general, opiniones de estudiantes que realizan sus prácticas profesionales, conocimientos de los docentes, algunos aprendizajes que docentes y estudiantes han recibido en su formación académica. Estas corresponden al proceso de análisis de los datos, de manera que la información en bruto se ordena para una fácil interpretación.

A manera de conclusión el equipo investigador planteó las conjeturas que fueron el resultado del análisis de toda la información de la muestra en la investigación. Las recomendaciones son sugerencias que hacemos de acuerdo al comportamiento del problema estudio.





II. Planteamiento del problema

2.1 Justificación

La categoría de género, es una corriente de pensamiento imprescindible para el análisis de los procesos de comunicación. La identidad de género influye en el uso que las personas hacen de ésta, la construcción del lenguaje, lo que se mira y aprende en los medios de Comunicación Social (el discurso e imagen), repercute de alguna manera en el orden social y nuestra forma de pensar y actuar.

Estudiar el género en la comunicación permitirá, conocer que el lenguaje, cuya función primordial es facilitar la comunicación, es una herramienta que ha servido para perpetuar el orden social que se establece a partir de las divisiones de género, legitimando así todas las brechas o desigualdades que actualmente repercuten en la calidad de vida de todas las mujeres.

El abordaje del tema de género, se ha convertido en una de las prioridades de los agentes de cooperación para la ayuda al desarrollo de las Naciones Unidas¹ y otras entidades nacionales e internacionales, a esto le llamamos, la tranversalización del enfoque de género en todo el quehacer institucional de las diferentes agencias de cooperación.

Con esta investigación se intenta explicar cómo a través de la comunicación, y consecuentemente de la cultura, se crean sistemas explicativos sobre lo natural del cumplimiento de los roles de género, edad, mandatos ineludibles que ayudan a fortalecer la identidad masculina y femenina, en tanto se puede considerar que este trabajo, facilitará el aprendizaje de futuras generaciones que se encaminan hacia la formación de profesionales de la comunicación de las instituciones de

-

¹ Las Naciones Unidas son una organización internacional fundad en 1945 tras la segunda guerra mundial por 51 países que se comprometieron a mantener la paz y la seguridad internacionales, fomentar entre las naciones relaciones de amistad y promover el progreso social, la mejora al nivel de vida y los derechos humanos. Recuperado el 22 de Noviembre de 2014 del sitio web: http://www.un.org/es/aboutun/





Educación Superior, siendo al mismo tiempo una referencia para investigadores que consultan la comunicación con enfoque de género.

Diferentes instituciones de Educación Superior a nivel mundial han señalado la importancia de integrar dentro de sus estudios y herramientas de aprendizajes la Comunicación de Género, entre ellas se puede mencionar a la Universidad Centroamericana (UCA). Con esta investigación se pretende hacer un análisis sobre los conocimientos de la Comunicación de Género que utilizan personas que llevan estudios sobre Comunicación Social, así mismo será un referente para académicos, estudiantes y periodistas que ejercen su labor en diferentes áreas.

Resulta pertinente realizar esta investigación en un contexto donde la sociedad demanda una ciudadanía cada vez más informada, con capacidad de construir palabras agradables y que no discriminen por condición de género donde se construya desde un lenguaje inclusivo; en la carrera de Comunicación Social resultará un estudio que permite resaltar la importancia que tiene la Comunicación de Género en la formación de estudiantes desde el centro de estudio.

Se espera que siendo una investigación de interés, jóvenes de las siguientes generaciones realicen estudios desde diferentes disciplinas en esta área de investigación y pensamiento; cabe mencionar que cada vez más el análisis de esta corriente adquiere mayor auge por las diferentes demandas que manifiesta el movimiento de mujeres, diversas instituciones de Educación Superior, entre ellas, las que forman parte de la red Equality², donde la UNAN-León se ha suscrito para transversalizar el género en todo su quehacer institucional.

Autoría de: Karen Alaniz Machado, Harvin Meléndez, Briseth Monge Cisneros

² Es una red creada por 23 Instituciones de Educación Superior de 18 países de América Latina y 4 países de Europa, los cuales se unieron para desarrollar medidas estratégicas para promover la igualdad de género y la promoción de la participación de las mujeres en posiciones de liderazgo en la investigación, la academia y la sociedad en general. Recuperado el 22 de Noviembre de 2014 del sitio web: http://www.equallity-network.net/





2.2 Objetivos

Objetivo general

 Comprender cuál es el nivel de conocimiento sobre Comunicación de Género, que tienen estudiantes de III, IV y V año de la carrera de Comunicación Social de la UNAN León, en el proceso de su formación profesional.

Objetivos específicos

- Conocer el interés de estudiantes de III, IV y V año de la carrera de Comunicación Social en el abordaje de Comunicación de Género en su formación académica.
- Determinar la relevancia de la Comunicación de Género en la formación académica de estudiantes de III, IV y V año de la carrera de Comunicación Social.
- Identificar las herramientas estratégicas que poseen estudiantes de III, IV y
 V año de la carrera de Comunicación Social sobre Comunicación de Género en el desempeño de las Prácticas Profesionales.





2.3 Preguntas de investigación

- ¿Qué conocimientos sobre Comunicación de Género tienen estudiantes de III, IV y V año de la carrera de Comunicación Social?
- ¿Cuál es la relevancia que ocupa la Comunicación de Género en estudiantes de III, IV y V año de la carrera de Comunicación Social?
- ¿Cómo se aborda la Comunicación de Género en la formación académica de estudiantes de la carrera de Comunicación Social?
- ¿Qué estrategias se implementan para la formación académica en relación a la Comunicación de Género en estudiantes de la carrera de Comunicación Social?
- ¿Por qué es pertinente que se aborde la Comunicación de Género en la formación académica de estudiantes de la carrera de Comunicación Social?
- ¿Cómo aporta la Comunicación de Género en la formación de futuros profesionales de la Comunicación Social?





III. Marco teórico

3.1 Antecedentes

Para hablar de género y consecutivamente de Comunicación de Género, es importante hacer una breve lectura sobre cómo surge la expresión del levantamiento de los movimientos sociales que se iniciaban en las sociedades griegas del mundo antiguo. La historia lo relaciona al caso de las "amazonas", con el mito de las mujeres que se organizaban en comunidades femeninas de forma libre y sin la opresión de los varones, estas mujeres vivían en total armonía con la naturaleza y eran respetadas por el uso y posesión de armas. En su sociedad los papeles y roles estaban invertidos y se fomentaba una sociedad con predomino de la mujer, no existían familias tradicionales.

También se destacan otros ejemplos de la época, como las Jantipa o Safo. En el caso de Jantipa, se le conoce por ser la mujer del filósofo griego Sócrates, que aparece en los "Diálogos" de Platón como mujer "insumisa y de mal carácter"; también se destaca el caso de Safo de Lesbos, fue una poetisa griega, cuyos poemas con temática femenina causaron numerosas teorías acerca de su condición sexual, mantenía relaciones sentimentales con mujeres y es ahí donde surge el termino del Lesbianismo (por Lesbos).³

En el siglo XVIII las mujeres empiezan a ganar algo de protagonismo social fuera del hogar, mantuvieron una participación activa en los movimientos sociales y literarios de la época, aquí se destacan obras claves como "Sobre la igualdad de sexos" de Poulain de la Barre (1673), fue la primera obra explícitamente feminista que demanda la igualdad de sexos como premisa para una sociedad igualitaria, en

³ Recuperado el 20 de Agosto de 2014 del sitio web: http://goo.gl/pl8mko

Autoría de: Karen Alaniz Machado, Harvin Meléndez, Briseth Monge Cisneros





ella se establece que hombres y mujeres nacen libres e iguales, por lo tanto merecen los mismos derechos y deberes.

El término "feminismo" tiene su origen en Francia y desde finales del siglo XIX se hizo popular como sinónimo de emancipación de la mujer. Los círculos feministas ya encaminados, intentan poner en práctica estas ideas, y lo hicieron organizándose y reivindicando su identidad como oprimida por su condición de mujer, así se inicia en primer instancia, clubes de mujeres y centros de reunión social feministas cuya máxima expresión se representa con la redacción de la llamada "Declaración de los Derechos de la Mujer y la Ciudadana" (1791) por parte de Olympe de Gouges, donde se denuncia un modelo social vigente en el cual, el hombre se imponía como dominante porque "había recibido todas las facultades intelectuales".

También se puede destacar el Movimiento Sufragista, que cobró amplio protagonismo en los Estados Unidos de América y Gran Bretaña, países que vieron nacer este movimiento, situado entre los siglos XIX-XX. Las mujeres que se hacían llamar sufragistas, luchaban por su igualdad total en todos los aspectos y consideraban que la opresión de las mismas no se distingue de clases sociales, y es la feminista francesa Hubertine Auclert, activa sufragista y fundadora del periódico "La ciudadana", quien popularizaría el término feminista.

Muchos avances como: el derecho al voto y la igualdad política se dan en los años 20 y 30 del siglo XX como sinónimo de emancipación de la mujer, a finales del mismo, surgen diferentes corrientes de movimientos de obreros que incluirán las reivindicaciones feministas como parte de su ideario político.

Algunos ideales igualitarios e integradores de Saint Simon, Owen, Engels, Marx, Bakunin, y sobre todo Augunte Bebel, en su libro "La mujer y el socialismo", atribuye la aceptación del término feminista como elemento derivado del





marxismo, esto sucede cundo la militante socialista alemana Clara Zetkin, Directora de la revista "Igualdad", organiza una cumbre mundial de militantes feministas o la llamada Conferencia Internacional de Mujeres de 1907.4

En los años 60, ya encaminado el movimiento feminista, su principal frente de batalla en la defensa y reconocimientos de sus derechos en el ámbito de la comunicación, fue la crítica y denuncia de las imágenes estereotipadas y degradantes de las mujeres en los medios de difusión que contribuían a perpetuar el sexismos.

Para los años '90, en la Plataforma de Acción, aprobada por la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, celebrada en Beijing en 1995, más de 40 mil mujeres de diversos países y sectores feministas vinculados a la comunicación, plantearon los límites de este enfoque de la problemática, que se mantiene dentro de la óptica que considera a las mujeres como objetos o imágenes, y no como sujetos activos en la comunicación.

Bajo esta perspectiva, en el apartado "J" del informe de la IV Conferencia Mundial de la Mujer en Beijing (1995), se plantean dos objetivos pertinentes: 1. Aumentar el grado de participación y de acceso de las mujeres a los espacios de toma de decisiones, de debate y exposición de ideas de los medios de comunicación, y a través de ellos, a las nuevas tecnologías de la información; 2. Fomentar una imagen de las mujeres equilibrada y sin estereotipos en los medios de comunicación.

Ya encaminada la era del Internet y el uso de las tecnologías de la Información y Comunicación (TICs), propusieron a las mujeres el reto de apropiarse de la comunicación y las nuevas tecnologías, por lo que se desarrollaron propuestas e

-

⁴ Recuperado el 20 de Agosto de 2014 del sitio web: http://www.otromadrid.org/articulo/2998/breve-historia-movimiento-feminista/

⁵ Burch, Sally. (Abril 2009). Comunicación, organización y género: Ellas tienen la palabra. Quito: Artes Gráficas Silva.





iniciativas para una "comunicación con enfoque de género". Se impulsaron medios feministas, suplementos de mujeres y un sinnúmero de iniciativas de intercambio y difusión en Internet. Estas voces contribuyeron también a impulsar un movimiento continental por la democratización de la comunicación aportando, entre otros, al planteamiento específico de abordar la comunicación y las nuevas tecnologías desde un enfoque de género.

En el transcurso de los últimos años, el movimiento de mujeres ha irrumpido en el mundo de la comunicación con un alcance de difusión sin precedentes, en lo que va del presente siglo, activistas sociales manifestaban su interés por tener voz y voto a favor de la igualdad y equidad de género, al no encontrar respuesta ante sus demandas, se vieron en la obligación de crear sus propios mecanismos de comunicación para que fueran escuchadas en algunos medios masivos, sobre problemáticas y propuestas específicas de las mujeres, como también sobre una gran diversidad de temas abordados desde un enfoque de género. También se ha emprendido múltiples acciones frente a la marginación y discriminación de las mujeres en el ámbito comunicacional.

Investigaciones sobre la relación que existe entre la comunicación y género, ya han sido abordadas por diversos autores y corrientes académicas. Entre ellas pueden mencionarse diversos estudios sobre la imagen de la mujer, que fueron realizados durante la apertura de algunos proyectos culturales, académicos y Organizaciones no Gubernamentales (ONG) que servirán como referencia en esta investigación.

Con estos y otros acontecimientos, se puede decir que se está produciendo una reconexión de la comunicación con la acción social que en décadas anteriores había sufrido una dislocación, debida principalmente a la intermediación y control del sistema mediático, en tanto, al desarrollar las teorías sobre este tema, mencionaremos algunos acontecimientos donde se identifican avances sobre la Comunicación de Género en Nicaragua.





Después del triunfo de la Revolución Sandinista del 19 de julio de 1979 se fundó Barrica, diario oficial del Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN) desde 1979 hasta 1998, mismo que sirvió como medio de comunicación, propaganda e ideología del partido gobernante.

El diario Barricada publicó semanalmente la primera revista feminista del país, denominada GENTE. En la producción de esta revista laboraron destacadas y jóvenes periodistas feministas: Mildred Largaespada, Silvia Torrez, Ruth Largaespada y Tania Montenegro, entre otras. GENTE fue fundada y dirigida por Sofia Montenegro, quien además hacia parte del Consejo Editorial del periódico.

Existen diversas universidades entre las que podemos destacar a la Universidad Centroamericana (UCA), que desde el 2011 integró a su pensum académico de la carrera de Comunicación Social, el estudio de comunicación y género, además, en la biblioteca virtual José Coronel Urtecho de esta misma universidad se encontró una monografía orientada al "Análisis sobre la discriminación social a la mujer en 'El Nuevo Diario y La Prensa' en la sección de Sucesos".

En el año 2011 se debatió en Nicaragua el articulado de una nueva Ley de Violencia de Género, el proyecto enviado a la Asamblea Nacional, promovía que la norma incluyera la figura de violencia mediática. La reacción de los medios de comunicación, denunciando un ataque a la libertad de expresión, fue tan potente que a los pocos días la propuesta fue desestimada.

Desde el 2012 la UNAN-León se integra al proyecto Fortalecimiento del liderazgo femenino en las IES Latinoamericanas y la sociedad (EQUALITY) con el objetivo de fortalecer las capacidades de las Mujeres, como una plataforma sostenible para apoyar los esfuerzos de equidad de género y promover los intereses de las mujeres en la ciencia, la academia y el mercado laboral.

Las consultas sobre Comunicación de Género realizadas en las diferentes bibliotecas de las universidades: UNAN-León y la Universidad Centroamericana





(UCA), solo en la última a través de su biblioteca virtual se logró encontrar una investigación relacionada a la Comunicación de Género titulada: "Análisis sobre la discriminación social a la mujer en 'El Nuevo Diario y La Prensa' en la sección de Sucesos".

3.2. Teorías sobre la Comunicación de Género

Lo femenino y lo masculino se conforman a partir de una relación mutua, cultural e histórica. El género es una categoría transdisciplinaria, que desarrolla un enfoque globalizador y remite a los rasgos y funciones psicológicas y socioculturales que se le atribuye a cada uno de los sexos en cada momento histórico y en cada sociedad.

Las elaboraciones históricas de los géneros son sistemas de poder, con un discurso hegemónico y pueden dar cuenta de la existencia de los conflictos sociales. La problematización de las relaciones de género logró romper con la idea del carácter natural de las mismas. Lo femenino o lo masculino no se refiere al sexo de los individuos, sino a las conductas consideradas femeninas o masculinas.

Género, según Marta Lamas⁶, aun cuando ya en 1949 aparece como explicación en el segundo sexo de Simone de Beauvoir⁷, el término sólo comienza a circular en las ciencias sociales y en el discurso feminista con un significado propio y como una acepción específica (distinta de la caracterización tradicional del vocablo que hacía referencia a tipo o especie) a partir de los años setenta. No obstante, sólo a fines de los ochenta y comienzos de los noventa el concepto adquiere consistencia y comienza a tener impacto en América Latina. Entonces las

-

⁶ Marta Lamas es la principal activista feminista de México. Hija de padres argentinos, lúcida, inquieta, profunda, esta antropóloga, que orilla los 60 años, luce sus canas sin pudor y con gran elegancia.

⁷ Pensadora y novelista francesa, representante del movimiento existencialista ateo y figura importante en la reivindicación de los derechos de la mujer.





intelectuales feministas logran instalar en la academia y las políticas públicas la denominada "perspectiva de género".

John Money⁸ (1955), propuso el término "papel de género" para describir el conjunto de conductas atribuidas a los varones y a las mujeres, pero ha sido Robert Stoller quien estableció más claramente la diferencia conceptual entre sexo y género. Los sistemas de género se entienden como los conjuntos de prácticas, símbolos, representaciones, normas y valores sociales que las sociedades elaboran a partir de la diferencia sexual anatómico-fisiológica y que dan sentido a las relaciones entre personas sexuadas (De Barbieri, 1990).

Para Gomariz⁹, a partir de estas referencias conceptuales pueden examinarse distintos planos del conocimiento acumulado en la materia. De modo amplio podría aceptarse que constituyen reflexiones sobre género todas aquellas que se hicieron en la historia sobre las consecuencias y significados que tiene pertenecer a cada uno de los sexos. Según Gomariz puede denominarse como "estudios de género" el segmento de la producción de conocimientos que se ha ocupado de ese ámbito de la experiencia humana.

La "perspectiva de género", en referencia a los marcos teóricos adoptados para una investigación, capacitación o desarrollo de políticas o programas, implica: a) reconocer las relaciones de poder que se dan entre los géneros, en general favorables a los varones como grupo social y discriminatorio para las mujeres; b) que dichas relaciones han sido constituidas social e históricamente y son constitutivas de las personas; c) que las mismas atraviesan todo el entramado social y se articulan con otras relaciones sociales, como las de clase, etnia, edad, preferencia sexual y religión.

_

⁸ El Profesor Money fue el primer miembro de honor de la Asociación Española de Sociedades de Sexología (AEES) y se ha propuesto que el premio de investigación de la Federación Española de Sociedades de Sexología (FESS) lleve su nombre.

⁹ Enrique Gomáriz Moraga es sociólogo y psicólogo. Como investigador de FLACSO fue coordinador metodológico y coautor de la serie Mujeres Latinoamericanas en Cifras.





La perspectiva de género opta por una concepción epistemológica que se aproxima a la realidad desde las miradas de los géneros y sus relaciones de poder. Sostiene que la cuestión de los géneros no es un tema a agregar como si se tratara de un capítulo más en la historia de la cultura, sino que las relaciones de desigualdad entre los géneros tienen sus efectos de producción y reproducción de la discriminación, adquiriendo expresiones concretas en todos los ámbitos de la cultura: el trabajo, la familia, la política, las organizaciones, el arte, las empresas, la salud, la ciencia, la sexualidad, la historia. La mirada de género no está supeditada a que la adopten las mujeres ni está dirigida exclusivamente a ellas. Tratándose de una cuestión de concepción del mundo y de la vida, lo único definitorio es la comprensión de la problemática que abarca y su compromiso vital.

Existe cierto consenso en que es necesario establecer distinciones entre sexo y género. El sexo corresponde a un hecho biológico, producto de la diferenciación sexual de la especie humana, que implica un proceso complejo con distintos niveles, que no siempre coinciden entre sí, y que son denominados por la biología y la medicina como sexo cromosómico, gonadial, hormonal, anatómico y fisiológico. A la significación social que se hace de los mismos se la denomina género. Por lo tanto las diferencias anatómicas y fisiológicas entre hombres y mujeres que derivan de este proceso, pueden y deben distinguirse de las atribuciones que la sociedad establece para cada uno de los sexos individualmente constituidos.

Aunque existen divergencias en su conceptualización, en general la categoría de género es una definición de carácter histórico y social acerca de los roles, identidades y valores que son atribuidos a varones y mujeres e internalizados mediante los procesos de socialización.

Algunas de las principales características y dimensiones son: 1) es una construcción social e histórica (por lo que puede variar de una sociedad a otra y de una época a otra); 2) es una relación social (porque descubre las normas que





determinan las relaciones entre mujeres y varones); 3) es una relación de poder (porque nos remite al carácter cualitativo de esas relaciones): 4) es una relación asimétrica; si bien las relaciones entre mujeres y varones admiten distintas posibilidades (dominación masculina, dominación femenina o relaciones igualitarias), en general éstas se configuran como relaciones de dominación masculina y subordinación femenina; 5) es abarcativa (porque no se refiere solamente a las relaciones entre los sexos, sino que alude también a otros procesos que se dan en una sociedad: instituciones, símbolos, identidades. sistemas económicos y políticos, etc.); 6) es transversal (porque no están aisladas, sino que atraviesan todo el entramado social, articulándose con otros factores como la edad, estado civil, educación, etnia, clase social, etc.); 7) es una propuesta de inclusión (porque las problemáticas que se derivan de las relaciones de género sólo podrán encontrar resolución en tanto incluyan cambios en las mujeres y también en los varones); 8) es una búsqueda de una equidad que sólo será posible si las mujeres conquistan el ejercicio del poder en su sentido más amplio (como poder crear, poder saber, poder dirigir, poder disfrutar, poder elegir, ser elegida, etcétera). 10

La generalización del concepto de género ha suscitado una polémica en torno a la conveniencia de continuar usándolo, en algunas ocasiones, el término se ha tergiversado y banalizado en su aplicación. En algunos estudios macrosociales o del mercado de trabajo, a la desagregación por sexo se la denomina género, pero la categoría permanece vacía. Algo similar ocurre cuando la palabra género sustituye a mujeres (Scott, 1990). El género requiere la búsqueda de sentido del comportamiento de varones y mujeres como seres socialmente sexuados.

Gamba, Susana (2008). ¿Qué es la perspectiva de género y los estudios de género? - Claves de feminismo. Pág. 01-05.





Cabe preguntarse: ¿Quién o quienes están construyendo discursos que funcionan como agentes socializadores de paradigmas con respecto a las teorías de género?

La Comunicación de Género es una rama de investigación que hasta cierto punto se vuelve muy compleja, es evidente que existe diversidad de información que incluso, en algunos medios masivos de comunicación, se asocia la Comunicación de Género única y exclusivamente a la mujer, esto resulta contraproducente porque si existe un interés global por eliminar estereotipos o cualquier práctica ligada a la discriminación por condición de género, es pertinente tener muy claro que el género describe el conjunto de conductas atribuidas a los varones y mujeres, he aquí, donde los diferentes medios de comunicación social actúan como agentes de socialización.

El género en la comunicación permite conocer que el lenguaje, cuya función primordial es facilitar la comunicación, es una herramienta que ha servido para perpetuar el orden social que se establece a partir de las divisiones de género, sin embargo, los medios de comunicación continúan legitimando las brechas o desigualdades que actualmente repercuten en la calidad de vida de hombres y mujeres.

Desconstruir la forma tradicional de ver el mundo puede parecer una tarea titánica, pero una vez que nos ponemos los lentes con visión de género, resulta sencillo construir formas de comunicación que permitan garantizar la calidad y responsabilidad social.

Es indispensable resaltar que cuando hablamos de incluir la perspectiva de género en los medios de comunicación no nos vamos a limitar únicamente a escribir, informar, o hablar sobre mujeres en los medios informativos. Tampoco implica sólo la utilización de las dobles formas (Utilización del lenguaje inclusivo: nosotras y nosotros), en el desarrollo de la investigación estaremos analizando, no muy a





profundidad, a como lo es pertinente en una investigación sobre comunicación y género.

La Comunicación de Género en este tipo de procesos implica una tarea mucho más compleja, supone añadir una nueva categoría al análisis de la realidad en la construcción del discurso comunicativo. Una comunicación con perspectiva de género es el que identifica brechas y vetas de desigualdad de oportunidades, que añade nuevas preguntas, y nuevas fuentes, que cuestiona estereotipos y roles, esta es una forma de comunicar de manera responsable.

"El periodismo con enfoque de género se propone analizar la información con la que trabajamos preguntándonos si afecta de manera diferente a mujeres y varones teniendo en cuenta la construcción social sobre sus roles"11.

3.2.1. Evolución de la Comunicación de Género

La declaración de Beijing ha puesto en evidencia la gran importancia del rol de los medios de comunicación para alcanzar la igualdad de género y equidad entre los géneros, en ese sentido la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer de las Naciones Unidas, propuso a los Estados, la comunidad internacional y a la sociedad civil, que adoptaran nuevas medidas para incorporar la perspectiva de género en todas las políticas y programas pertinentes, entre las conclusiones convenidas de ese período de sesiones figuraron medidas para sensibilizar acerca de la función de los medios de comunicación en la promoción de imágenes no estereotipadas de la mujer y el hombre y crear un entorno propicio para la medios de comunicación con representación equitativa de género.

En los últimos años, se ha tenido la oportunidad de ver, como la mujer han venido apropiándose de los espacios, ocupando cargos de adopción de decisiones de

Autoría de: Karen Alaniz Machado, Harvin Meléndez, Briseth Monge Cisneros

¹¹ Recuperado el 22 de Septiembre 2014. América Latina Genera:

http://www.americalatinagenera.org/es/index.php?option=com content&view=article&id=2015&Itemid=5

18





alto nivel en la organización de los medios de comunicación de diversos países, ya se mencionarán algunos que sirven como referencia sobre los avances de la igualdad y equidad de género en los diferentes medios de información, también se exponen, como las mujeres se matriculan cada vez más en las carreras relacionadas al ámbito de la comunicación, corresponsalía y de locución en la radio y televisión.

En la República Islámica de Irán, una mujer fue nombrada asesora presidencial a cargo de los asuntos de prensa; En la British Broadcasting Corporation (BBC) del Reino Unido, el número de mujeres en puestos ejecutivos superiores aumentó de 19% a 29% entre 1995 y 1998. El objetivo de la BBC era lograr que las mujeres ocuparan un 30% de los puestos ejecutivos superiores y el 40% de los puestos administrativos de nivel superior y medio para el año 2000; En Italia, tres mujeres ocupan puestos en la junta de directores de los servicios de radio y televisión públicas; En Trinidad y Tobago, se ha nombrado a una mujer Presidenta de uno de los tres periódicos; Entre 1987 y 1997, el porcentaje de mujeres periodistas en Hungría aumentó de 10% a 33%. Dos de los periódicos nacionales cuentan actualmente con jefas de redacción 12.

En 2010, Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP, por sus siglas en inglés), reveló que las mujeres constituyen únicamente 24% de las personas sobre las cuales se escucha, se lee o se ve en las noticias¹³.

Un tercer estudio de casos destaca la experiencia del Inter-Press Service; una iniciativa novedosa para cubrir notas sobre igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en relación con el tercer Objetivo de Desarrollo del Milenio (ODM3).

¹² Recuperado el 30 de Agosto 2014. Sitio web de la Naciones Unidas: http://goo.gl/fkp3MY

¹

¹³ El GMMP es una investigación longitudinal e iniciativa de promoción en los medios informativos mundiales, coordinada mundialmente por la WACC. La investigación se ha llevado a cabo en ciclos de 5 años desde 1995, con el objetivo de monitorear cambios en indicadores seleccionados para observar el género en el contenido en medios informativos. Para el cuarto ciclo de investigación en 2010 se recabó información en 108 países.





3.2.2 La perspectiva del género en los medios de comunicación

La demanda de democratización de la comunicación va tomando fuerza en el continente Americano, lo que a su vez, crea nuevas aperturas para las propuestas desde una perspectiva de igualdad de género, radica esencialmente en crear y poner en práctica estrategias informativas que orienten el tratamiento no sexista de la información, y que vinculen el enfoque de género con la ética periodística, con la responsabilidad social, con la calidad y con las rutinas productivas de la información y comunicación. En Comunicación de Género se necesitan datos certeros, cifras, análisis, variedad de fuentes, distintas herramientas que posibiliten elaborar una buena cobertura noticiosa.

Teniendo en cuenta que es un tema muy complejo, es pertinente combinar estrategias diversas como: la producción autónoma de medios elaborados desde un enfoque de género, es decir, medios de mujeres, alternativos, populares o comunitarios, que incorporen un trato igualitario a las mujeres y la defensa de sus causas; la intervención frente los medios masivos, ya sea para abrir espacios para las mujeres, para monitorear y criticar su tratamiento, para que las mujeres accedan a puestos de decisión, para sensibilizar a periodistas y directivos sobre el enfoque de género en la comunicación, para hacer alfabetización mediática, entre otros aspectos; la acción en el terreno político para cambiar las reglas del juego, esto incluye formular propuestas y presionar para una mayor democratización de la comunicación, para un reparto más equitativo del espectro informativo, para impedir los monopolios, por la creación de medios públicos y su apertura hacia la ciudadanía, por el acceso de las mujeres a las nuevas tecnologías o por recursos y políticas públicas, entre otros.

Tomando en consideración estas estrategias como paradigma a practicar en algunos países, resulta indispensable realizar una breve explicación de cómo se puede integrar la Comunicación de Género en las diferentes acciones de comunicación con enfoque de género.





3.2.3 Lenguaje inclusivo, elementos claves para la construcción de discursos.

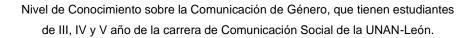
El lenguaje construye, orienta e identifica, de ahí la importancia de iniciar analizando, el discurso se está reproduciendo en todo el ámbito de la comunicación. Según el Folleto Manual de Género para periodistas, la dificultad para incorporar un lenguaje inclusivo se encuentra en los hábitos y costumbres arraigados, y en aceptar que el "universal masculino hegemónico" no es suficiente para describir la realidad de mujeres y hombres diversos, por lo que se recomienda darle vuelta a la frase, es decir cambiar lo masculino por lo femenino y viceversa. Por ejemplo, si se dice "los concejales y sus mujeres", la frase invertida sería "las concejalas y sus varones o sus hombres (aunque nos estemos refiriendo a sus esposos)". Esta regla es muy útil en casos de adjetivaciones, para ver que no se hace el mismo trato de hombres que de mujeres en las descripciones y presentaciones.

En una entrevista realizada a Yadira Calvo¹⁴, publicado el 8 de septiembre de 2014, en el portal electrónico "De Patio Propio, la entrevista", la filóloga hace alusión a los conceptos y significados que se encuentran en la Real Academia de la Lengua Española (RAE), donde se define masculino como excelencia, valor y coraje, y femenino como debilidad, la académica manifiesta que el léxico puede cambiar aunque algunos académicos se nieguen a que cambie, pero el léxico puede cambiar y la lengua va cambiando con el tiempo aunque la academia se resiste a aceptar esos cambios.

Lo más difícil de cambiar es la sintaxis, esta normal gramatical es el esqueleto del idioma, y manda que el masculino sea un término no marcado, que engloba a hombres y mujeres. Los hombres están sobre representados en el idioma y eso

-

¹⁴ Yadira Calvo Fajardo, Licenciada en Literatura y Ciencias del Lenguaje; Profesora Asociada de la Universidad de Costa Rica; Catedrática en la Universidad Autónoma de Centro América.







implica que las mujeres estén sub representadas. "los profesores, los docentes, el hombre, el ser humano atenúa un poco, pero todas esas formas masculinas invisibilizan a las mujeres, eso se refleja en la concordancia, por ejemplo, cuando dos sustantivos, uno masculino y el otro femenino, se les aplica un determinante específico, que usualmente es un adjetivo, ese determinante tiene que ir en masculino. Por lo tanto cuando decimos, él y ella está casados, no decimos están casados. Esa preponderancia del masculino reviste bastante gravedad respecto a las mujeres y como consecuencia se sigue ocultando la imagen femenina detrás del masculino.

3.2.4. Los fundamentos del Lenguaje Inclusivo

Advertencia. "No deja de resultar inquietante que desde dependencias oficiales se sugiera la conveniencia de extender -y es de suponer que de enseñar- un conjunto de variantes lingüísticas que anulan distinciones sintácticas y léxicas conocidas".

Forzado. "El uso genérico del masculino para designar a los dos sexos está muy asentado en el sistema gramatical" español y no tiene sentido "forzar las estructuras lingüísticas".

Separación. Si bien el propósito último de las guías de lenguaje no sexista es loable porque quieren "contribuir a la emancipación de la mujer y que alcance su igualdad con el hombre en todos los ámbitos", cuestionó las recomendaciones porque estarían impulsando políticas normativas que separan "el lenguaje oficial del real".

Insostenible. Las guías aludidas suelen llegar "a una conclusión injustificada que muchos hispanohablantes consideramos insostenible". 15

El lenguaje inclusivo no es usar, ellos, ellas, muchachas y muchachos y poner arrobas. Eso es una búsqueda, que es muy válida como toda búsqueda de

_

¹⁵ Recuperado el 9 de octubre 2014 del sitio web: http://goo.gl/jkp9g





equidad, para atenuar el sexismo que tiene el idioma, pero es la forma equivocada. Hay que conocer un poco más el idioma para hacerlo de forma adecuada, no para eliminarlo porque eso está en la gramática, pero hay vocablos comunes: oficinista, poeta, periodista... son palabras que sólo se determinan si es hombre o mujer por el artículo que se utiliza. También se pueden usar abstractos cuando en vez de niños, se dice niñez.

Recientemente la Real Academia de la Lengua Española defendió el uso del género masculino en el caso de citarse grupos de hombres y mujeres. En un artículo publicado por el diario La Nación de Costa Rica, lunes 05 de marzo de 2012 "La Real Academia Española, contra el "todos y todas".

A la Real Academia Española (RAE) le llamó la atención el uso creciente de un latiguillo lingüístico en América Latina: un artículo de la Constitución de Venezuela habla de "venezolanos y venezolanas", y la presidenta Cristina Kirchner¹⁶ comienza siempre sus discursos dirigiéndose "a todos y a todas"¹⁷.

Sin embargo, los hispanohablantes no están discriminando cuando usan el masculino para designar a hombres y mujeres: no necesitan modificar el uso de su idioma para huir del sexismo y tampoco están obligados a pasar al género femenino el nombre de algunas profesiones.

Titulado "Sexismo lingüístico y visibilidad de la mujer", un informe de la RAE critica las nuevas guías sobre lenguaje no sexista elaboradas en España por universidades, sindicatos y gobiernos regionales, que proponen, por ejemplo, usar palabras como "la ciudadanía" en lugar de "los ciudadanos" o "el profesorado" en lugar de "los profesores" para hablar de grupos compuestos por hombres y mujeres.

-

¹⁶ Cristina Fernández nació el 19 de Febrero de 1953 en la Ciudad de La Plata, capital de la provincia de Buenos Aires. Presidenta de Argentina.

¹⁷ Recuperado el 11 de octubre de 2014, de El Periódico Hoy: http://goo.gl/AVXXUK





El autor del informe de la RAE, Ignacio Bosque, defiende que "el uso genérico del masculino para designar los dos sexos está muy asentado en el sistema gramatical" español y que no tiene sentido "forzar las estructuras lingüísticas".

"No es preciso, desde luego, ser lexicógrafo para intuir que la niñez no equivale a los niños", fustiga.

Asimismo, "no parecen admitir estas guías que una profesional de la judicatura puede elegir entre ser juez o jueza", critica el académico, considerando que las pautas propuestas por estas guías están únicamente pensadas para el lenguaje oficial.

La corriente "reformista" ya ha tenido varios ejemplos, además de los que brindan la Constitución venezolana y la presidenta Kirchner. Un ejemplo de las demandas de reformas fue lo que sucedió en Puerta del Sol (Madrid, España), el 15 mayo del año 2011 donde se desbordo la plaza por un movimiento de manifestantes conformados por mujeres indignadas y hombres indignados, quienes se autodenominaron "l@s indignad@s", utilizando el signo de arroba, para ser más "inclusivos".

Pero la RAE decidió ponerle, si no freno, al menos un límite a un modo de expresarse que considera artificial y derivado de la exposición pública. En un detallado informe, cuestiona con contundencia e ironía una serie de nueve guías gramaticales destinadas a "evitar el sexismo en el lenguaje", que fueron publicadas en los últimos 10 años en España.

En esas publicaciones, sus autores recomiendan a los lectores, entre otros consejos, que no apelen al uso genérico del masculino cuando se debe referir a los dos sexos al mismo tiempo. Así, por ejemplo, sugieren que se emplee "las personas becarias" en lugar de "todos los becarios" o, también, "las personas sin trabajo" para reemplazar a "parados", en España.





3.2.5. Recomendaciones insostenibles

Si bien Bosque¹⁸ reconoce la existencia de la "discriminación hacia la mujer" en la sociedad, su análisis concluye que con el uso y tendencias aconsejados en las guías "se extrae una conclusión incorrecta de varias premisas verdaderas", entre las que admite el uso de "comportamientos verbales sexistas" en el idioma español. En las guías cuestionadas se suele llegar a "una conclusión injustificada que muchos hispanohablantes consideramos insostenible", añade.

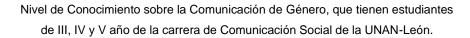
Esa "conclusión injustificada" hace suponer, explica Bosque, "que el léxico, la morfología y la sintaxis de nuestra lengua han de hacer explícita y sistemáticamente la relación entre género y sexo, de forma que serán automáticamente sexistas las manifestaciones verbales que no sigan tal directriz, ya que no garantizarían «la visibilidad de la mujer»". 19

Bosque denunció así una suerte de "discriminación" a la inversa, que, del mismo modo que esta tendencia presuntamente promotora de la igualdad en el lenguaje, ve apuntalada por el "despotismo ético" de un sector de la sociedad. En este sentido, el académico alertó sobre una contradicción fundamental. "Si (como establecen las guías) el uso del masculino con valor genérico implica un trato lingüístico discriminatorio, ¿cómo han de reaccionar las mujeres que no perciben en él tal discriminación?", plantea.

Luego de analizar las expresiones que habría que suprimir por recomendación de esos organismos -que en la mayoría de los casos no consultaron a lingüistas-Bosque teme por el empleo de expresiones "sexistas" como "los reyes", "mis tíos" o "sus suegros", donde no se contempla la "visibilidad" de la mujer.

¹⁸ Ignacio Bosque es doctor en Filología Hispánica y catedrático de Lengua Española de la Universidad Complutense de Madrid desde 1982. Doctor honoris causa por las universidades de Alicante, Córdoba (Argentina), El Salvador (Argentina) y Americana de Managua (Nicaragua), y miembro correspondiente de la Academia Panameña de la Lengua y de la Academia Europea.

¹⁹ Recuperado el 12 de Octubre de 2014 en el sitio web: http://www.lanacion.com.ar/1453900-la-real-academia-espanola-contra-el-todos-y-todas







Tras criticar y resaltar la nula practicidad del "desdoblamiento" genérico -como el citado "todos y todas"- para evitar la supuesta caída en el sexismo, así como el uso indebido del símbolo "@" para superponer el uso femenino de la "a" y el masculino de la "o", el lingüista descartó la viabilidad de las recomendaciones de las guías.

"Si se aplicaran las directrices propuestas en estas guías en sus términos más estrictos, no se podría hablar", señala.

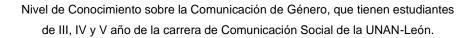
Por último, Bosque observa que las propuestas reformistas "no están hechas" para ser adaptadas al lenguaje común, puesto que, según entiende el académico, "se supone que los cambios que se solicitan han de afectar únicamente al lenguaje oficial". Es decir, al utilizado por quienes hablan delante de un micrófono o de una cámara y que, fuera de estas situaciones, se expresan "como todo el mundo".

El informe de Bosque fue aprobado en forma unánime por los académicos, entre los que figuran Luis Goytisolo y Arturo Pérez-Reverte.

3.2.6. Comunicación de Género en la formación académica.

Esto necesariamente implica dos premisas: que las personas comunicadoras tengan elementos para trabajar la perspectiva de género en el tratamiento, redacción y publicaciones de diversos textos periodísticos, formación que debemos proponer para los profesionales egresados de universidades públicas. Y que los criterios editoriales también contemplen y trabajen desde una perspectiva de género, esto es no situar a las noticias de violencia doméstica en policiales, no construir nudos temáticos que naturalizan los gravísimos problemas como por ejemplo el de la trata.

Además la inclusión de la perspectiva de género en la formación académica refiere de un personal que cuente, al menos con conocimientos básicos sobre la igualdad, la equidad entre hombres y mujeres, ya que esto le permitirá identificar







las principales brechas de género en el área de estudio, así mismo es necesario desarrollar formación específica, útil y actualizada sobre género, para la aplicación en redacciones periodísticas.

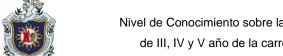
En este sentido, es pertinente que toda la información, todos los temas sean tratados bajo la perspectiva de género. Es decir, no solamente los que incluyan mujeres, gays o transexuales; se trata de ir más allá de una imagen puramente cuantitativa del género en los medios, analizando cómo los estereotipos de género están presentes en las rutinas y prácticas de la producción de noticias y otros productos comunicativos. Consiste en tomar en cuenta a la hora de elaborar determinados contenidos que la realidad está construida bajo premisas genéricas.

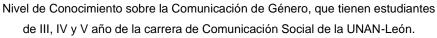
Las políticas educativas deben estar dirigidas a conseguir un modelo educativo basado en el desarrollo integral de la persona al margen de los estereotipos y roles en función del sexo, rechazando de esta forma toda discriminación para garantizar una orientación académica y profesional no sesgada por el género.

Se prevé la existencia de materiales didácticos y libros de texto que integren el estudio de género derivándose de ellos el lenguaje no sexista, el abordaje de género en las cobertura mediática, el diseño de imagen y fotografías que garanticen una presencia equilibrada y no estereotipada de hombres y mujeres, libros que se dediquen a estudiar la lengua que se usa más habitualmente hacia algún sector social o profesional que proponga la visibilización y la inclusión de las mujeres en la lengua de cada sector o ámbito determinado. Tomando como referencia lo anteriormente mencionado se propone como un modelo exportable la elaboración de documentos que nos guíen hacia la inclusión del lenguaje no sexista y estereotipado.

3.2.7. Comunicación de Género en el ejercicio del periodismo.

Los medios de comunicación influyen en la lectura, el modo de vivir y de entender la realidad y la intervención sobre ella y en la construcción de la identidad. Si bien







estas influencias no son predeterminadas ni unilineales (por ejemplo, pueden provocar acuerdo o rechazo), las/los adolescentes y jóvenes, cuyo criterio está en formación, son particularmente susceptibles frente a ellas y a los estereotipos de género que vehiculan.

La situación de desigualdad entre mujeres y hombres se refleja en el lenguaje y algunos elementos de comunicación derivadas por el mismo, esto continua atribuyendo valores y roles diferentes a unas y otros. La docencia para la formación académica en la comunicación social tiene un importante papel que desempeñar mediante la utilización del conocimiento y lenguaje como herramienta para la transformación social, utilizando su capacidad no solo para formar al estudiantado sino también crearle un mundo que busque la equidad e igualdad "real".

Debemos estar en pleno ejercicio del reconocimiento del proyecto que realizar este ejercicio presenta algunas dificultades, ya que resulta muy laborioso hacer un análisis de todo el plan de formación académica de la Comunicación Social en tanto, el proyecto ejecutado en la UNAN-LEON "Fortalecimiento de liderazgo femenino en las Instituciones de Educación Superior Latinoamericanas y la sociedad.

3.2.8. Una Ética de Género

Evidencia proveniente del Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP, por sus siglas en inglés) revela una falta de ética de género en el periodismo informativo en todo el mundo. Cada cinco años desde 1995, el GMMP ha registrado a lo largo de un día una instantánea de la representación del género en los medios informativos, reuniendo datos sobre la imagen y representación que se hace de las mujeres en contraste con la de los hombres.

En 1995, el GMMP recopiló información en medios informativos impresos y en emisiones informativas en 71 países, y encontró que sólo 17% de los sujetos de la





noticia —esto es personas sobre las que se ve, escucha o lee— fueron mujeres, dejando al descubierto una característica de los medios como espacios excluyentes reservados en su gran mayoría a la participación masculina. Diez años después, la investigación en 76 países mostró un ligero avance con respecto a la presencia de mujeres en las noticias: 21% de los sujetos de la notica fueron mujeres.

Sin embargo, un análisis más detenido hizo retroceder el avance, ya que si bien era positivo a pesar de ser pequeño, se encontró que sólo 3% de las notas cuestionaban los estereotipos de género mientras que la vasta mayoría (97%) reforzaban dichos estereotipos o no hacían nada para cuestionar el estado de cosas.

En los resultados de investigación del GMMP más reciente, publicado en 2010, un análisis de 17,795 notas reportadas en 1,365 diarios, sitios de noticias en línea, emisiones de radio y televisión en 108 países, se encontró otro avance en la presencia de las mujeres como voces presentes en las noticias y como sujetos de la noticia. Las mujeres constituyeron 24% de las personas en las noticias, evidenciando otro avance de 3 por ciento en un período de 5 años. Este hallazgo también llegó con un retroceso: la presencia de las mujeres se dio en tópicos de menor importancia para la agenda informativa, mientras que su voz figuró en el grueso de los casos como opinión de la gente "ordinaria" o de experiencias personales.

El incremento de la visibilidad de las mujeres en notas sobre "ciencia y salud" (de 22% de sujetos de las noticias en 2005 a 32% en 2010) en gran medida representa la creciente presencia de las mujeres en las noticias. Pero este tema en realidad ocupa el menor espacio en la agenda de las noticias cuando se lo compara con otros temas destacados. El incremento del porcentaje de mujeres como sujetos de las noticias es menos pronunciado en temas de alta prioridad en la agenda informativa: la presencia de las mujeres en notas sobre política y





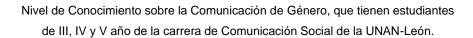
gobierno se incrementó al pasar de 14% a 19% durante el periodo mientras que en notas sobre economía no hubo cambios, permaneciendo en 20%.

Son notables las similitudes regionales de la prominencia de las mujeres en dos tópicos destacados, a saber: noticias sobre aspectos sociales/legales y sobre ciencia/salud. En uno o en ambos temas aparecieron las proporciones más altas de notas cuyo sujeto de la noticia fueron mujeres, en todas las regiones asimismo, hay similitudes regionales en cuanto a la relativa ausencia de mujeres en comparación con la presencia de hombres en notas referentes a política/gobierno. Al momento de hacer el monitoreo, la brecha era más amplia en las regiones de Oriente Medio y el norte de África, donde sólo 10% de las personas que aparecieron en notas sobre política fueron mujeres, aunque es posible que esto se hubiera alterado debido a la activa participación de las mujeres en la Primavera Árabe que inició precisamente en diciembre de 2010. La región de América del Norte se mantiene fuera de esta tendencia con porcentajes relativamente más altos de presencia de mujeres en las notas sobre política.

El sistema de clasificación del GMMP categoriza las notas periodísticas bajo 7 temas principales y 52 sub-temas. Los temas principales son: política y gobierno; economía; ciencia y salud; noticias sociales y jurídicas; crimen y violencia; celebridades, artes y medios, deportes; la niña-mujer

Es relativamente poco lo que ha cambiado desde 2005 en la jerarquía de las prioridades en la agenda de los medios noticiosos. En el día de monitoreo global para el cuarto GMMP, las notas sobre política/gobierno (28%); crimen/violencia (20%) y economía (17%) dominaron la agenda de las noticias. Las notas sobre social/jurídico, celebridades/artes/deportes y ciencia/salud se quedaron rezagadas con un promedio de 13%, 11% y 9% respectivamente del total de número de notas en los tres medios. Temas en las noticias: 2005-2010.

En lo más alto de las prioridades de la agenda noticiosa en todas las regiones destacan dos de los temas noticiosos importantes: política/gobierno y







crimen/violencia. Política/gobierno registró el porcentaje más alto de las notas periodísticas en África, Asia, Europa, América Latina y Oriente Medio.

En contraste, el tema principal de crimen/violencia tuvo el porcentaje más alto en las notas periodísticas en América del Norte, El Caribe y las regiones Pacífico. El perfil de América del Norte puede explicarse en parte de dos maneras. Primera, la persistente importancia de la "lucha contra el terrorismo" en el discurso político estadounidense y segundo, el día de monitoreo se dio justo antes del Remembrance Day (Canadá) y Veteran's Day (Estados Unidos), días nacionales en los cuales se conmemora a los militares veteranos.

3.2.9. Contenido de las noticias

Este es un cambio estadísticamente significativo al pasar de 10% encontrado en la investigación realizada en 2005. En 3 de los temas principales no hay mejora desde 2005 en cuanto a las probabilidades de que una nota se enfoque centralmente en las mujeres. Las excepciones son "política/gobierno" donde las mujeres ahora son centrales en 13% de las notas en comparación con 8% en 2005; en "ciencia/salud" de 6% en 2005 pasó a 16% en 2010, mientras que en notas sobre "economía", pasó de 3% a 11%.

Sólo 6% de las notas destacaron temas sobre igualdad de género o desigualdad de género. Aún cuando este es un cambio ligeramente positivo con respecto a 2005, cuando se encontró que 4% de las notas contenían o evocaban temas de igualdad/desigualdad de género. Los resultados muestran un cambio impresionante en América Latina, donde tales notas se triplicaron desde 2005.

En África, Europa y América Latina, la incidencia de notas que abordan temas de Igualdad/desigualdad es mayor en el caso de mujeres reporteras en comparación con sus homólogos hombres. En contraste, las notas a cargo de reporteros hombres en El Caribe tienen dos veces más probabilidades de que destaquen





cuestiones de igualdad/desigualdad en comparación con aquellas a cargo de reporteras.

46% de las notas refuerzan los estereotipos de género, esto es casi ocho veces más que las historias que cuestionan dichos estereotipos (6%).

Más de 50% de las notas sobre "crimen" refuerzan los estereotipos, seguidas muy de cerca por las notas sobre celebridades y política. Que estos dos últimos temas ocupen un espacio significativo en la agenda noticiosa implica que su incidencia en el reforzamiento de estereotipos en monumental.²⁰

De todos los temas, las notas sobre "social/jurídico" cuestionan con mayor frecuencia los estereotipos, en comparación con notas en otro tema. La baja prioridad de este tema en las agendas noticiosas minimiza su incidencia general para incrementar el contenido de noticias que no reproduzcan estereotipos.

Las notas a cargo de reporteras tienen probabilidades visiblemente mayores de cuestionar estereotipos en comparación con las notas a cargo de sus homólogos hombres y también tienen menos probabilidades de reforzar estereotipos en comparación con las reportadas por reporteros.

7% de las notas a cargo de mujeres cuestionan los estereotipos, en contraste con 4% de las notas a cargo de reporteros. 35% de las notas a cargo de reporteras refuerzan estereotipos en comparación con 42% de las notas a cargo de hombres. Estos datos estadísticos evidencian una disparidad según el sexo en cuanto a los patrones de información en este indicador. Los medios noticiosos en todas las regiones, en general, han hecho avances en cuanto a colocar notas que cuestionan los estereotipos. El cambio más impresionante se da en América Latina donde dichas notas se han más que cuadruplicado en los últimos 5 años. Ahora, América Latina posee el mayor porcentaje de notas que cuestionan

-

²⁰ Proyecto de Monitoreo Global de Medios GMMP (2010). Informe Septiembre, 2010, Recuperado el 20 de septiembre de 2014 del sitio Web: http://goo.gl/Q4xuvM





estereotipos (13%) mientras que Oriente Medio tiene el porcentaje más alto (81%) que refuerzan los estereotipos.

Una alta proporción de notas dedicadas a la paz (64%), desarrollo (59%), guerra (56%) y violencia por razones de género (56%) refuerzan los estereotipos de género. La mayor proporción de noticias referentes a temas principales como educación (63% de las notas) y legislación familiar (63%) parecen ser neutrales, ya que no cuestionan pero tampoco refuerzan estereotipos. Sin embargo, la neutralidad cubre y sirve para perpetuar un sesgo de género sutil o incuestionado, agravando el efecto que los reportajes estereotipados tienen para consolidar la discriminación.

De los 5 Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) seleccionados, los reportajes sobre VIH y SIDA fueron los más sensibles al género. Una observación cuidadosa sobre aquellos temas relacionados con los ODM, a saber: pobreza, educación, VIH y SIDA, medioambiente y asociación mundial (ODM 1, 2, 6, 7 y 8 respectivamente) muestra que las notas sobre VIH y SIDA son las más sensibles a la cuestión de género en el contexto del promedio mundial que arrojó el GMMP. Una comparación de hallazgos en 3 indicadores centralidad de las mujeres en las noticias, notas que destacaron la igualdad de género y notas que cuestionaron los estereotipos de género en los cinco temas mostró resultados excepcionalmente positivos en noticias sobre VIH y SIDA. Es muy altamente probable que el crédito por estos resultados alentadores se deba al hincapié hecho en las dimensiones de género del VIH y SIDA, incluyendo el trabajo realizado para fomentar la perspectiva de género en los reportajes que los medios realizan sobre VIH y SIDA. Al mismo tiempo, es posible que los medios también hayan sido proactivos en destacar las cuestiones de género en los reportajes sobre VIH y SIDA como resultado del incremento generalizado de la conciencia pública. Lo cual sugiere, entonces, que hay una apertura por parte de los medios y de la sociedad civil en general para abordar las deficiencias para entender los ODM desde una





perspectiva de género y para colocar las preocupaciones de género en relación con los ODM en la palestra del debate público.

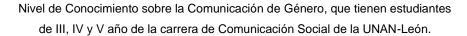
Sólo 10% de las notas citan o hacen referencia a instrumentos jurídicos locales, nacionales, regionales o internacionales pertinentes a la igualdad de género y/o derechos humanos. Este hallazgo sugiere que numerosas notas dejan pasar la oportunidad de crear consciencia sobre instrumentos promulgados para proteger los derechos humanos, los derechos de las mujeres o la igualdad de género, respaldando la observación hecha por grupos que trabajan en los temas de género y de la comunicación en cuanto a la relativa invisibilidad de los derechos humanos/de las mujeres en el contenido de los medios masivos

3.2.10 El Género frente a las Tecnologías de la Información y Comunicación

Diecinueve años más tarde, aunque ha habido progresos, el entorno de los medios de comunicación se ha transformado considerablemente.

Las mujeres representan la mitad de la población mundial y una parte considerable de los usuarios de los medios de comunicación. Sin embargo, éstas aún no constituyen la mitad de las imágenes y voces de los medios, y la mitad de los mensajes de estos últimos no abordan los intereses y las preocupaciones femeninos.

Debido a esto, en el año 2013, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) lanza la Alianza Global Entre Género y Medios (GAMAG), que tiene por objetivo intensificar las acciones encaminadas a garantizar la igualdad de género en el contenido de los medios de comunicación, así como en su personal. Esta red está conformada por representantes de organizaciones de medios de comunicación, profesionales de los medios, académicos, encargados de la formulación de políticas públicas, grupos de la sociedad civil y organismos de la eficacia para el desarrollo; su







afiliación será dinámica y abierta a todas aquellas partes que se adhieran a los principios básicos.

La GAMAG está comprometida con la igualdad de género y el empoderamiento de mujer a través de las generaciones, para que puedan participar y acceder plenamente a la expresión la y a la adopción de decisiones, mediante la promoción de medios de comunicación inclusivos, así mismo, la GAMG está compuesta por un grupo diverso de actores y actoras sociales que se interesan en aunar esfuerzos y recursos cuándo y dónde sea necesario para lograr la igualdad de género en los medios, así como en sus estructuras y contenido. Al mismo tiempo, busca promover el diálogo entre los ciudadanos y los medios de comunicación para garantizar la libertad de expresión de las mujeres, su empoderamiento y su plena participación en la sociedad.

Según la UNESCO la clave para un periodismo profesional y provechoso reside en responder eficazmente a las necesidades y deseos de todos los lectores y espectadores, presentando una amplia gama de puntos de vista y de voces, incluidos los de las mujeres.

3.2.11. Comunicación de Género en América Latina

En el siglo XX, entre los años 30 y 50, los medios de comunicación, principalmente la radio, desempeñaron un rol activo con las clases populares en Latinoamérica. La radio se volvió popular en la clase trabajadora debido a sus bajos costos y a los pocos requisitos solicitados para tener acceso. Por tanto, se convirtió en el medio de interpelación predilecto de esta clase social: el medio de comunicación era también un terreno de lucha simbólica de poder.

Los medios de comunicación masivos tienen un significativo grado de responsabilidad en la reproducción de ciertos patrones de conducta y estereotipos machistas y/o sexistas, a través del enfoque con que abordan, seleccionan y trasladan los mensajes. Muchas expresiones y términos que adoptamos para uso





común en nuestro lenguaje, conllevan connotaciones en detrimento de los derechos humanos y en especial, de los grupos de población tradicionalmente excluidos y discriminados.

En lo que va del presente siglo, América Latina ha sido escenario de la emergencia de movimientos sociales articulados continentalmente en torno a las luchas contra el modelo neoliberal y por la justicia social. En estos movimientos, protagonizados por organizaciones del campo, indígenas, afro descendientes, de sectores populares urbanos, jóvenes, se destacó la participación de las mujeres, en muchos casos con un rol de liderazgo.

En el camino para promover y realizar el reconocimiento pleno de los derechos humanos de las mujeres, el movimiento feminista ha puesto la atención desde los años 70 es decir, cuando logró impactar en las Naciones Unidas, incorporar los asuntos de las mujeres en la agenda internacional, y también en las universidades, a través de los centros de investigación y de los programas de estudio, en su derecho a la comunicación y la información como claves fundamentales. ¿Por qué? Con la designación de 1975 como el Año Internacional de la Mujer, en el que fue celebrada la I Conferencia Mundial sobre la Mujer en México, la Década para la Mujer, de1976 a 1986, inició el diagnóstico sobre su situación en el mundo.

Lo que la revisión de la realidad y las políticas nacionales, regionales y mundiales sobre las mujeres evidenciaban, era la violación de sus derechos humanos en todos sus ámbitos y ciclos de vida, en reciprocidad con su marginalidad de la economía mundial y de su poco o nulo acceso a los recursos para acceder a una ciudadanía plena. Un hecho fundamental originado por estas causas, apuntaba al acceso negado a las mujeres a los medios de comunicación, en términos de representación y de empleo. Las imágenes estereotipadas de las mujeres en los medios de comunicación, así como su escasa participación en ellos, fueron señaladas desde entonces -y hasta el día de hoy- como poderosas barreras que dificultaban la universalidad de los derechos humanos.





En ese mismo diagnóstico sobre las situación de las mujeres en el mundo, se corrobora que la representación de las mujeres en el discurso de todos los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías, reproduce los estereotipos sexistas que, o asocian a las mujeres a roles tradicionales (madres, esposas y amas de casa) en donde se enfatiza su supuesta fragilidad y vulnerabilidad, así como su adscripción social al espacio doméstico, o que las representan como objetos sexuales. En contraste, en los medios no es latente el interés en visibilizar la participación de las mujeres y su poder como agentes sociales en las esferas política, económica, educativa y cultural²¹.

Desde 2008, la Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe (OREALC/UNESCO Santiago, Chile) a través de su Programa de Comunicación e Información, ha emprendido diversos esfuerzos tendientes a avanzar en un periodismo más inclusivo desde una perspectiva de género. En el marco de la Campaña Mundial de la UNESCO "Las Mujeres hacen las noticias", se realizó el estudio sobre la transversalidad de su enseñanza en las escuelas de periodismo y se apoyó la realización del Congreso Nacional del Colegio de Periodistas en 2009 y el Congreso Mundial de Mujeres Periodistas de 2010, que se realizó en Buenos Aires, Argentina. Esto, como parte del esfuerzo sostenido de la UNESCO por incorporar la perspectiva de género en su acción mundial, y en particular, en el trabajo en las comunicaciones.

En esta ocasión, la OREALC/UNESCO Santiago, junto a la Cátedra UNESCO-Universidad Diego Portales "Medios de Comunicación y Participación Ciudadana", el Colegio de Periodistas y el Programa de Libertad de Expresión del Instituto de la Comunicación e Imagen (ICEI) de la Universidad de Chile, ponen a disposición de la comunidad de periodistas y profesionales de la comunicaciones la publicación

_

²¹ Recuperado el 14 Julio de 2014. Por los Derechos Humanos de las Mujeres y las Niñas: su acceso a la Comunicación y la Información. Lineamientos y Mecanismos para una legislación de medios de comunicación con perspectiva de género Red de Investigadoras por la Vida y la Libertad de las Mujeres. México, marzo de 2008.





"Por un periodismo no sexista: pautas para comunicar desde una perspectiva de género".

Este trabajo es fruto del compromiso de estas instituciones por superar las desigualdades de género en nuestra sociedad y es deudor de una importante tradición de distintas organizaciones e investigadoras preocupadas de estas materias.

En bibliotecas virtuales de diversas universidades que integran el estudio de la comunicación se encontraron dos investigaciones monográficas relacionadas directamente al tema de estudio:

- Estrategia de comunicación para la equidad de género en el lenguaje utilizado en los medios impresos de difusión masiva de la ciudad capital de Guatemala, marzo 2009.
- Análisis del discurso de género en los programas televisivos de producción nacional dirigidos a mujeres: "milena tu amiga", "grandiosas" y "de mujer a mujer", transmitidos de febrero a abril de 2012

Según lo reflejan estas investigaciones, se ha registrado poco avance desde 1995 cuando la Plataforma de Acción de Beijing exhortó a que hubiera una mayor sensibilidad de género en los medios, así como mecanismos de autorregulación para eliminar programación con sesgo de género. El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP, por sus siglas en inglés) muestra cuán marginadas siguen las mujeres en el ámbito de la noticia. En 2010, el GMMP reveló que las mujeres constituyen únicamente 24% de las personas sobre las cuales se escucha, se lee o se ve en las noticias²².

-

²² Machira, Sarah; . 2012. Herramientas de aprendizaje para un periodismo de género-ético y políticas en las empresas editoriales, editorial, lugar de impresión, pág. 03





Cada cinco años a partir de 1995, la investigación GMMP ha tomado el pulso de los indicadores de género seleccionados en los medios de comunicación, el estudio de la presencia de las mujeres en relación con los hombres, los prejuicios de género y los estereotipos en los contenidos de los medios de prensa. La cuarta investigación en la serie se realizó en 2009/2010 por cientos de voluntarios en 108 países de todo el mundo²³

3.3. Marco conceptual

Adjetivación: Aplicación de uno o más adjetivos a un sustantivo.

Aludir: Mencionar o hacer referencia a una persona o cosa, generalmente de manera breve y sin considerarla el asunto principal de lo que se dice.

BBC: British Broadcasting Corporation (BBC) Servicio del Reino Unido. Tiene su sede en la Broadcasting House en Londres.

Brecha: Estar siempre preparado y dispuesto para defender alguna cosa o cumplir con un deber.

Categoría: Clase o grupo de una ciencia en que se distinguen los elementos que lo componen.

Codificación: Proceso de traducción de un mensaje a un lenguaje adecuado para poder manejarlo.

Coerción: Acción de reprimir a una persona para condicionar su conducta.

Comunicación: Fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuanto se encuentran en grupo. A través de la comunicación las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.

_

Recuperado el 3 de Noviembre de 2014 del sitio web: http://whomakesthenews.org/gmmp





Controversia: Discrepancia de opinión existente entre las partes activas sobre un asunto, bien sea por acuerdo, discusión de debate, etc.

Democratización: Proceso de desarrollo de las instituciones sociales liberales que conducen al fortalecimiento de la sociedad civil, resguardo de los derechos humanos básicos y la disminución de las desigualdades socioeconómicas.

Discurso comunicativo: Serie de palabras con coherencia lógica y gramatical con las que se expresa lo que se siente o se piensa por medio de la comunicación.

Enfoque de género: Relaciones entre hombres y mujeres y su eje es la identificación de las diferencias y desigualdades, en las que las relaciones de poder entre ambos géneros tienen un peso importante.

Equidad de género: Defensa de la igualdad del hombre y la mujer en el control y el uso de los bienes y servicios de la sociedad.

EQUALLYTY: Red creada por 23 Instituciones de Educación Superior de 18 países de América Latina y 4 países de Europa, los cuales se unieron para desarrollar medidas estratégicas para promover la igualdad de género y la promoción de la participación de las mujeres en posiciones de liderazgo en la investigación, la academia y la sociedad en general.

Estereotipo: Consiste en una imagen estructurada y aceptada por la mayoría de las personas como representativa de un determinado colectivo.

Ética periodística: En comunicación, es el conjunto de valores y normas que rige el periodismo y que dicta las normas para que el periodista realice su trabajo considerando las bases fundamentales de la profesión.

Filología: Ciencia que estudia la lengua, literatura y todos los fenómenos culturales de un pueblo o grupo de pueblos a través de los textos escritos que ha producido.





Género: Género es acceso y control de los recursos al ámbito público; a la toma de decisiones, oportunidades y condiciones de trabajo; a los bienes y servicios por igual derecho, no por el hecho de ser hombre o ser mujer.

Designa una construcción sociocultural a través de la cual se asignan diferentes roles y atribuciones a hombres y mujeres y que es mediada por relaciones económicas, ideológicas y culturales orientadas hacia el mantenimiento de estas diferencias, y que las presentan como "naturales".

Genérico: Se aplica al nombre que se refiere a personas o cosas pertenecientes a conjunto de seres que tienen las mismas características. Apelativo común.

Global Media Monitoring Project (GMMP): Es el mayor estudio internacional de género en los medios de comunicación. También es una organización de defensa que tiene como objetivo cambiar la representación de las mujeres en los medios de comunicación.

Interpress Service: Agencia, comprometida con el ejercicio de periodismo independiente y especializada en reportajes y análisis sobre procesos y acontecimientos económicos, políticos, sociales, artísticos y culturales.

Lenguaje Estereotipado: Expresar pensamientos y sentimientos por medio de la palabra de una forma exagerada y con pocos detalles, simplificada, que se tiene sobre una persona o grupo de personas.

Lenguaje Inclusivo: Expresión empleada en el campo donde se constituyen como ciencias, las diversas disciplinas que investigan los efectos del sexismo y del androcentrismo. Es la lucha por usar un lenguaje más justo.

Léxico: Conjunto de palabras y expresiones que utiliza un grupo de personas de una región o un período determinado, o que comparten la misma profesión.





Monopolio: Situación de privilegio legal o fallo de mercado, en el cual existe un productor que posee un gran poder de mercado y es el único en una industria dada que posee un producto, bien, recurso o servicio determinado y diferenciado.

ODM: Objetivo de Desarrollo del Milenio

Paradigma: Prototipo, ejemplo o modelo de algo.

Perspectiva: Punto de vista o modo de ver y considerar las cosas.

Política de género: Es un enunciado público que demuestra el compromiso de un país o de una organización, que toma en serio los temas de género, así como un marco que señala lo que esto significa en el contexto del quehacer institucional o sectorial.

Preponderancia: Exceso de peso, o mayor peso, de una cosa respecto de otra.

Sensibilizar: Hacer que una persona se dé cuenta de la importancia o el valor de una cosa, o que preste atención a lo que se dice o se pide.

Sexismo: Ha sido definido como el conjunto de métodos empleados en el seno del patriarcado para poder mantener en situación de inferioridad, subordinación y explotación al sexo dominado: las mujeres.

Sintaxis: Parte de la gramática que estudia la oración y, dentro de ella, la función de las palabras y sus interrelaciones.

Transversalidad: Mirar algo de manera plana sin jerarquías, aunque depende del área en que se ocupe la palabra.

La violencia contra la mujer: Tipo de agresión o conducta ejercida sobre la mujer, basada en su condición de género, ya sea que cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico a ésta, tanto en el ámbito público como privado.





3.4. Hipótesis

Un nivel elevado de conocimientos sobre Comunicación de Género, permitirá a estudiantes de la carrera de Comunicación Social, construir discursos que promuevan la igualdad y equidad entre los géneros.





IV. Diseño Metodológico

4. 1. Paradigma Metodológico

El tipo de investigación es cualitativa-explicativa porque se hizo uso de técnicas especializadas para obtener respuestas a fondo acerca de lo que las personas piensan y sienten con respecto a un determinado problema. Asimismo, porque incorpora un pensamiento innovador, privilegiando la participación de los sujetos y la apropiación del conocimiento, con el fin de buscar soluciones conjuntas y participativas al problema determinado²⁴. Además, se logra cambios ideológico/políticos que facilitan la comprensión del contexto.

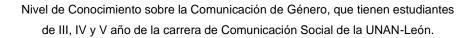
Los nuevos paradigmas cualitativos ofrecen una investigación de índole interpretativa, y se realiza con grupos pequeños de personas cuya participación es activa durante todo el proceso investigativo y tienen como meta la transformación de la realidad. Por lo cual esta investigación es de tipo cualitativa-explicativa, dado que se expresa la interpretación de las relaciones entre diferentes tipos de variables, determinando la presencia, ausencia o fluctuación de dichas variables, por lo cual constituye la base para el nivel predictivo.

4.2. Tipo de Investigación:

En la recopilación y clasificación de información se han obtenidos diversas fuentes de estudios sobre Comunicación de Género, lo que nos lleva a ir narrando la evolución de este pensamiento, según la clasificación del tiempo esta investigación es *prospectiva*, debido a que se va registrando la información a medida que ocurren los fenómenos objeto de estudio.

_

²⁴ Pineda, Elia Beatriz; de Alvarado, Eva Luz & Canales, Francisca 2006. Metodología de la Investigación, Manual para el desarrollo de personal de salud. 2da edición. Organización Panamericana de la Salud. Washington D.C.







Según el periodo y secuencia de la investigación, el estudio es de *corte transversal*, refiriéndose a la recolección de datos en un tiempo único. El propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en determinado momento, haciendo un corte en el tiempo.

Según el alcance de los resultados, la investigación es *exploratoria* porque se pretende realizar una indagación inicial en un momento específico, y que se aplica a nuevos problemas de investigación y variables poco conocidas, en tanto, se constituyen preámbulos a futuras investigaciones. Con esta investigación, se propone que el equipo investigador se familiarice con la situación del problema a investigar, mediante el análisis de la evolución del fenómeno en estudio, es decir, se trata de explorar las teorías existentes para la elaboración de un marco teórico que sustente las conclusiones de esta investigación.

4.3. Área de estudio:

El área de investigación es Comunicación y Género

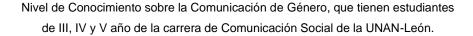
4. 4. Universo y Muestra

4.4.1. Universo

Para Francisca Canales, en su libro Metodología de la Investigación, universo: conjunto de individuos u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación, por lo tanto el universo o población de esta investigación se constituye por estudiantes y académicos de la carrera de Comunicación Social de la UNAN-León.

El universo se constituye por:

- 229 estudiantes matriculados en curso académico 2014
- 5 académicos de la carrera de Comunicación Social







4.4.2 Muestra

"La muestra [cualitativa] es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia".²⁵

Este estudio tiene una muestra constituida por estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UNAN-León, seleccionados con el muestreo *No Probabilístico o Dirigido*.

El metodólogo Hernández Sampieri, se refiere a las investigaciones cualitativas, haciendo énfasis a que al tamaño de la muestra depende del desarrollo del proceso inductivo de investigación. Es decir, la muestra es flexible. "El tamaño de la muestra está relacionado al propósito del estudio, a la técnica aplicada para la obtención de información y a la disponibilidad de casos ricos en información". En esta investigación, la muestra está determinada por la riqueza de la información proporcionada por las fuentes seleccionadas.

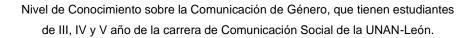
De acuerdo a la intención del estudio, las personas elegidas están distribuidas por años. Se tomó en cuenta a los estudiantes que cursan III, IV, y V año, puesto que éstos se desempeñan en Prácticas Profesionales, y representan una valiosa fuente de información.

En estos años hay una matrícula de 30, 48 y 49 estudiantes respectivamente. De acuerdo a la cantidad de estudiantes por sección, se determinó la muestra por año a los cuales se les aplicaría el instrumento, quienes fueron selectos con representación de género por cada año de estudio.

_

²⁵ Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos & Baptista Lucio, Pilar. 2010. Metodología de la Investigación. 5ta edición. McGraw-Hill. Interamericana editores, S.A de C.V. México. Pág. 394.

²⁶ Sequeira Calero, Velinda & Cruz Picón, Astralia. 2000. Manual de Investigación, Investigar es fácil II. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua. Managua, Nicaragua. Pág. 22.







Lo más idóneo de acuerdo a las técnicas usadas, la muestra es la siguiente: 11 estudiantes de tercer año, 8 estudiantes de cuarto año y 10 estudiantes de quinto año. En el caso de los docentes, se decidió aplicar el instrumento a 3 docentes de la carrera, que poseen la experiencia suficiente para proporcionar información requerida en la investigación. Resultando así una muestra total de 32 unidades de estudio.

4.5 Tipo de Muestreo:

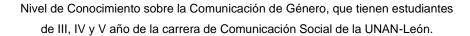
El tipo de muestreo utilizado en la investigación es *no probabilístico o dirigido*, de *carácter intencional* o *muestras por conveniencia*, porque la selección de los casos, se basó en función de la rica información que se puede obtener para dar respuesta al problema de investigación, sin representatividad aleatoria o numérica.

El tipo de muestreo intencional fue el *Muestreo de Variación Máxima*, de manera que la muestra estuviera compuesta por jóvenes estudiantes de la carrera de Comunicación Social con diferentes características, tomando en cuenta lo heterogéneo del grupo, mostrando así diferentes perspectivas, y representar la complejidad del fenómeno en estudio.

Para la selección de la muestra, se determinaron algunos criterios de selección, de manera que las unidades de estudio, pudieran proporcionar la información que requiere la investigación.

Estudiantes:

- ✓ Jóvenes que cursen III, IV y V año de la carrera de Comunicación Social
- ✓ Deben de estar realizando prácticas profesionales en diferentes medios comunicativos,
- ✓ Poseer la capacidad de pensamiento cr
 ítico y debate
- ✓ Paridad representativa de género.







Docentes:

- ✓ Académicos que estén a cargo de las Prácticas Profesionales de la carrera de Comunicación Social
- ✓ Que representen un puesto de tomas de decisiones (Director de la Carrera)
- ✓ Que cuenten con conocimientos empíricos sobre el tema de Comunicación de Género.
- ✓ Poseer la capacidad de pensamiento cr
 ítico y debate

4.6 Métodos e instrumentos de recolección de datos

En esta investigación, debido al enfoque cualitativo por el que se rige, utiliza métodos, técnicas e instrumentos que obedezcan a un proyecto diferente de producción de conocimientos que tiende a una noción de realidad constituida, privilegiando a entes activos e interactuantes. Es decir, que la investigación cualitativa no asume una metodología particular, sino que varía de acuerdo a los intereses del investigador.

4.6.1 Método utilizado

Antes de explicar el método utilizado en la investigación, es importante aclarar qué significa el término método. Según Pineda, Alvarado y Canales (1994), definen este término como: "la estrategia concreta integral de trabajo para el análisis de un problema o cuestión coherente con la definición teórica del mismo y con los objetivos de la investigación".

El método utilizado es la observación cualitativa: que consiste en "adentrarnos en profundidad a situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una





reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones".²⁷

Según Sampieri, la observación se puede ejecutar de diferentes niveles de participación. Para esta investigación se realizó una observación de participación activa, en la cual el equipo investigador, no se mezcla completamente con los participantes, pero sigue siendo ante todo un observador"²⁸.

Se aplica este método para conocer cómo estudiantes y académicos de la carrera de Comunicación Social de la UNAN-León definen la Comunicación de Género, y cuáles son sus percepciones, pensamientos, creencias, opiniones y experiencias con respecto a este tema.

4.6.2 Técnicas utilizadas

Una técnica es: "el conjunto de reglas, y procedimientos que le permite al investigador establecer relación con el objeto o sujeto de la investigación". (Pineda, Alvarado y Canales 1994, página.).

Por tanto, las técnicas aplicadas de acuerdo al método de la observación fueron las *Anotaciones y Bitácora*, que consisten en documentar el procedimiento de análisis y las propias reacciones del investigador al proceso y contiene fundamentalmente anotaciones sobre el método utilizado (se describe el proceso y cada actividad realizada) y anotaciones respecto a ideas, conceptos, significados, categorías e hipótesis que van surgiendo del análisis.

-

²⁷ Ibíd. Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos & Baptista Lucio, Pilar. 2010. Metodología de la Investigación. Pág. 412.

²⁸ Ibíd. Sampieri. Pág. 417.





Por otra parte utilizamos la técnica de los *Grupos Focales*, que para algunos autores los consideran como una especie de entrevistas grupales, las cuales consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos (8 a 12 personas), en donde se busca que los participantes analicen la interacción entre ellos para construir significados grupalmente. Según Barbour, 2007 (citado por Sampieri), "su objetivo es generar y analizar la interacción ente ellos. En una investigación cualitativa existe un interés por parte del investigador por cómo los individuos forman un esquema o perspectiva de un problema, a través de la interacción".

Otra de las técnicas aplicadas fue la *Entrevista en Profundidad*, que es una tipo de las Entrevistas cualitativas, y radican en hacer preguntas sobre experiencias, opiniones, valores y creencias, emociones, sentimientos, hechos, historias de vida, percepciones, atribuciones, etcétera, con respecto a un tema o problema determinado. Y en donde se busca explorar a detalle las narrativas individuales para sacar conclusiones.

4.6.3 Instrumentos aplicados

Para la técnica de anotaciones y bitácoras, se utilizan *Fichas de Observación y grabación* que facilitara el acopio y procesamiento de la información. Al aplicar la técnica de grupos focales, se realizó un instrumento que se refleja en una Guía de preguntas, es decir, un *Cuestionario* que contiene una serie de peguntas abiertas y con la clara intención de proporcionar tópicos que les permitan expresar su sentir y su pensar en relación al problema y objetivos de la investigación.

En el caso de la entrevista cualitativa, se aplicó bajo el formato de *Entrevista no Estructurada*, de manera que se pudiera obtener una variedad de datos, y no limitar a los entrevistados, y así obtener una rica información para el análisis. Lo hicimos a través de un *Guión*, en el que se plasmaron preguntas abiertas, pero sobre situaciones concretas, para que los entrevistados no se salgan del tema.





4.7 Triangulación de instrumentos

La triangulación utilizada en esta investigación fue **Triangulación por instrumento**

Entrevistas a docentes

Oh same

Grupo Focal a estudiantes

Observaciones, anotaciones y bitácoras





V. Resultados y Análisis de los datos

5.1 Inmersión Inicial (Primeras impresiones)

Desde que se convocó a estudiantes para que formaran parte de un estudio relacionado a la Comunicación de Género, algunos mostraron un alto grado de interés por conocer y debatir sobre esta forma de hacer comunicación. El interés por debatirlo se notó tanto que, solicitaron un proceso de formación especial antes de iniciar el grupo focal (solicitaron información general para debatir sobre el tema), el equipo facilitador se familiarizó desde un primer momento con las personas que formaron parte de los tres grupos focales, aunque sus gestos, en algunos casos, no se mostraban muy de acuerdo con que se llevara a cabo el estudio, sin embargo no tuvieron ningún problema en dar su opinión.

Algunas estudiantes del sexo masculino dijeron al equipo facilitador que estas conversaciones solo les pertenecían a mujeres, asegurando que estos temas se debatían única y exclusivamente en los movimientos de mujeres. Cabe señalar que esta declaración se hizo antes de iniciar el grupo focal, ante la reacción otros miembros decidieron iniciar inmediatamente el debate por considerarlo muy controversial.

No había complicación para iniciar la conversación, pero el facilitador creó un ambiente propicio para darse a conocer y conocer a las personas participantes, se dialogó sobre temas relacionado a su ámbito profesional, a decir: dónde estaban realizando sus Prácticas Profesionales actualmente, qué edades estaban representadas en los grupos, si alguna habían participado en un grupo focal y temas relacionados al quehacer de las juventudes y su ámbito académico.

Solo dos participantes de un grupo focal expresaron haber participado en otros grupos focales. Cabe señalar que esta pregunta se hizo con el objetivo de saber si





estaban familiarizados con la metodología que se implementaría, teniendo en cuenta sus conocimientos el equipo facilitador estaría preparado sobre como dirigir y aplicar el grupo focal.

También se les solicitó dejarse grabar y tomarse fotografías, el facilitador explicó que esto formaría parte de una memoria para comprobar que efectivamente se realizó este conversatorio.

5.2 Inmersión Profunda

Para descubrir el nivel de conocimiento que tienen estudiantes sobre la Comunicación de Género, se aplicó la metodología de grupos focales con el fin de obtener los datos requeridos para la investigación. Los estudiantes se mostraron interesados en profundizar en el tema porque consideraron que su labor de comunicadores exige un alto nivel de conocimientos sobre el mismo, de manera que se apropien de las herramientas que les permitan hacer comunicación con perspectiva de género a través de los diferentes medios de información.

De acuerdo al primer objetivo específico planteado en la investigación que consiste en: Conocer el interés de estudiantes de III, IV y V año de la carrera de Comunicación Social en el abordaje de Comunicación de Género en su formación académica, identificamos que el interés que tienen estudiantes de comunicación social en el abordaje de la Comunicación de Género es alto, pero presentan poco nivel de apropiamiento sobre la temática ya que nunca han recibido una capacitación sobre la Comunicación de Género y que continuación reflejamos.

Identificando el lenguaje inclusivo

Al proponerles que identificaran el lenguaje inclusivo en la siguiente frase: "Los Políticos están de fiesta", en el caso de los estudiantes del sexo masculino, sus opiniones fueron muy numerosas, porque sus sentimientos reflejaron que el común masculino debía prevalecer sobre todas las cosas; en cambio el sexo





femenino percibió que el género femenino no estaba incluido en esta frase. Esto ratifica lo que la teoría propone: "Para no excluir a uno de los dos géneros, y ante la inexistencia o imposibilidad estilística de usar genéricos, hay que citar ambos géneros".

Otros agregaron que este tipo de lenguaje se da porque las mujeres no están participando activamente de cargos públicos u otros espacios en instituciones, entidades y profesionales, y como representan minoría no es tan necesario mencionar frases feministas, aunque reconocieron que actualmente están luchando para sobresalir en todo tipo de cosas.

Uno de los aspectos más notorios reflejados, es que la cultura influye mucho en el vocabulario de los periodistas y medios de comunicación, siguiendo un modelo tradicionalista patriarcal, adoptada e inculcada. Esta opinión, hizo reflexionar en el círculo de estudio.

Para unos es parte del machismo, como una relación de poder existente del hombres hacia las mujeres, como ejemplo citamos una de las expresiones del sentir de las mujeres: "cuando decimos allá van las chavalas y va un hombre, los hombres saltan, mientras que nosotras las mujeres cuando dicen allá van los chavalos nos quedamos calladas, entonces esa cultura es la que nos afecta a nosotras las mujeres y hombres". Y agregan que "es una terminología que no se puede eliminar fácilmente".

De estas afirmaciones se deduce que estudiantes no manejan información básica sobre las dobles formas, que son difíciles de utilizar en periodismo, pero no imposible.

Sin embargo no se debe abusar de ese recurso y aprovechar que nuestra lengua nos ofrece otras opciones: como las desarticulaciones (eliminar artículos definidos o indefinidos a palabras o frases, para generalizar incluir a ambos sexos), aludir a cargo en lugar de la persona (por ejemplo gerencia y no gerente), uso de nombres





abstractos y genéricos (tales como: personas, humanidad, población, etc.), genéricos (como: ciudadanía, en vez de ciudadanos(as), dirección en vez de director, amistades en vez de amigos(as) de manera que no se excluya a cualquier al sexo no reflejado).

Género

Existen diversas formas de interpretar el concepto de género, es decir que entre todos los estudiantes no existe una teoría única, para ellos el género es un término amplio, y se concibe de formas diferentes de acuerdo a las experiencias y perspectivas de cada una de las personas.

Según los resultados de los grupos focales en la primera categoría relacionada a la definición de género, los jóvenes la asocian a dos perspectivas: una de ellas está determinada por la cultura, por lo que asignan al término, una función única y exclusivamente para diferenciar a hombres y mujeres. Otra relación que los estudiantes hacen bajo este análisis es que este término incluye en el tema de la diversidad sexual.

Otra de las perspectivas es que lo relacionan al género literario, es decir, que asocian a un componente curricular que han recibido en el segundo año de la carrera de Comunicación Social donde se enseña una variedad de estilos periodísticos que determinan al tipo de redacción periodística a la que pertenecen: informativos y de opinión.

Comunicación

Al preguntar a los jóvenes que entendían por comunicación, descubrimos que la mayoría coincide en que es un proceso, una serie de acciones por medio de la cual se lleva a cabo la comunicación, que es un diálogo entro dos o más personas; "Una interacción por la que se trasmite alguna información".





Así mismo la comunicación es vista "como la capacidad del ser humano para relacionarse con los demás". Esto va más allá de una simple acción (Hablar, escuchar, percibir, etc.), nos remite a un plano más profundo que va desde la comunicación personal, hasta la comunicación de masas, esto incluye tener la habilidad, destreza y tacto para poder relacionarse con las demás personas y así obtener una retroalimentación.

Teniendo en cuenta lo antes mencionado, podemos afirmar que estudiantes conceptualizan la comunicación como el proceso de intercambio de información, conocimientos, sentimientos, emociones, etc., entre personas o grupos, que han vivido experiencias diferentes. Y reconocen la comunicación como una serie de eventos que ocurren consecutivamente en un orden y en un tiempo definido.

Comunicación de Género

Como es natural, hubo diversas opiniones con respecto a la Comunicación de Género, muchas de ellas, se aproximaron al concepto que plantea la teoría. Uno de los participantes, por ejemplo, expresó que: "La Comunicación de Género es la forma de transmitir una información de manera equitativa, tanto para la mujer como para el hombre en una sociedad. Ya que en ocasiones se dirige más al hombre, brindando mejores beneficios para él o al contrario, teniendo más preferencias hacia la mujer"; sin embargo, esta forma de comunicar va más allá de lo equitativo, se trata de eliminar todas las formas de discriminación en la elaboración de discursos que no manifiesten ni estereotipos, sexismo y que su lenguaje sea inclusivo.

Erróneamente algunos estudiantes asociaron esta categoría de análisis a la función que desempaña el hombre y la mujer en la comunicación, es decir, que con el solo hecho de que ellos comuniquen e informen datos, se está dando la comunicación de género. Cabe destacar que fueron muchos estudiantes que pensaron de esta manera. Esto se debe a la limitada o nula información que manejan sobre el tema.





Otros en cambio, expresan que la Comunicación de Género es un concepto muy abstracto que aún no aterriza a su nivel de conocimiento y qué por lo tanto escucharlo representa algo nuevo, incomprensible y hasta cierto punto difícil de explicar.

Por otra parte, se asocia a la Comunicación de Género con temas que se relacionan no directamente a los hombres, ni solo directamente a mujeres, opinan que va más allá de eso, pero no saben explicar ese "más allá" al que se refieren.

También entendieron que la Comunicación de Género, consiste en evocar discursos que comúnmente se les atribuyen a los hombres, por ejemplo "cuando los hombres dicen que las mujeres no pueden hacer crónicas deportivas". Y consideran que el machismo es un reflejo de la discriminación que actualmente sufren las mujeres en el Periodismo Deportivo, mismo que se refleja en la cultura patriarcal que se ha venido obteniendo en la educación de la sociedad donde nos tocó vivir, es decir, desde nuestros hogares, y que los mismos medios de comunicación transmiten en los diferentes espacios de información.

Ellos aseguran que la información de Comunicación de Género que han recibido es incompleta, y que ésta información ha venido desde los movimientos feministas; porque según ellos, son estos movimientos los que han promovido la Comunicación de Género, clasificando los movimientos como el María Elena Cuadra como un movimiento único y exclusivamente de mujeres, y otros espacios como Alcohólicos Anónimos, donde concurren únicamente hombres.

Lenguaje Inclusivo

En esta categoría, estudiantes opinan que es un "tipo de lenguaje que permite referirte a un grupo o conglomerado de determinadas de personas, por ejemplo cuando decís nosotros y nosotras". Esta aseveración aunque sí forma parte del lenguaje inclusivo, sigue siendo un aprendizaje muy limitado ya que éste significa demostrar a través de la construcción de discursos que el "universal masculino hegemónico" no es suficiente para la realidad de mujeres y hombres diversos.





En la mayoría de las opiniones emitidas por estudiantes se refleja la influencia de la academia en la labor periodística, o sea que estudiantes al escuchar el discurso de los medios de comunicación y de aquellas personas que ejercen la función de comunicación en instituciones, entidades y organizaciones públicas y privadas, toman como modelo ese tipo de lenguaje, reproduciéndola en su labor profesional. Así lo expresaron algunos estudiantes: "Nosotros tenemos que hacerle caso a la academia, y si la academia te dice que solo vas a decir los pobladores entonces así tenemos que decirlo", dijo un estudiante cuando se debatía sobre esta temática, en este sentido es pertinente resaltar el valor que da la docencia a las opiniones de los estudiantes.

Es pertinente destacar que se confunde el lenguaje inclusivo con los términos especializados empleados en diferentes campos laborales, como la medicina, la ingeniería, la administración de empresas, etc. Así mismo, confunden este tipo de lenguaje con los diferentes idiomas de las zonas costeras de la Región Autónoma del Atlántico Norte (RAAN) y la Región Autónoma del Atlántico Sur (RAAS) de Nicaragua.

Para reflejar el resultado del segundo objetivo planteado en el estudio, sobre *la relevancia de la Comunicación de Género en la formación académica de estudiantes de la carrera de Comunicación Social*, se debatió acerca de la pertinencia que suscribe la utilización de herramientas que integren la Comunicación de Género en la elaboración de discursos en el ejercicio del periodismo.

Periodistas y medios de información, constructores del lenguaje.

Para la población estudiantil, la construcción de discursos es un espacio "donde entra nuestra gran labor, como comunicadores debemos ir cambiando ese sistema, no se cambiará de la noche a la mañana, pero debemos de seguir trabajando para que se dé el cambio, pero desde ya en nuestras prácticas





tratamos de mencionar la frase todos y todas y esto tiene que ver con el compromiso que nosotros tenemos de influir en la sociedad".

Aunque estudiantes se muestran muy optimistas para incluir la Comunicación de Género en la elaboración de sus discursos, es importante la capacitación permanente que se relacione a este eje de investigación, mientras no exista formación sobre este tema, poco se podrá avanzar y será más difícil lograr ese cambio demandado por el sistema que urge la eliminación de todas las formas de discriminación por la condición de género.

Este cambio es más fácil llevarlo a cabo con periodistas y medios de información comprometidos en la eliminación de discursos que no contribuyen a forjar relaciones justas entre hombres y mujeres; una vez que ellos se comprometan y se apropien de lenguaje inclusivo y por ende de la Comunicación de Género, se estará promoviendo la transmisión de equidad de género.

Formación Académica y Comunicación de Género

Como equipo investigador se observa la importancia del estudio de la Comunicación de Género, algo no está muy ajeno a las opiniones que tienen estudiantes de los diferentes años de la carrera de Comunicación Social quienes manifestaron que es de suma importancia por ser un temática cambiante, lo cual se vuelvo muy complejo especialmente en el manejo de léxicos y términos abarcadores.

Para estudiantes, el que la carrera incluya la formación y preparación profesional sobre esta rama de pensamiento, favorecería el nivel de tolerancia por la condición de género, ya que no es muy común su abordaje en el ámbito mediático, en la "universidad a nosotros no nos enseñan cómo tratar a las personas con diferentes opciones sexuales", así se expresaron estudiantes de los diferentes años que realizan Prácticas Profesionales.





Es relevante para estudiantes obtener información sobre Comunicación de Género, porque de esa manera podrán enriquecer sus conocimientos y vocabulario, y así aclarar y educar a la sociedad sobre la confusión que tiene con respecto a este tema, y poder eliminar tabúes creados por el sistema patriarcal, que por ende repercute en la educación y relaciones entre seres humanos.

Según estudiantes, esto se aprende desde las aulas, por lo que manifestaron que "(la Comunicación de Género) debería de ser incluida como una clase, por ser un tema bastante grande, sería bueno que nos aborden como un componente en específico para mejor tener conocimiento y educarnos más". No solo ellos están demando este tipo de formación, también lo hacen organismos internacionales y nacionales, medios de comunicación, periodistas independientes, editores académicos, universidades que han avanzado en planes de Igualdad y Equidad de Género, como la Universidad Centroamericana (UCA). Por lo tanto, es menester que sus demandas adquieran mucha relevancia bajo este contexto.

Para reflejar las herramientas que poseen estudiantes de III, IV y V año de la carrera de Comunicación Social sobre Comunicación de Género en el desempeño de las Prácticas Profesionales, se elaboró una pregunta focal destinada a la identificación de aprendizajes obtenidos por estudiantes.

Herramientas para el abordaje de la Comunicación de Género

Existen diversas herramientas para comunicadores que permiten integrar la Comunicación de Género en la elaboración de discursos; sin embargo, el limitado aprendizaje que estudiantes tienen sobre este tema, lo han adquirido de manera autodidacta, "me fijo en los periódicos, lecturas acerca del tema, sobre cómo se usan los términos y trato de practicarlos", estas declaraciones nos remiten a estar muy claro de la importancia que suscribe saber cuáles son las herramientas pertinentes para una efectiva Comunicación de Género. A esto se agrega que los mismos medios de comunicación también están utilizando estos términos obsoletos o nulos y que no coinciden con lo que propone esta teoría.





Según el análisis que hacen estudiantes sobre las herramientas para integrar la Comunicación de Género, explican que básicamente que solo han recibido algunos consejos para expresarse sobre este tema. Lo que se destaca es que estos consejos no se han recibido en la universidad, sino en los medios de comunicación de forma indirecta.

La mayoría de estudiantes hacían referencia a que en las aulas de clases no han recibido ningún tema relacionado sobre la construcción de discursos de Comunicación de Género, pero tampoco ha sido una exigencia de parte de los docentes, tutores o medios de comunicación donde realizan sus funciones de comunicadores sociales.

Otros en cambio, si han abordado temas que se relacionan a esta temática como el machismo, el sexismo, lenguaje inclusivo, que no profundizan sobre la Comunicación de Genero como tal. "Con esto les estamos diciendo que es lo más cercano que hemos estado a la Comunicación de Género", puntualizan estudiantes.

Análisis de las Entrevistas de Profundidad

Comunicación de Género

La perspectiva desde la docencia sobre Comunicación de Género, es más amplia que la de estudiantes, esto se demostró por las intervenciones de cada uno de los académicos pertenecientes única y exclusivamente a la carrera de Comunicación Social, se considera que la profundidad que hicieron a la hora de contestar, se deba a la experiencia que han venido desarrollando en la docencia y en la labor periodística, así mismo a la capacitación e investigación.

La definición que dan los docentes sobre Comunicación de Género es conceptualizada desde diferentes perspectivas, tal es el caso del tutor de Prácticas Profesionales, licenciado Juan Salomón Manzanares Calero, mismo que establece vínculos directos con estudiantes que hacen pasantías en los diferentes

Autoría de: Karen Alaniz Machado, Harvin Meléndez, Briseth Monge Cisneros



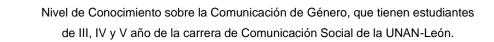


medios de comunicación; quien define este eje de la comunicación como: "la diversidad de enfoques que se le da al lenguaje que se utiliza y que transversaliza en las diferentes materias, asignaturas o componentes en una universidad o en cualquier centro de estudio de Educación Superior o secundaria. Es la manera de cómo comunicarse sin tener ninguna perspectiva particular sino de manera general ya sea hombre o mujer o de cualquier otra opción sexual".

Con estas palabras reconoce que la Comunicación de Género es mucho más que practicar el lenguaje inclusivo, y que también forma parte inherente en todos los ámbitos de trabajo donde quepa el proceso de comunicación. La transversalización a la que refiere el docente permite añadir una nueva categoría al análisis de la realidad en la construcción del discurso comunicativo, es decir, una comunicación con perspectiva de género en la que se identifican brechas y vetas de desigualdad de oportunidades, que añade nuevas preguntas, y nuevas fuentes, que cuestiona estereotipos y roles, teniendo como resultado una comunicación responsable.

En cambio, el licenciado Carlos Ajax Fonseca Ramos, opina que la palabra género como tal, ha sido mal empleada, en el sentido de promover la comunicación de género como una comunicación feminista que está dirigida únicamente a la mujer. Sin embargo, es una teoría amplia que incluye muchos aspectos, pero que hablando sobre la propuesta de equidad de género manifiesta que "el término es para hombres y mujeres. Una Comunicación de Género es cuando se toma en cuenta en los medios de comunicación de alguna manera conceptos e ideas que tiendan a la equidad de responsabilidades, oportunidades derechos y deberes de hombres y mujeres por igual, en un término de igualdad ante la sociedad".

Por su condición de maestro, se evidencia que no posee ningún inconveniente para hablar de diversos temas, que ante la sociedad y la población estudiantil resulta un tanto desconocido o controversial. También mostró un nivel medio de conocimiento con respecto a esta temática. Y vincula principalmente a los medios







de comunicación, la labor de los estudiantes y docentes con el contexto actual, en donde se puede observar un amplio interés de parte de movimientos de mujeres e incluso de redes de masculinidades, que exigen igualdad y equidad entre los géneros a la academia.

Puntualizando las opiniones sobre esta teoría, la definición que plantea el máster Víctor Castro Mairena, Coordinador del Departamento de la Carrera de Comunicación Social, define esta teoría como la comunicación entre humanos, es decir, entre hombres y mujeres, y que la palabra género no se refiere a sexo, y es ahí en donde se confunde la gente.

Comunicación de Género en la formación de profesionales de la Comunicación

Aunque el análisis académico es bastante complejo, integrar una nueva perspectiva de pensamiento no estaría lejos de la labor investigativa que asume la Universidad como una Institución de Educación Superior (IES), que permanentemente se autoevalúa en busca de la mejora de la calidad en la educación, esto incluye actualizar permanentemente la curricular académica y no hacer caso omiso a las demandas de la sociedad.

Por tal motivo la Comunicación de Género en su proceso evolutivo se ha visto en la necesidad de inmiscuirse en la academia, y es aquí que la percepción de la docencia, aportaría una mejor apreciación de la labor comunicativa ante los diferentes medios informativos con respecto a esta temática.

Se considera de mucha importancia la opinión de la docencia de esta carrera, porque ellos asumen el rol principal de formar a profesionales de la comunicación. Los académicos coinciden en que hay promover la equidad e igualdad de género y que la sociedad no conoce términos correctos, porque los medios de comunicación no han sido capaces de promover este tipo de conceptualizaciones a través de su lenguaje.





En las entrevistas se constató que han identificado que los medios de comunicación se inclinan hacia las mujeres y que tienen cambiar por objetividad. Como equipo investigador no queda claro a qué tipo de inclinación se refiere, pero plantea que debe de haber una inclusión para que la forma de esbozar las situaciones de la Comunicación de Género sea con equidad.

Para el tutor de Prácticas Profesionales, la educación sobre Comunicación de Género no es exclusiva de la educación universitaria, sino que también se debe abordar en la educación secundaria, por ser parte de los valores inculcados en la familia, y en el mismo contexto sociocultural donde el chavalo o la chavala se moviliza, formándose así como persona.

Esta recomendación es de suma importancia, de hecho se considera por lógica de educación, que desde la primaria se deben transmitir prácticas y valores que promuevan una comunicación entre los géneros, como es la igualdad y la equidad; pero este asunto trasciende el ámbito de las Instituciones Educativas, esto tiene que ver más con la educación cultural, la que está recibiendo la sociedad a través de los diferentes medios de comunicación, por lo que quienes están detrás de la construcción de discursos influyen directamente en la educación académica o Educación Superior.

Los estereotipos son parte de la cultura universal, lo que no significa que no pueda ver una educación contra cultural que no discrimine por condición de género. Siguiendo los modelos académicos de la curricular de América Latina, que han incorporado la Comunicación de Género como un componente, es como se podría ir eliminando estos estereotipos y lenguajes exclusivos.

Capacitación de académicos de la UNAN-León

La capacitación permanente de los académicos en una Institución de Educación Superior es de suma importancia para la calidad de la educación. Esto debe responder al desarrollo de la ciencia. La carrera de Comunicación Social en la





UNAN-León es nueva, con ocho años de existencia y hasta la fecha ha dado a la sociedad alrededor de 100 Licenciados en Comunicación Social.

Eso resulta ser una limitante para la preparación de docentes en la carrera, puesto que poco se ha invertido en la preparación docente de la misma. Ellos expresan que no han tenido ningún tipo de capacitación para actualizar sus conocimientos con respecto a la Comunicación de Género.

El conocimiento que poseen los docentes de la carrera es básico, y esto porque han participado en charlas impartidas por ONG's que promueven este tipo de temáticas, y que resultan siendo talleres de feminismo. Teniendo en cuenta que efectivamente quienes han promovido este tipo de educación han sido los movimientos de mujeres. Fue el feminismo quien impulsó que las mujeres se tomaran los espacios en los medios de comunicación, porque ellas comprendieron que el género masculino dominaba, no solo en su lenguaje sino en los puestos de tomas de decisión.

Aunque el análisis del género se debate precisamente porque las mujeres demandan equidad e igualdad, es probable que quienes asisten por vez primera, confundan algunos conceptos relacionados a lo que propone la categoría de género y las demandas feministas es por tal motivo que esta rama de pensamiento requiere de mucho análisis y estudio a profundidad.

No todos los docentes que imparten materias dentro de la carrera de Comunicación Social han recibido algún tipo de capacitación especializada dirigida al análisis de la Comunicación de Género, a lo sumo, han estado en talleres o seminarios donde se ha valorado la utilización del lenguaje inclusivo. Según ellos el seminario también fue dirigido a personas que conviven con VIH SIDA, por lo tanto no se profundizó sobre la temática a como lo demanda un verdadero análisis sobre la comunicación de género.





Un esfuerzo extra se esboza en el claustro docente al igual que algunos estudiantes, ser autodidacta ha contribuido mucho a tener en cuenta un lenguaje inclusivo en sus redacciones periodísticas, algunos han realizado monitoreo de lenguaje inclusivo en algunos periódicos nacionales como: Hoy, La Prensa y El Nuevo Diario, según su monitoreo, los tres diarios tienen audiencias diferentes, por lo que su lenguaje varía en dependencia del mismo.

También se destacan algunos académicos que han participado en algunas capacitaciones sobre calidad en la educación de Centroamérica, en estas capacitaciones se abordaron temáticas relacionadas a la educación inclusiva; profundizando un poco a modo de entrevista, el equipo investigador consultó sobre la relación que tiene este tipo de capacitación con la Comunicación de género, a lo que el director del departamento de Comunicación Social evocó que cuando se estudia humanidades, también se habla de género humano.

Docentes capacitados, estudiantes empoderados

Se ha manifestado que la capacitación de docentes es una herramienta que sirve para mejorar la calidad de la educación. El licenciado Carlos Ajax Fonseca Ramos, expresa que sería adecuado que se les capacitara con respectos a estos temas, así obtendrían una perspectiva un tanto más acertada de la realidad, más equitativa y podrían abordar los temas, a razón de construir no destruir. Estas afirmaciones reflejan que los académicos requieren de capacitaciones para enseñar responsablemente a los estudiantes y formar a profesionales de la comunicación integrales.

Es indispensable que la formación docente no solo sea en la universidad, sino desde la preparación para ser maestro, es decir, que para tener una educación de calidad e integral no solo es necesario capacitar al cuerpo docente, se tiene que ver por la educación de aquellas personas que están estudiando para ser pedagogo, si la preparación educativa para ser un académico es limitada, en la práctica sus enseñanzas serán también limitadas.





Para el equipo docente de la carrera está claro que la educación debe ser persistente, consistente, permanente e integral apegadas a principios éticos con valores democráticos y orientados a la pertinencia de la misma. Tomando en cuenta esta deserción, para que una educación sea pertinente ésta debe estar orientada a la generación de un pensamiento transformador y liberador, misión que coincide con lo que establece nuestra universidad.

Dentro de la carrera, existen dificultades como las planteadas anteriormente, según el licenciado Juan Salomón Manzanares Calero, "hay docentes que no tienen una formación diversa, y esto afecta el Proceso de Enseñanza y Aprendizaje desde una forma transversal". También expresa que "no todos quizá hemos tenido la misma educación, los mismos valores, el mismo carisma". Esto conlleva a pensar que muchas de las deficiencias de la enseñanza han sido por el nivel de preparación del cuerpo docente.

Estas deficiencias en la calidad de la educación se dan porque muchas veces nos dejamos llevar por las emociones, por los sentimientos, a lo mejor somos más con los varones o con las mujeres, discriminamos más a un sector. "También tiene que ver las orientaciones que te da la carrera, la facultad o la misma universidad, son ejes trasversales que deben seguir dentro de la misma formación del chavalo o la chavala".

Pertinencia de la Comunicación de Género en la Comunicación Social

La docencia coincide rotundamente que en efecto debe integrarse el análisis de esta temática en la carrera de Comunicación Social, el método varía según la percepción de cada docente, es decir, que unos están de acuerdo en que se incluya como un apartado dentro del componente Introducción a la Comunicación, debido a que hay pocos componentes de comunicación dentro de la carrera, según expresa el licenciado Carlos Ajax Fonseca Ramos.

El máster Víctor Manuel Castro Mairena, explica que por los momentos se está trabajando con el pensum académico 2011, y que ya no es posible integrarla como





un componente más porque la reforma al pensum no tiene mucho tiempo de haberse realizado, pero expresó que es posible integrarla dentro de las Cátedras Abiertas, en un bloque dedicado única y exclusivamente a la Comunicación de Género, también se debe promover cursos especializados sobre Género para los estudiantes que están saliendo egresados.

Es de suma importancia que en el tiempo que nos ha tocado vivir la Comunicación, el Género deba abordarse desde la academia, los docentes y estudiantes no somos ajenos al análisis de la realidad, y existe un marco legal que de cierta forma está enderezando la manera de ver las cosas, "los muchachos y muchachas, por ejemplo, que vienen de zonas rurales, poseen una formación que desconoce el trato que se le da al género femenino en la ciudad y el muchacho cuando viene del campo o vienen de las comunidades indígenas de Bonanza, Wuaspán, la Región Autónoma del Atlántico Norte (RAAN) trae otras costumbres, y al llegar aquí desconoce que la mujer tienen muchas más libertades que en esos lugares, entonces en la formación pertinente es una necesidad porque va diversificando la comunicación y eso también te abre a la comunicación intercultural, a la comunicación entre ambos sexos".

Cabe señalar que este docente identifica que algunos estudiantes que ingresan a la carrera de Comunicación Social están muy marcados por una cultura machista, y que por lo tanto todo ese aprendizaje se refleja cuando ellos hacen tratamiento de noticias.

¿Comunicación de Género en la academia?

Aunque la docencia no se ha planteado integrar ningún componente relacionado a la Comunicación de Género, hemos venido analizando cómo de forma indirecta algunos docentes se han esforzado por debatir con los estudiantes algunos conceptos claves relacionados a la misma.





Estos espacios de debate se dan en algunos casos, en el Componente Cátedra Abierta, en donde se invitan a expertos en la materia de acuerdo a la temática del bloque del componente. El licenciado Manzanares Calero, quien también es coordinador del componente de Cátedras Abiertas (I, II y III), enunciaba que no se abordan la temática de Comunicación de Género como tal, pero que si sin partes de ejes transversales de las cátedras, especialmente el bloque III, temas como: "la nota roja, los femicidios, el respeto a la mujer, el respeto a la comunidad gay, a la diversidad de raza, de creencias religiosas"

Explicaba también, que en las creencias religiosas hay un tipo de discriminación, por que las mujeres en algunas religiones son excluidas, en unas las mujeres tienen mayor apertura y libertades. Y eso es parte de la discriminación por condición de género más que por ideología.

Como ejemplo de esto, podemos ver cómo, en el caso de la Iglesia Católica Romana, se ha presentado una apertura a "aceptar los derechos humanos de la comunidad homosexual y se logró avanzar bastante, hubo mucha aceptación, igual sobre el aborto". Esos son temas debatidos en este componente, pero si bien es cierto, son temas relacionados a Comunicación de Género, no profundizan en ellos, ni tampoco les da un seguimiento, o modelo a seguir para implementar aquellas estrategias de comunicación en las redacciones periodísticas y reflejar una comunicación de género responsable.

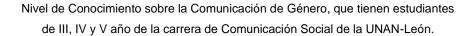
Las autoridades académicas no pensaron en integrar ningún componente relacionado a la Comunicación de Género, y aunque sí reconocen su importancia, sus intereses se inclinaron hacia temáticas del Medio Ambiente, la Calidad de la Educación, y otros componentes que representan conocimiento fundamental que todo Comunicador Social debe tener, tratando de diversificar la preparación profesional de los mismos; sin embargo, la teoría y el contexto de la realidad social, demuestran también que la Comunicación de Género, es parte primordial en la comunicación.





VI. Conclusiones

- La Comunicación de Género resulta indispensable en la lucha por la equidad e igualdad de Género, y más que eso, es la herramienta principal por la que se logra sensibilizar a la humanidad.
- ➤ Esta teoría es desconocida por el estudiantado y claustro docente que son profesionales de la Comunicación, y que asumen un protagonismo esencial en la educación de futuros profesionales.
- Si no se sigue dando apertura a debates académicos y espacios de reflexión sobre la Comunicación de Género, empezando desde la academia, el discurso misógino, machista y patriarcal, seguirá prevaleciendo en los discursos periodísticos.
- ➤ La juventud es la que se enfrenta a este grave problema, de utilizar el lenguaje discriminatorio en sus relaciones tanto en el ámbito de la comunicación como en el ámbito de relaciones personales.
- ➤ Tanto docentes como estudiantes, presentaron entusiasmo e interés con que un grupo de investigadores, profundice sobre estos conocimientos porque consideran innovador y lleno de muchos aprendizajes.
- ➤ La Comunicación de Género es igual de importante que cualquier otro componente que se relacione a la Comunicación Social, porque a partir de la utilización de estas herramientas, todas las personas se sentirán incluidas y tomadas en cuenta.
- ➤ El estudiantado poseen un bajo nivel de conocimiento sobre el concepto de Comunicación de Género, y por ende de lo que propone la teoría, porque no han recibido ningún proceso de formación relacionado a esta temática.
- ➤ El claustro docente posee un nivel medio de conocimiento sobre el concepto de Comunicación de Género, pero no manejan lo que la teoría propone, esto se debe a que algunos han recibido capacitaciones relacionados a esta temática, otros en cambio han sido autodidactas y



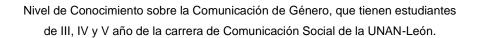




sacan conclusiones con solo analizar el contexto de la realidad, lo que no les ha permitido profundizar en la labor profesional.

VII. Recomendaciones

- Seguir motivando a las y los jóvenes a que profundicen sobre la implementación de la Comunicación de Género en la elaboración de discursos al momento de realizar las Prácticas Profesionales, con el fin de apropiarse de esta esta herramienta, para su desempeño profesional.
- ➤ En primera instancia son los docentes los que deben capacitarse adecuadamente sobre Comunicación de Género, porque a partir de sus aprendizajes y su retroalimentación con los estudiantes, se podrá ir integrando poco a poco el análisis al debate académico.
- Crear espacios y horarios dentro de la carrera de Comunicación Social, donde se puede reflexionar, debatir, aprender sobre herramientas que permitan conocer la Comunicación de Género.
- ➤ El cuerpo docente debe estar claro que el principal objetivo para alcanzar la equidad e igualdad de género, es sensibilizando jóvenes que promuevan el uso de esta misma teoría.
- Integrar un componente académico dedicado única y exclusivamente al aprendizaje de herramientas de Comunicación que integren el enfoque de género, al mismo tiempo que se estimule el análisis del quehacer profesional en esta disciplina.
- Proponerse como un objetivo que los estudiantes adquieran un nivel medio de los conocimientos sobre la Comunicación de Género a corto, mediano y largo plazo para nivelar la capacidad de análisis que tienen otros jóvenes estudiantes de la misma carrera en otras universidades.
- Promover los intercambios académicos con otras instituciones de Educación Superior que trabajen bajo la misma línea de la Comunicación







de Género, con el objetivo de intercambiar experiencias y aprendizajes de otros profesionales de la comunicación.

VIII. Bibliografía

- 1. Bellei, Cristián, Poblete Ximena, Sepúlveda, Paulina, Orellana, Víctor y Abarca Geraldine. 2013. Situación Educativa de América Latina y el Caribe: Hacia la educación de calidad para todos al 2015. Publicado por la Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe (OREALC/UNESCO Santiago). Chile.
- 2. Burch, Sally. (Abril 2009). Comunicación, organización y género: Ellas tienen la palabra. Quito: Artes Gráficas Silva.
- 3. Chaher, Sandra. 2014. Políticas públicas de comunicación y género en América Latina: un camino por recorrer.1a edición. Comunicación para la Igualdad Ediciones; Friedrich Ebert Stiftung Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- 4. Gamba, Susana (2008). ¿Qué es la perspectiva de género y los estudios de género? Claves de feminismo. Pág. 01-05.
- 5. Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos & Baptista Lucio, Pilar. 2010. Metodología de la Investigación. 5ta edición. McGraw-Hill. Interamericana editores, S.A de C.V. México.
- 6. Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos & Baptista Lucio, Pilar. 2010. Metodología de la Investigación. 5ta edición. McGraw-Hill. Interamericana editores, S.A de C.V. México. Pág. 394.
- 7. Ibíd. Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos & Baptista Lucio, Pilar. 2010. Metodología de la Investigación. Pág. 412.
- 8. Ibíd. Sampieri. Pág. 417.





- 9. Macharia, Sarah y Moriniere, Pamela. 2012. Herramientas de aprendizaje para un periodismo género-ético y políticas en las empresas editoriales. 1ra edición. Publicación de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACCI) y Federación Internacional de Periodistas (FIP). España.
- 10. Macharia, Sarah y Moriniere, Pamela. 2012. Herramientas de aprendizaje para un periodismo género-ético y políticas en las empresas editoriales. 2da edición. Publicación de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACCI) y Federación Internacional de Periodistas (FIP). España.
- 11. Porras, Lyvia y Molina, Silvina. América Latina Genera, Gestión del conocimiento para la Igualdad de Género. Fondo Fiduciario España-PNUD "Hacia un Desarrollo Integrado e Inclusivo en América Latina y el Caribe". España.
- 12. Pineda, Elia Beatriz; de Alvarado, Eva Luz & Canales, Francisca 2006. Metodología de la Investigación, Manual para el desarrollo de personal de salud. 2da edición. Organización Panamericana de la Salud. Washington D.C.
- 13. Proyecto de Monitoreo Global de Medios GMMP (2010). Informe Septiembre, 2010, Recuperado el 20 de septiembre de 2014 del sitio Web: http://goo.gl/Q4xuvM
- 14. Recuperado el 11 de octubre de 2014, de El Periódico Hoy: http://goo.gl/AVXXUK
- 15. Sequeira Calero, Velinda & Cruz Picón, Astralia. 2000. Manual de Investigación, Investigar es fácil II. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua. Managua, Nicaragua. Pág. 22.



ANEXOS

Anexo #1 Guía de tópicos sobre Comunicación de Género.

- 1-¿Qué entienden ustedes por Género?
- 2-¿Qué es la Comunicación?
- 3-¿Qué es Comunicación de Género?
- 4-¿Qué es el lenguaje inclusivo?
- 5-¿Cuándo se dice la frase "Los políticos están de fiesta" creen ustedes que ahí se están incluyendo tanto a hombres como mujeres?
- 6-¿Creen ustedes que los medios de comunicación y periodistas, tienen un rol importante en la construcción del lenguaje?
- 7-¿Ustedes consideran que la comunicación de género es algo importante para nuestra formación académica?
- 8-¿Has recibido algún tipo de herramienta para integrar la comunicación de género en la elaboración de discursos en diferentes medios comunicativos?

Anexo #2. Guía de preguntas de entrevista a académicos

Fecha:	Hora:
Lugar:	
Entrevistados:	

- 1-¿Qué entiende usted por Comunicación de Genero?
- 2-¿Valora que la comunicación de género aportaría a la formación de futuros profesionales de Comunicación Social?
- 3- ¿Ha recibido alguna capacitación sobre comunicación de género o una rama a fin a la misma?
- 4-¿Usted cree que si la docencia de la carrera de Comunicación Social, se capacitara sobre temas relacionados a la comunicación de género, los estudiantes podrían obtener herramientas sobre esta r ama de investigación?
- 5-¿Usted considera pertinente integrar la Comunicación de Genero como un componente de la carrera de Comunicación Social?
- 6-¿Se ha pensado integrar componente relacionado a la Comunicación de Genero en el pensum académico?

Anexo #3 Matriz de triangulación (Respuestas) **Preguntas Grupo Focal Grupo Focal Grupo Focal** Entrevista a Entrevista a Entrevista a **Observaciones** III Año IV Año V Año Lic. Salomón Msc. Víctor Lic. Carlos Castro Fonseca Manzanares ¿Qué es Influye en la Es reflejar la Todas las La definen Es hablar Es la Es la manera Comunicación educación y igualdad entre respuestas de las como la forma sobre temas comunicación de unidades de de Género? de transmitir diferentes sin cultura que hombres y comunicarse entre enfocarse mujeres ante estudio se sin tener una tenemos. humanos, información de solamente en hombres y hombres y ninguna relacionaban los medios de aunque lo un género y mujeres mujeres. comunicación. perspectiva manera así trasmitir un particular. equitativa, comunican. expresaran con tanto para la mensaje. palabras mujer como diferentes; sin para el embargo el grupo hombre. focal aplicado a 5to año se obtuvieron respuestas vagas con poca

capacidad de análisis.

¿Ustedes consideran que la comunicación de género es algo importante para nuestra formación académica?	Claro, debe ser incluida como una clase para poder erradicar esta problemática de falta de conocimientos.	Es imprescindible, porque desaparecerán los tabús que existen sobre este tema.	Es importante ya que existe mucha confusión entorno a este tema, pero no es un conocimiento obligatorio.	Claro que sí, debería ser incluida en la curricula de toda América Latina así se solucionarían muchos problemas.	Claro que aportaría porque eso haría que el punto de vista de los comunicadores ante los medios informativos sea equitativo.	Sí, pero también son parte de los valores que la familia debe inculcar, no es solamente un papel de la universidad.	Las diferentes unidades de estudios coinciden que es de mucha importancia la Comunicación de Género ya que se erradicaría la problemática de falta de conocimiento con respecto al tema.
¿Han recibido algún tipo de herramienta /capacitación, sobre Comunicación de Género?	No, no se nos han brindado en la Universidad ni por otro lado, los medios informativos son los que se han encargado	Realmente no se ha recibido, y si en algún momento la aplicamos es de manera autodidacta.	No hemos recibido y poseemos pocos conocimientos.	Recibí un postgrado en Calidad de la Educación y esto es parte del género humano.	Dentro de la Universidad, no hemos recibido ningún tipo de capacitación sobre este tema, pero si por parte de ONG que son	Capacitación como tal pues no lo recuerdo, pero si he estado en talleres, en seminarios o alguna actividad	Los estudiantes no han recibido capacitación sobre Comunicación género y lo han aprendido de manera autodidacta.

	de brindar				las que	vinculada al	Respecto a los
	cierta				promueven	género y esto	docentes, solo
	información				este tipo de	es abordado	dos de ellos han
	respecto a ello.				talleres.	principalmente	recibido
	respecto a cito.				talicics.	por las ONG	capacitación por
						ya que	parte de ONG. Y
						trabajan más	uno de ellos ha
						temas de	hecho un
						género.	
						genero.	postgrado en calidad de
							educación.
							educación.
6-¿Creen	Claro que sí,	Esa es la gran	Sí, porque si				Estudiantes
ustedes que los	porque las	labor del	no hablamos				concuerdan que
medios de	personas	comunicador,	de la manera				los y las
comunicación y	hacen lo que	Tenemos el	correcta la				comunicadores
periodistas,	ven y nosotros	poder de que	población				tienen el poder
tenemos un rol	somos agentes	las personas	tampoco lo				de cambiar el
importante en	de cambio.	repitan los que	hará.				pensamiento de
la construcción		nosotros					la población.
del lenguaje?		decimos.					
¿Usted				Sí, pero	Sí, porque no	Sí, en el	Docentes
considera				sería dentro	hay pocas	tiempo que	consideran que
pertinente				de las	clases	vivimos la	es oportuno
integrar la				Cátedras,	relacionadas	comunicación	integrar la
Comunicación				en un	con la	de género es	Comunicación
de Genero				bloque	comunicación	una más que	de Género,
como un				dirigido	y se debería		aportando

componente		exclusiva y	incluir en la	necesidad.	distintos puntos
de la carrera		únicamente	introducción a		de vistas de la
de		al Género.	la		necesidad de
Comunicación			comunicación.		un componente.
Social?					
					Esta pregunta
					solo se la
					hicimos a los
					profesores
					porque tienen la
					capacidad de
					responder de
					acuerdo a los
					cargos que
					poseen como
					docentes

Anexo #4 Fichas de observación

Estudios sobre el Nivel de conocimientos que tienen los estudiantes de III, IV y V año de la carrera de Comunicación Social.

 Se trata de una investigación para mostrar comprender el nivel de conocimiento sobre Comunicación de Género, que tienen estudiantes del IV y V año de la carrera de Comunicación Social de la UNAN León, en el proceso de su formación profesional.

Motivo: Reunión para la aplicación de para de los grupos focales.

Fecha: 24 de octubre de 2014

Hora: 9: am - 3:00pm

Participantes: Docentes y estudiantes

Lugar: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-LEON

1. Temas principales

La mayoría de estudiantes, al momento de iniciar, no estaban muy animados a colaborar, pero luego de las primeras preguntas mostraron interés y ganas de brindarnos sus opiniones sobre su nivel de conocimiento acerca de la Comunicación de Genero. A pesar de que no poseían mucha información compartieron su punto de vista y consideran que la carrera de Comunicación Social debería implementar componentes relacionados a esta temática.

2. Explicaciones o especulaciones

Estudiantes al no conocer sobre este tema, se les hace difícil asimilar, comprender y apropiarse acerca de lo que implica la Comunicación de Género, pero muestran interés y apertura para formarse en ese tema. Y creen que la inclusión de un componente de este tipo seria de mucho beneficio para su formación académica.

3. Explicaciones alternativas

En el caso de los docentes admiten que es de suma importancia el hecho de transmitir conocimientos sobre Comunicación de Género, puesto que es lo que demanda la sociedad actual. El director de la carrera está de acuerdo en ampliar los

conocimientos de los estudiantes con respecto a este tema, pero en estos momentos es muy difícil implementarlo como componente en el curricula de la carrera por la situación académica que atraviesa la universidad, sin embargo manifestó el interés de promover este tipo de conocimiento en los estudiantes.

4. Siguientes pasos para recolección de datos

Grupos focales con estudiantes de III, IV y V año de la carrera para obtener la opinión, el sentir y el actuar con respecto al nivel de conocimiento sobre Comunicación y Género que tienen los estudiantes.

Entrevistas en profundidad a los docentes y director de la carrera para conocer el panorama sobre los conocimientos que estos tienen con respecto a la Comunicación de Género. Así mismo valorar la educación que brindan a los estudiantes sobre este tema.

Temas: Discutir y ahondar sobre Género, Comunicación de Género, importancia de esta en la formación académica de los estudiantes de Comunicación Social, pertinencia de la implementación y transmisión de conocimientos de Comunicación de Genero en las prácticas profesionales de los estudiantes.

5. Revisión, actualización:

Comprender los conocimientos que docentes y estudiantes manejan sobre Comunicación de Género y la implementación que estos hacen de sus conocimientos en la puesta en práctica de su labor profesional, para contrarrestar efectos de discriminación por la condición de género en la elaboración de piezas de información.

Considerar fases de implementación-análisis de los nuevos conocimientos en el ámbito de Comunicación de Género, estudios de casos prácticos de la realidad social en la construcción de discursos.

Anexo #5 Fotos

Entrevista a Docentes



Lic. Salomón Manzanares

Msc. Víctor Castro



Lic. Carlos Fonseca



Grupos Focales

Estudiantes III Año Comunicación Social





Estudiantes de IV Año de Comunicación Social









Estudiantes de V Año de Comunicación Social



Anexo#7: Bitácora de Análisis

En la realización de los tres grupos focales, el primer grupo el cual fue 5to año de la carrera de Comunicación Social, al inicio se mostró un poco indispuesto y sin ganas de cooperar, y en cuanto a las respuestas obtenidas por parte de ellos, la mayoría fueron contradictorias, contestaban con otra pregunta entrando en debate y mostraron poco conocimiento con respecto a la temática. La mayor participación del grupo fue de parte de las mujeres, dando sus aportes y diferentes puntos de vista.

Por su parte, los dos otros grupos, estuvieron animados y con deseo de participar, pero siempre manteniendo el orden en el grupo, a pesar que no poseen mucho conocimiento sobre la Comunicación de Genero sus aportes fueron más concretos, algunos de ellos aseguraron que han tratado de incluir el enfoque de género en sus prácticas profesionales y trabajos realizados, según lo que han aprendido por los medios informativos y de manera autodidacta.

Conclusiones

La mayoría de estudiantes a quienes se realizaron los grupos focales, según sus respuestas brindadas se puede notar que poseen poco conocimiento sobre la Comunicación de Genero, ya que brindaron ideas vagas, y poco acertadas.

A pesar de su poco conocimiento mostraron interés para aportar sus opiniones y desean aprender más sobre este tema ya que piensan que es de mucha importancia en su formación académica para luego poder utilizarlo en la construcción de sus discursos.

Estudiantes desconocen totalmente conceptos como: Comunicación de Género, Lenguaje inclusivo, algunos confundieron el concepto de comunicación de Genero con Géneros periodísticos y Géneros Literarios. En general no manejaban conceptos meramente apropiados y tenían pocas nociones. Lo que manejan lo han obtenido por medio de la vida diaria, el ambiente en que están rodeados y de manera autodidacta.

Recomendaciones

Los beneficios que obtendrían los estudiantes de Comunicación Social al integrar la Comunicación de Género a la enseñanza serian grandes tanto para ellos como para la sociedad en general, ya que los medios son los que educan a las personas por medio de la información que es trasmitida por comunicadores o periodistas, porque poseen el poder de persuadir ante la audiencia. Entre las principales recomendaciones derivadas del trabajo realizado damos las siguientes:

- 1- Incluir un componente de Comunicación de Genero en el pensum para estudiantes de la carrera de Comunicación Social.
- 2- Bridar tallares de capacitación a docentes, para que ellos eduquen de una mejor manera a los estudiantes.