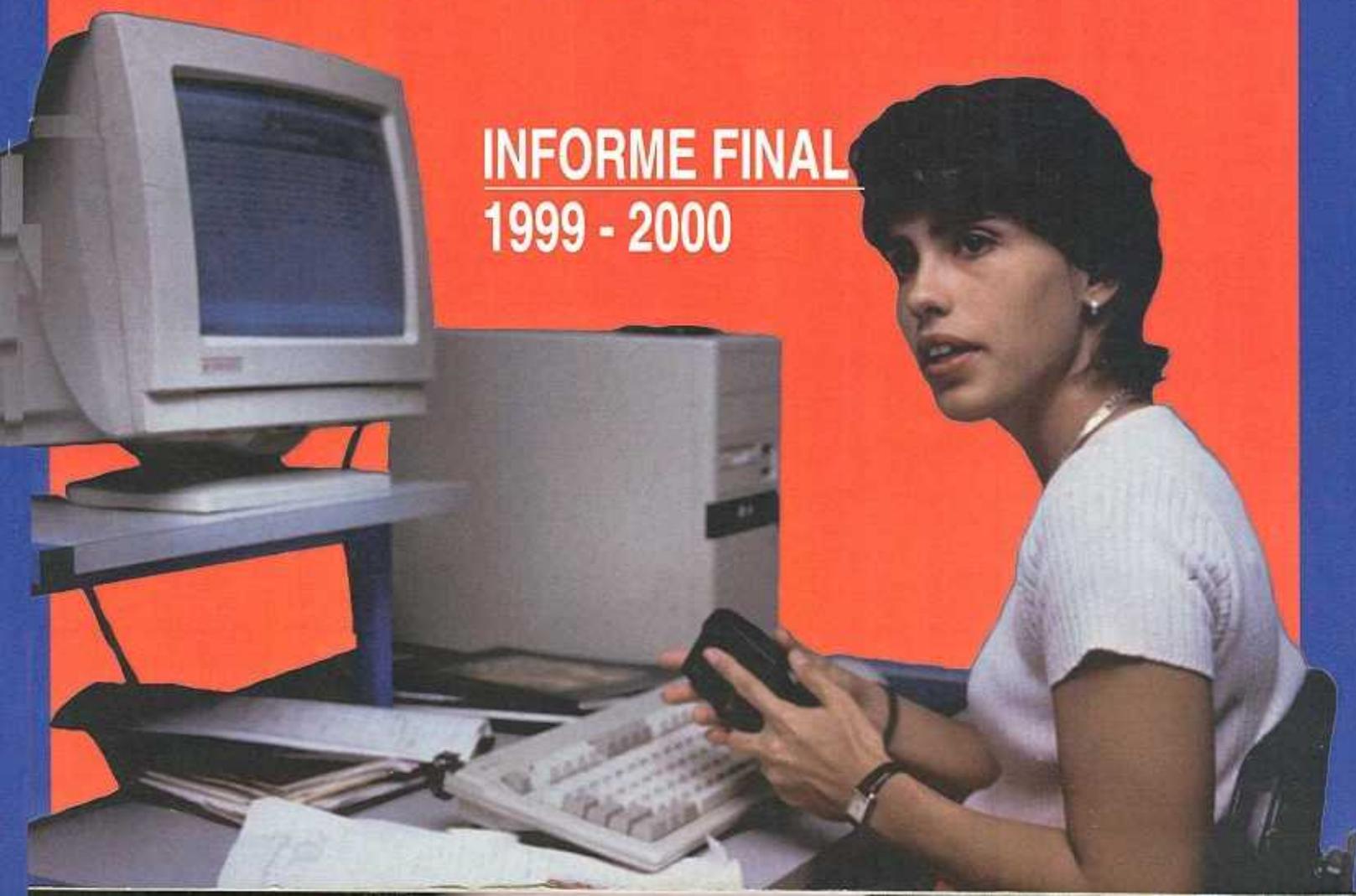


LA PERSPECTIVA DE GENERO

y su aplicación en los estudios
universitarios de comunicación
y en el ejercicio del periodismo

ESTUDIO - DIAGNOSTICO

INFORME FINAL
1999 - 2000



Responsables de su publicación:

Investigadora:

VIELKA VASQUEZ DE AVILA

Corrección de Estilo:

MARTA BARRIA

Coordinador del Componente 33:

RICARDO HURTADO

Diseño Digital:

JOSE HEREIRA M.

Grupo Clave del S.P.P.:

GARRITT GENETEAU

MARIA ALABARCA

REINALDO LABASTIDES

RICARDO HURTADO

YASMIRA ESQUINA

MAGDALENA HURTADO

Agradecimiento

Deseamos completar este estudio agradeciendo a todas aquellas personas que colaboraron en su preparación: A los docentes y estudiantes de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Panamá, así como, de la Escuela de Comunicación de la Universidad Santa María la Antigua.

A los periodistas hombres y mujeres que nos dedicaron su tiempo. Y a David Avila padre e hijo por todo el tiempo que ofrecieron colaborando en este estudio, demostrando que sólo cuando hombres y mujeres unamos esfuerzos, podremos construir un mundo más equitativo y justo.

Vielka Vásquez de Avila

I INTRODUCCION

- A. SITUACION ACTUAL
- B. OBJETIVOS
- C. DELIMITACION, ALCANCE y COBERTURA
- D. JUSTIFICACION

II MARCO TEORICO

- A. SITUACION DE LA MUJER
 - a.1 Origen de la situación
 - a.2 Evolución Histórica
 - a.3 Situación Actual
- B. CONCEPTO SEXO - GENERO
 - b.1. El Sexismo en el Lenguaje
 - b.2 Sexismo en los Medios
- C. LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL
 - c.1 Desde el punto de vista laboral
 - c.2 Desde el punto de vista académico

III ASPECTO METODOLOGICO

INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS
PROCEDIMIENTO

IV ANALISIS DE RESULTADOS

-Cuadros y gráficas estadísticas con análisis descriptivo

V DISCUSION: Conclusiones y Recomendaciones

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

INTRODUCCION

INTRODUCCION

Los orígenes de la presente situación de la mujer se remontan a la creación del patriarcado. Situación que reflejó el sexismo que tiene su más amplia proyección en el manejo del lenguaje, en la exclusión de la mujer de la conceptualización del mundo, lo que provoca que la mujer sea invisibilizada en la historia de la humanidad.

Para Norma Valle, periodista puertorriqueña, el patriarcado es una ideología, cuya práctica divide el mundo en dos: la esfera privada y la pública. En esta partición, a cada sexo se le asigna un ámbito determinado. Lo público, es decir lo laboral, lo político, lo económico, etc., es de dominio masculino; mientras, lo privado, los afectos primarios, etc., corresponden al mundo femenino (Valle, Norma 1996).

Esta situación ha provocado que, a través de los años, la mujer se haya marginado de los procesos económicos, políticos y sociales y de los grandes cambios históricos, culturales y políticos de los pueblos. A partir de la Edad Media en muchos países, las mujeres empezaron a cuestionar su subordinación en un plano teórico y a finales del siglo XVIII, en Europa, se comienzan a plasmar las teorías feministas. Hoy, muchas son las teorías feministas que tratan de explicar el fenómeno de la subordinación de la mujer.

En los medios de comunicación (escritos y audiovisuales) parece existir una unión íntima entre el lenguaje y la diferencia sexual (Sexismo) ya que lo utilizan para formar un mundo de roles sobre la diferencia sexual. Así se presenta, ya sea con imágenes o palabras, un mundo en el que el hombre está marcado por un tipo de estereotipos y la mujer con otros, basados, claro está, en los conceptos androcentristas de la sociedad patriarcal.

A. SITUACION ACTUAL

Los medios de comunicación en todas sus representaciones fomentan un mundo masculino y otro femenino, con características y roles diferentes para ambos. Un mundo en el que a las mujeres y hombres se les mantiene y refuerza en su condición como tales, presentando al hombre como macho, insensible, inteligente y constructor y a la mujer como débil, sentimental, poco inteligente y usuaria de todo lo construido por el hombre.

Los medios de comunicación son un agente socializador y, como tales, deben motivar el cambio social. Compiten con la familia y la escuela en el proceso de educar, por un lado y, por el otro, ofrecen modelos a seguir y forman opiniones en sus perceptores.

Vivimos en una sociedad democrática y como tal, los medios de comunicación deben buscar los mecanismos para llegar a todos los sectores de la sociedad para que participen del desarrollo económico, social y cultural.

Por lo anteriormente expuesto, se hace necesario un nuevo replanteamiento de los mensajes que emiten los medios de comunicación social. Este, sólo será posible si los comunicadores y comunicadoras son formados como transformadores capaces de mediar entre las lógicas del mercado y las de su cultura, ha dicho Norma Valle. Comunicadores y Comunicadoras que, según Jesús Martín Barbero, "tengan conocimiento de la historia, capacidad técnica y sensibilidad democrática." (Barbero 1994).

B. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION:

* Definir el nivel de conocimiento sobre la perspectiva de género que poseen los y las periodistas que laboran en los Medios de Comunicación Social de Panamá.

* Definir el nivel de conocimiento sobre la perspectiva de género que poseen los y las

C. DELIMITACION, ALCANCE Y COBERTURA

La investigación diagnóstica se realizó a periodistas de los medios escritos y televisados de la Ciudad de Panamá. Igualmente, a los profesores de la Universidad de Panamá y la Universidad Santa María la Antigua. Por otra parte, estudiantes de las carreras de comunicación participaron en el estudio.

El estudio cubrió bibliotecas de las universidades, de organismos internacionales, organizaciones no gubernamentales, y gubernamentales de la ciudad de Panamá.

D. JUSTIFICACION

Los y las especialistas en el área temática de género coinciden en que prevalece en la actualidad una situación de sexismo generalizada en los medios de comunicación en Panamá. Es imperativo corregir esta situación si se pretende formar una sociedad más justa y equitativa. Sin embargo, no se ha publicado hasta la fecha, un estudio focalizado sobre las causas que originan dicha situación.

Para alcanzar el estado de situación deseado, es menester conocer en propiedad el estado de situación presente. Este conocimiento permitirá, de igual forma, diseñar objetivos y acciones para lograr el estado de situación deseado en base a la hipótesis de que es prácticamente nula la exposición de los y las periodistas que se forman en las universidades del país, así como de los y las que ejercen profesionalmente en los medios de comunicación a la perspectiva de género, se considera que allí radica el origen del problema de sexismo en los medios que hoy presenciamos en Panamá.

Por lo anterior, es inaplazable la realización de un estudio diagnóstico sobre el nivel de conocimiento sobre esta área temática a nivel universitario y en los medios de comunicación social, para definir las necesidades prioritarias de la población objetivo, y así lograr corregir el presente estado de situación.