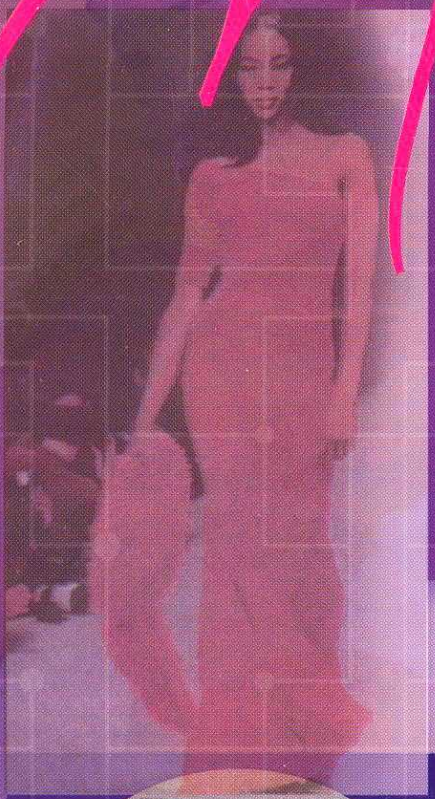
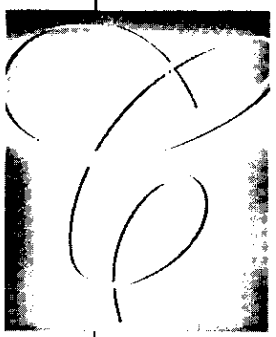
MEDIOS DE COMUNICACION Y DERECHOS HUMANOS DE LAS *Mujeres*



EXPERIENCIAS DE PROGRAMAS

Panamá 1998



réditos

EXPERIENCIAS DE PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS DE LAS MUJERES EN PANAMÁ

EDITORA: Gladys Miller Ramírez

COEDITOR: Ricardo A. Mejía

ENTREVISTAS: Ricardo A. Mejía

LEVANTADO: Luz E. Barranco

REVISION DE ESTILO: Ramira Miller R.

ILUSTRACIONES: Tomadas de "Fempress"

ARTE Y DIAGRAMACION: Agencia de Servicio - Creatividad - Diseño Líneas B.7

Proyecto de Educación y Comunicación sobre los Derechos Humanos de la Mujer en Panamá

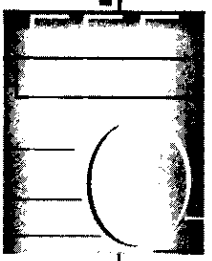
AUSPICIA: Ministerio de Asuntos Extranjeros de los Países Bajos.
Fundación Arias para la Paz y el Progreso Humano

EJECUTA: CEFA (Centro de Estudios y Capacitación Familiar)
Apartado 6-4153, El Dorado
Panamá, Rep. de Panamá
Tels.: 223-3693 / 223-5220
Correo electrónico: cefa@sinfo.net

MEDIOS DE COMUNICACION Y DERECHOS HUMANOS DE LAS Mujeres

EXPERIENCIAS DE PROGRAMAS

Panamá 1998



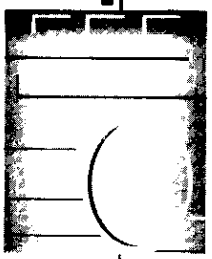
MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DERECHOS HUMANOS DE LAS *Mujeres*

EXPERIENCIAS DE PROGRAMAS

- Comunicación para el cambio..... 1
- Reflexionando sobre el papel de los medios de comunicación en la promoción de los derechos de la mujer panameña..... 6
- Experiencias de programas para la promoción de los derechos de la mujer..... 11
- El díficil camino en la promoción de los derechos de la mujer..... 20
- Costos y precios de los programas de promoción de los derechos de la mujer..... 24
- Tipo de audiencia que tienen los programas y reacción del público frente a los temas de mujer..... 28
- Medios más ventajosos para la promoción de los derechos de la mujer..... 31
- Mensajes y recomendaciones a otras comunicadoras..... 34
- Nuestra visión del futuro: "¿Y de ahora en adelante, qué?" 36
- Nuestras Entrevistadas..... 40
- Reflexiones Finales..... 45

ANEXO

- **Guía de la Entrevista**



COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO: NUEVE EXPERIENCIAS DE PROGRAMAS

Nadie discute la influencia, a través de la historia, de los medios de comunicación en los fenómenos sociales. Sobre todo, cuando -gracias a la explosión tecnológica en este mundo globalizado- sus modelos han evolucionado a tal punto, que les permiten proyectar mensajes positivos y negativos más elaborados; capaces de determinar los comportamientos humanos de nuestras familias, precisamente, por las distancias acortadas.

En materia de comunicación, se trata de aprovechar las posibilidades de los medios como instrumento de educación y socialización. Conscientes primero, de la necesidad que existe de orientar el debate acerca de ellos el cual plantea dos puntos de vista: uno que habla sobre la masiva influencia que ejercen debido a su interés meramente comercial. Otro, que los presenta como vehículos para la transformación social y el desarrollo de los pueblos, lo cual se puede lograr siempre y cuando haya un balance entre lo mercantil y lo educativo. Es más, se piensa que no necesariamente debe reñir un aspecto con el otro, siempre y cuando haya buena voluntad y conciencia de toda la sociedad, en general, como decisión política por parte del Estado, específicamente.

Quienes se preocupan por una sociedad más justa, equitativa, menos opresora, tratan de mejorar la forma y el contenido de los medios informativos, especialmente, cuando se discute el tema de la mujer. En los últimos veinte años (1970-1990) -período en que el movimiento de mujeres tomó nuevas fuerzas de protagonismo en su lucha por sus derechos reivindicativos- los medios de comunicación convencionales (radio, televisión, prensa escrita) no se erigieron en defensores de esos ideales, sino, más bien, se constituyeron en perpetuadores de los roles femeninos de sumisión, dependencia y discriminación. Ese fortalecimiento de estereotipos se observa en las telenovelas, los concursos de belleza, programas de chistes y los comerciales que utilizan a la mujer como objeto sexual.

COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO: NUEVE EXPERIENCIAS DE PROGRAMAS

A pesar de esas insignificantes apariciones de las mujeres en las señales televisivas, el movimiento reconoce claramente la necesidad de emplearlos, por su facultad para estimular cambios. Sin embargo, los costos de proyectos en lo medios convencionales de comunicación, son enormes: otra dificultad para incursionar en tan poderosa industria mercantil.

Por tal razón, y como un esfuerzo, el movimiento de mujeres ha elaborado productos de comunicación de tipo alternativo para educar contra la discriminación y la violencia contra ellas. Tenemos, por ejemplo: libros, así como afiches, panfletos, cuadernillos, botones, calcomanías, suéteres, fotonovelas que contribuyen a valorar sus derechos.

Las evaluaciones de los programas de comunicación alternativa ofrecen buenos resultados; pero lastimosamente, con impactos efectivos parciales en la población. Aunque esto no desmerita el trabajo desarrollado, conviene admitir que para ejercer más influencia es necesario utilizar en comunicación, todas las distintas técnicas y métodos de educación.

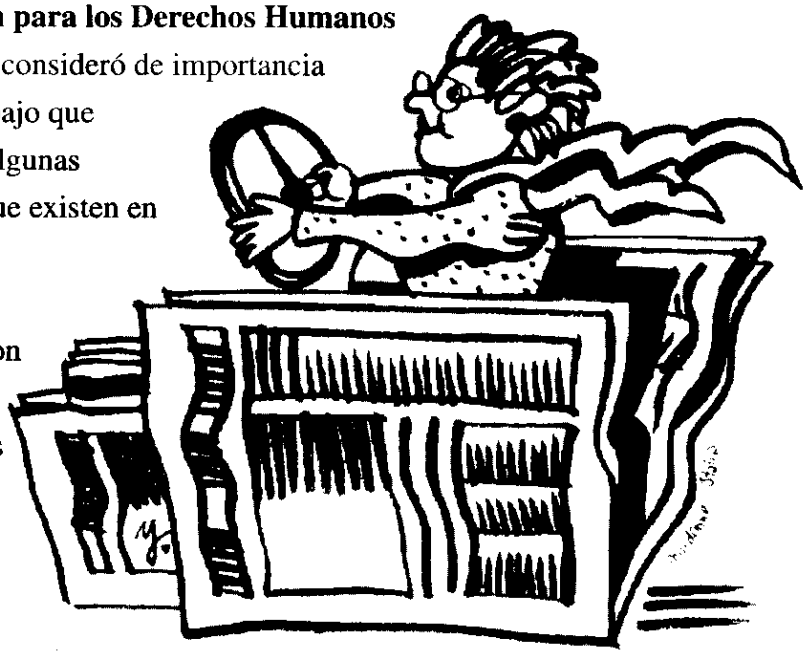
Reiteramos que en Panamá, los proyectos y programas de comunicación para promover los derechos de la mujer han empleado con mayor fuerza medios alternativos (afiches, revistas, volantes). No obstante, conscientes de la preponderancia de los medios convencionales, se han iniciado varias estrategias para visibilizar, a través de ellos, el problema de la discriminación contra la mujer. De esa manera, se ha intentado y logrado, con avances parciales, constituir redes integradas por comunicadoras/es, para apoyar el trabajo de promoción de los derechos de la mujer.

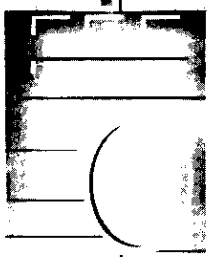
COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO: NUEVE EXPERIENCIAS DE PROGRAMAS

En la actualidad, como producto de esos esfuerzos, se pueden mencionar nombres de mujeres y hombres de la pluma que han aportado, en forma relativamente permanente u ocasional, trabajos en favor de la no discriminación de género en la sociedad panameña.

A nivel internacional, hay varios documentos que abogan por la continuidad de un trabajo que proyecte una imagen positiva de la mujer a través de los medios. Podemos citar la **"Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer" (Sep. 1995), "El Año Internacional de la Mujer" (1975).** En materia jurídica, podemos mencionar, entre otros, la **"Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer"**, de las Naciones Unidas, y la **"Convención Internacional para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Contra la Mujer".** Ambas convenciones fueron ratificadas por nuestro país mediante Leyes No. 4 de marzo de 1980, y la No. 12 del 20 de abril de 1995.

Por todo lo anteriomente señalado, **"El Proyecto de Educación y Comunicación para los Derechos Humanos de la Mujer"**, consideró de importancia realizar un trabajo que sistematizara algunas experiencias que existen en programas de comunicación relacionadas con la promoción de los derechos de la mujer en Panamá.





COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO: NUEVE EXPERIENCIAS DE PROGRAMAS

Para cumplir con el objetivo, se entrevistaron nueve (9) mujeres que trabajaran o hubiesen laborado en medios informativos, a fin de compilar, a través de una publicación, parte de la labor realizada por ellas en pro de la defensa de los derechos de la mujer.

PROGRAMA	MEDIO
Voces de Mujer	Radio
Mujer Hoy	Revista
Hoy Más Mujer	Televisión
Revista Matinal	Radio
Entre Nosotros	Televisión
Hablemos Esta Noche	Radio
Artículos sobre Derechos de la Mujer	Prensa Escrita
Trabajos de Comunicación Social para promover una ONG de Mujeres	Radio y Prensa Escrita

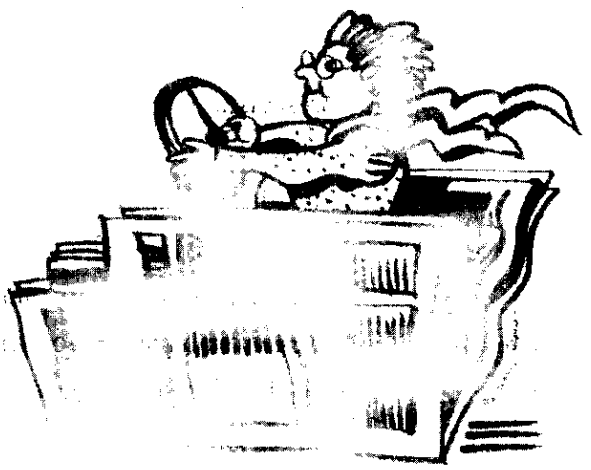
Obtener información acerca de ellas y sus programas, no fue tarea fácil debido a que la naturaleza de su profesión, las mantiene siempre ocupadas en diversas actividades.

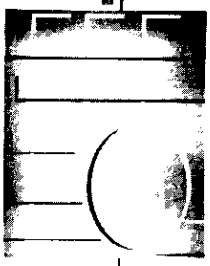
La metodología utilizada para lograr la información fue, mayormente la entrevista directa, en base a una guía que contenía catorce (14) aspectos por responder. (Ver anexo)

Hoy finalmente, presentamos este documento a hombres y mujeres de comunidades, instituciones públicas y privadas que se dedican al trabajo de la información, como un aporte histórico de todas las experiencias del movimiento de mujeres en Panamá, desde una perspectiva comunicacional.

Las vivencias aquí, descritas, serán de un gran valor para futuros proyectos, porque resaltan el empeño de las comunicadoras entrevistadas, por promover la imagen de las mujeres con iguales posibilidades de elección que

los hombres. Y quizás, lo más relevante y valioso, es que por encima de las limitaciones, impuestas por una cultura, aún, patriarcal, es que ellas han apostado a que es posible cambiar la imagen de la mujer en los medios de comunicación. Invitamos pues a otr@s comunicadoras/es para que desarrollen todas esas iniciativas, a fin de influir en las autoridades y empresari@s responsables de programas de medios informativos para que introduzcan cambios importantes que reflejen la consecución de la plena igualdad entre hombres y mujeres.





REFLEXIONANDO SOBRE EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LA MUJER PANAMEÑA: ALGUNOS ANTECEDENTES

En la década de 1940 -época cuando se inician los primeros cursos de Periodismo en la Universidad de Panamá- el trabajo de la mujer en los medios de comunicación se limitaba, generalmente, a la redacción de las crónicas sociales.

Durante el período de 1960, todavía existía en el país un número reducido de mujeres en la profesión. Estas profesionales eran denominadas novias de los "chicos de la prensa".

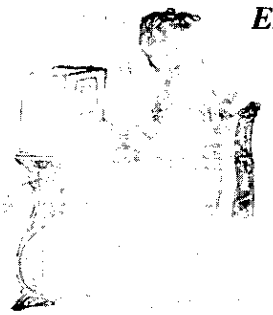
En la etapa de los sesenta, 1@s lectores/as seguían desvalorando los escritos femeninos. Éstos eran considerados de una calidad inferior.

Sin embargo, en el transcurso de los años ochenta, se observó un crecimiento importante de las mujeres matriculadas en la Universidad de Panamá. La Facultad de Comunicación Social, presentó también este incremento y en 1996, la cantidad de egresad@s por sexo fue de 109, de los cuales 88 fueron mujeres y 21 hombres. En 1997 la matrícula de las estudiantes fue superior que la de los varones.

Este aumento cuantitativo de las mujeres en la profesión venía aparejado con la calidad de sus trabajos. En efecto, estudios realizados indican que 1@s lectores visualizan que las mujeres no sólo desarrollan un trabajo de calidad periodística, sino que son, o intentan ser, más fidedignas, dignas de confianza y dedicadas.

Pero, a pesar de lo manifestado, no es suficiente el que más mujeres ingresen a trabajar en los medios de comunicación; es necesario que este avance de ellas se traduzca en mejores condiciones de vida y oportunidades sociales. En ese sentido, Norma Valle, reconocida periodista, explica las dificultades que enfrenta una periodista:

REFLEXIONANDO SOBRE EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LA MUJER PANAMEÑA: ALGUNOS ANTECEDENTES



Es probable, que uno de los peores obstáculos que ha tenido la mujer periodista en su gestión a favor de la igualdad, es la autocensura y la autoinhibición de su identidad femenina. Esta respuesta es una estrategia para sobrevivir en el mundo de los hombres. La periodista se afirma como persona neutra que se comporta, piensa, cubre, reportea y escribe como un hombre. La periodista debe minusvalorar todo lo que tiene que ver con la situación de la mujer, y cubrir la noticia de forma racional y objetiva. En los años setenta, el mejor elogio que podía hacérsele a una mujer periodista era que escribía como un hombre. A esa mujer que podía escribir como un hombre se le desexualizaba y se le aceptaba en su "club" cuya tarjeta de entrada le permitía escuchar los chistes sexistas, junto a las profundas, y no tan profundas conversaciones intelectuales de sus colegas varones. (p. 56)

El director de la revista "El Pulso", Gerardo Bolaños, señaló, en un estudio realizado en el año 1993, que las periodistas dicen sentir siempre alguna forma de discriminación en la asignación de cobertura y/o en la aceptación de sus capacidades profesionales. El mismo estudio reveló que en Centroamérica, sólo estaban activas el 17% de un total de 3,500 periodistas que figuraban en la "Guía de Medios Centroamericanos de Comunicación"; es decir, sólo 589 mujeres.

Otra investigación llevada a cabo por Ileana Gólcher con los auspicios de la UNESCO, señaló:

De más de 200 órganos de difusión estudiados en 30 países de 4 regiones, sólo 7 están dirigidos por mujeres, y en otros 7 ocupan cargos de subdirectoras. Al igual que en otras esferas de empleo, los medios de difusión abren sus puertas más rápidamente a las mujeres en posiciones intermedias que en las altas. El techo de cristal sigue siendo difícil de

romper. El acceso de la mujer a posiciones de poder en los medios de difusión sigue obstaculizada por barreras que van desde los intereses de corte familiar que heredan el poder -no necesariamente los más aptos-, hasta actitudes sexistas que separan a las mujeres de determinados oficios, acceso a misiones de trabajo, y una serie de limitantes más. (p. 1830)

Por todo lo anterior, y, fundamentalmente, por los esfuerzos y la concienciación de las mujeres, se han creado un conjunto de disposiciones normativas dirigidas a contrarrestar las distintas formas de discriminación contra la mujer que imperan en la sociedad desde hace siglos. Es así como, a nivel nacional e internacional, se han elaborado y aprobado legislaciones que no sólo benefician a las mujeres que trabajan en los medios de comunicación, en particular, sino a todas, en general. Citamos como ejemplo:

A nivel internacional

• ***La Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer. Naciones Unidas***

• ***La Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer. Convención Belém Do Pará***

-A nivel nacional

• ***El Código de la Familia***

• ***El Código de Trabajo***

• ***La Constitución Nacional***

REFLEXIONANDO SOBRE EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LA MUJER PANAMEÑA: ALGUNOS ANTECEDENTES

Particularmente, el movimiento social de mujeres de Panamá, estableció un conjunto de medidas necesarias para desplegar políticas públicas que actúen a favor de las mujeres profesionales de los medios de comunicación:

1. Desarrollar campañas mediante los medios que analicen los problemas más relevantes de la mujer.
2. Sensibilizar a l@s directiv@s, técnic@s y gremios profesionales de la comunicación, a fin de que oferten los espacios suficientes para la promoción de una imagen respetuosa de la mujer.
3. Motivar al mercado para que proyecte en sus espacios publicitarios mejores imágenes de la mujer como profesional, ama de casa, estudiante, partícipe de la vida política, cultural y social del país.
4. Capacitar a l@s cominicadores/as sociales en la perspectiva de género.
5. Desarrollar investigaciones sobre la situación profesional de las mujeres en el ejercicio de la comunicación social.
6. Divulgar sistemáticamente por los medios de comunicación los logros de la mujer en sus distintos campos de la vida cotidiana.
7. Crear medios de comunicación social alternativos que enfoquen los avances de la mujer: propagandas de radio y televisión, revistas, boletines, periódicos locales y estudiantiles.
8. Orientar a la Dirección de Medios de Comunicación Social para que haga efectiva las disposiciones jurídicas que regulan los medios y aquéllas relacionadas con el problema de la mujer.

Específicamente, en lo relacionado a las recomendaciones que se refieren a la necesidad de capacitar a las comunicadoras en la perspectiva de género, el estudio diagnóstico **Igualdad y Equidad de Género**, elaborado por el **Proyecto Mujer y Liderazgo en la Elaboración de Políticas Públicas, 1997,** presenta los señalamientos y comentarios que se desprenden del análisis:

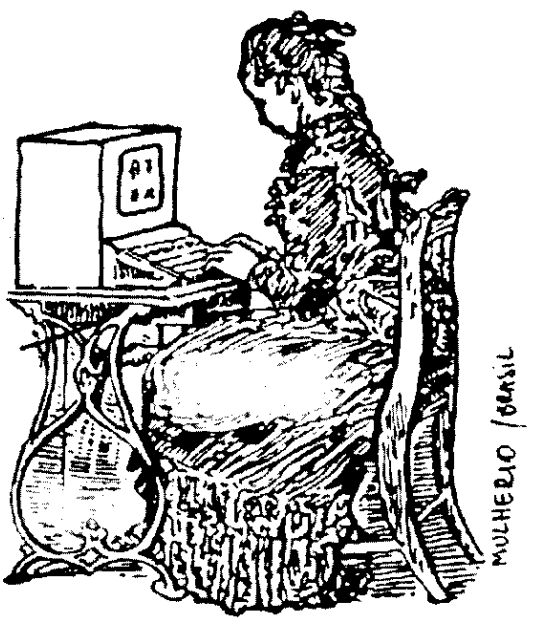
REFLEXIONANDO SOBRE EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LA MUJER PANAMEÑA: ALGUNOS ANTECEDENTES

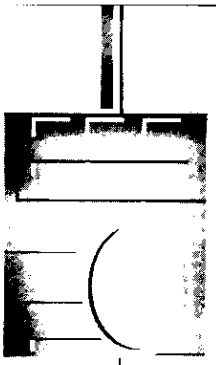
1- La discriminación contra la mujer en los medios es subliminal, las mujeres deben denunciar estos hechos.

2- Es notorio el avance e interés de un sector de mujeres profesionales de los medios, por involucrarse en un trabajo comunicacional no discriminatorio.

3- No obstante lo anterior, se hace necesario ofrecer diversas formas de capacitación con el enfoque de género para facilitarles los aportes de ellas a la comunidad.

4- Se requieren estrategias para sensibilizar y estimular a las profesionales de la comunicación: una a través de la promoción de sus trabajos y otra divulgando su realidad como mujer y comunicadora.





EXPERIENCIAS DE PROGRAMAS PARA LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LA MUJER

¿QUÉ NOS IMPULSÓ A COMUNICAR LOS DERECHOS DE LA MUJER?

Los medios de comunicación, un mundo fascinante que asociamos con imágenes glamorosas, donde la mujer es utilizada como un objeto atractivo que vende un producto o donde una bella reportera obtiene una información con sus encantos. Fue de este enfoque convencional del cual nueve mujeres panameñas, comunicadoras sociales, se atrevieron a salir. Nueve mujeres preocupadas por provocar cambios sociales reales en su entorno; por proyectar la imagen de una mujer humana, esforzada, trabajadora y dispuesta a defender sus derechos.

Ileana, por ejemplo, enfatiza que desde niña vio las condiciones que atravesaban las mujeres centroamericanas. Esos cuadros se quedaron grabados en su mente. Tal es el caso de las empleadas domésticas que trabajan sesenta o setenta horas semanales por un salario irrisorio, lo que constituye una explotación.

A Nadina le tocó crecer en un barrio en donde el problema de la mujer se repetía ***"jovencitas embarazadas, sin ninguna orientación, ya sea porque no la buscaban o porque sus padres y madres vivieron la misma situación"***.

Maribel visualizó el tema de la mujer como algo muy importante. Ese hecho la comprometió a aprovechar los medios de comunicación para proyectar la imagen de una mujer capaz, a pesar de las limitaciones y restricciones. Maribel demostró con su ejemplo el valor y la capacidad de la mujer.

María Cristina, igual que sus compañeras, piensa que los medios informativos bien usados son la mejor opción para la mujer. Se siente sensibilizada y animada para promover siempre sus derechos.

EXPERIENCIAS DE PROGRAMAS PARA LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LA MUJER

En la misma línea, Lorena se preocupó por educar e informar a las mujeres:

Me he encontrado que hay más dificultad con las mujeres, quizás por ignorancia... sentí que debíamos tener un medio que nos integrara, que nos dijera cuál es nuestro papel, cuáles son nuestros derechos.

Para Vielka F. fue de gran ayuda la asistencia a seminarios para conocer el tema de la mujer. Asevera: ***"Fui a México hace tres años a un seminario de comunicadoras, me interesó el tema y me dije que podía hacer algo."***

A Lilia siempre le llamó la atención que en nuestro país no hubiera casi programas culturales. De allí su deseo por darle un espacio a la cultura y a las letras en la radio: ***"Creo que fue más que todo motivación personal y las respuestas de l@s oyentes, lo que movió mi barco durante esos dos años y medio del programa radial".***

Luchadora incansable por la igualdad de la mujer, Cecilia siempre ha buscado la manera de que sea respetada, valorada y visibilizada. Su mismo bregar la ha llevado a incursionar en diferentes facetas de la lucha feminista, donde coincidió con mujeres que tenían el interés común de influir en la conciencia y en la formación de una nueva identidad de género que permitiera desarrollar una dinámica de trabajo diferente, más autónoma, democrática y flexible.

Vielka V. fue inspirada por el deseo personal de hacer algo en bien de las futuras generaciones para que ***"vivan mejor, en equidad"***.

En conclusión, vemos de qué manera las comunicadoras se convierten en las agentes capaces de provocar los cambios de la distorsionada visión de

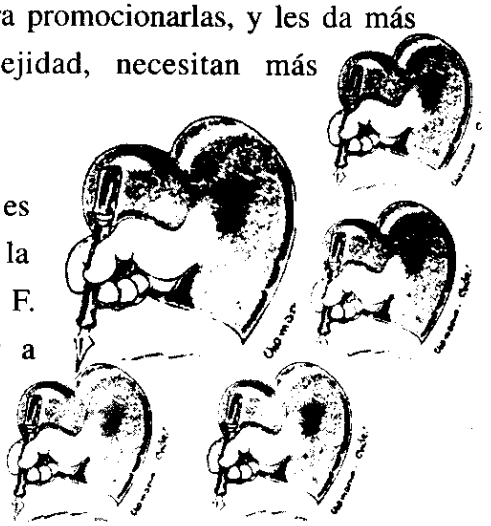
la mujer. Sus experiencias personales y sus vivencias determinarán qué vías seguirán, para acrecentar el nivel de sensibilización y compromiso social que permita continuar guiando y organizando la iniciativa del público por erradicar todo tipo de desigualdades.

ARTICULOS Y REVISTAS

La defensa de los derechos humanos es una de las tareas primordiales que llevan a cabo las comunicadoras, principalmente, a través de la prensa escrita.

Ileana aprovechó el espacio para abordar la temática del género femenino, donde, resaltó primordialmente y por medio de perfiles el papel de las mujeres panameñas y centroamericanas de todos los estratos.

La actividad periodística es variada, Lorena, ha publicado reportajes relacionados con la labor y las actividades de las mujeres en Panamá y en el mundo. También publica artículos para promocionarlas, y les da más espacio a los que, por su complejidad, necesitan más seguimiento.

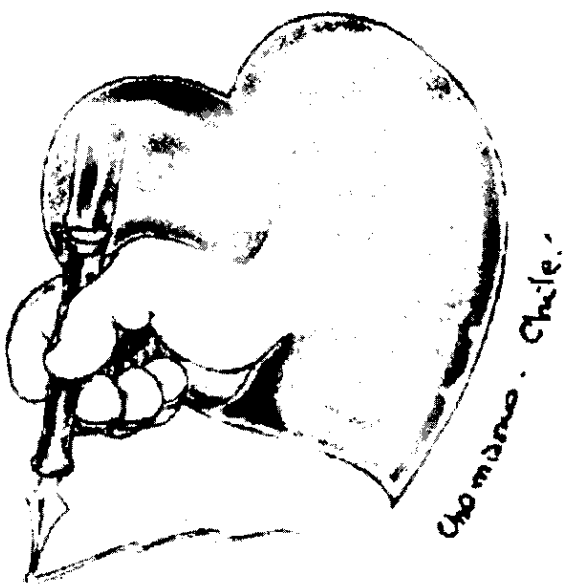


Mejorar el nivel de conocimiento es imprescindible para la profesional de la comunicación. Por ello Vielka F. aprovechó la oportunidad de asistir a seminarios en México y Ecuador. Posteriormente, en la sección "Revista" del diario "La Prensa" publicó acerca de lo aprendido sobre la perspectiva de género. Pero este tema resultó poco interesante para el público, quizás porque no lo entendían. Vielka F., trabaja ahora en la

sección "Negocios" del mismo diario donde desarrolla una temática asociada al género masculino. Allí aprovecha para entrevistar a mujeres, demostrando así que no sólo conocen de temas de niñ@s y hogar; sino que tienen la capacidad de incursionar en cualquier ámbito de la sociedad.

Pionera en la utilización de la perspectiva de género en una revista, Cecilia, explora el tema en cuatro números publicados: "La imagen de la mujer en los medios de comunicación", "Mujer, educación y desarrollo", "El trabajo doméstico" y " Mujer no llores más, es hora de actuar". Como ella misma afirma:

Con la producción de la revista MUJER HOY se logró promover el debate sobre la situación de la mujer y plantear por primera vez en la Universidad de Panamá la polémica sobre el feminismo, como propuesta alternativa de las mujeres.



EXPERIENCIAS DE PROGRAMAS PARA LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LA MUJER

ENTRE NOSOTROS

La imagen y el sonido se convierten en elementos indispensables para desarrollar campañas y programas que ayuden a reafirmar conductas positivas y ejemplares. En ese sentido, la televisión es considerada como uno de los medios que ejercen mayor influencia en los comportamientos humanos, según l@s expert@s en comunicación.

Maribel opina que aunque ENTRE NOSOTROS no era un programa televisivo que iba dirigido directamente a las mujeres, en él:

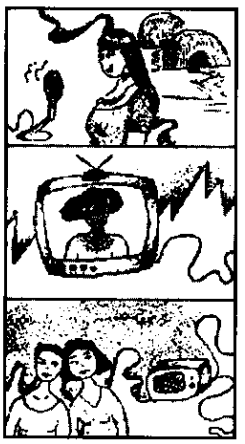
El tema de los derechos de la mujer se plantea y se discute teniendo por delante como moderadora a una mujer, el tema llevado con visión y pensamiento de mujer y siempre resaltando la óptica de nosotras las mujeres inmersas en una sociedad que está compuesta por hombres y mujeres.

Para Maribel era importante que el programa no fuera sólo de entretenimiento, ***"porque de estos ya había muchos en televisión, se necesitaba un programa de orientación, esta sociedad necesita de algún tipo de debate."***

Convencida de la necesidad de oportunidades comunicativas donde se cree conciencia sobre todos los tipos de derechos; de mujer, de l@s ciudadan@s, políticos, expresa:

La comunidad necesita espacios bien moderados, que orienten, que permitan discernir, que no solamente se lleve a la gente a que crea lo que el o la moderador/a dice, sino que con lo que ést@s presentan, el público tenga otro elemento más para pensar y decir: "debo mirar este ángulo o averiguar esto".

EXPERIENCIAS DE PROGRAMAS PARA LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LA MUJER



HOY MAS MUJER

"Pienso que el programa HOY MAS MUJER, conmigo como realizadora, fue un gran aporte a las luchas de la mujer panameña", aseveró Vielka V, considerada la comunicadora social pionera en programas de televisión con temas exclusivamente de mujeres.

Acerca del programa iniciado en 1986, Vielka V. sostiene:

Levantó un gran debate público en torno al tema de género. Alimentó también el movimiento de mujeres en Panamá pues se convirtió en el vocero de éste. Durante años pudieron llegar a este espacio las mujeres y decir lo que deseaban sin ningún problema. Sirvió en el momento de la denuncia, donde las mujeres comenzamos a expresar una serie de aspectos que nos molestaban.

REVISTA MATINAL

A pesar de los cambios en estilos de vida del panameñ@, la radio sigue siendo el medio más extendido y de mayor penetración en áreas que requieren de serios proyectos sociales. Esa relación casi personal con el público fue aprovechada por María Cristina, quien aduce:

Siempre me interesó el tema de la mujer, quizás no lo presentaba científicamente, pero cuando transmitía mi programa, todo ese tiempo estuve hablando a favor de la mujer y la familia. Desde esa época ya defendíamos a la mujer, había una María Cristina trabajando en un programa de radio dirigiéndose a la familia, a la mujer y hablando todas esas cosas que nos hacen llorar, sufrir, reír y ser mujer. Hablábamos sobre enfermedades íntimas, físicas, psíquicas; cómo nos afectan. Le decía a las mujeres que tienen derechos, aunque en realidad no conocía a fondo, la

EXPERIENCIAS DE PROGRAMAS PARA LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LA MUJER

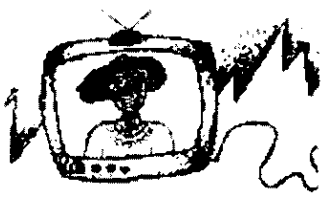
ciencia de donde me venía todo esto, toda esa inquietud y deseos de defender a este grupo de mi audiencia. Pero ahora sí lo tengo desde que entré como colaboradora a CEFA (Centro de Estudios y Capacitación Familiar).

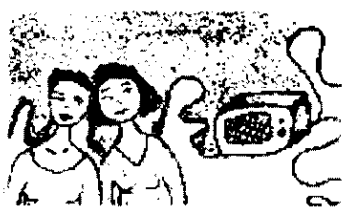
En su "Revista Matinal"* abordaba temas variados, divididos en "páginas radiales": familiar, femenina, cultural y social. Su objetivo principal era educar y orientar a través del entretenimiento, ***"pues la radio entretiene"***. Desarrollaba en esta forma una comunicación que interesaba más a la audiencia. María Cristina comprendía la diversidad cultural panameña y el poco interés por los temas educativos, de allí que empleaba una forma creativa de orientar al público.

HABLEMOS ESTA NOCHE

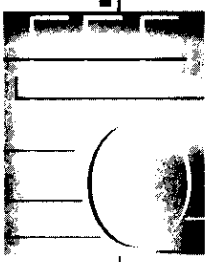
Surgió luego de conversar con varias personas sobre la necesidad de un programa que, además de servir para divulgar lo que sucedía en el mundo cultural, promoviera todo lo que tenía que ver con programas de autoayuda.

Así comenta Lilia acerca de su programa HABLEMOS ESTA NOCHE, el cual, con una hora de duración y cinco días a la semana, abarcó temas culturales con especial énfasis en la poesía, autores/as, concursos y sobre la participación libre de la audiencia a través de sus llamadas. ***Había mucho sufrimiento debido a las drogas, el alcohol y las enfermedades emocionales donde las mujeres son las primeras víctimas,*** enfatiza Lilia.





En 1998 el programa vuelve a salir al aire en una emisora de la Capital.



EXPERIENCIAS DE PROGRAMAS PARA LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LA MUJER

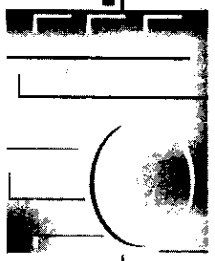
VOCES DE MUJERES

En el marco de un proyecto de comunicación alternativa promovido por el CEMP (Centro de la Mujer Panameña), surge el Programa VOCES DE MUJERES conducido por Cecilia y con la finalidad de divulgar aquellos temas e informaciones relacionadas con el quehacer de las mujeres. ***El CEMP se propuso a través de la radio, cumplir con su misión de sensibilizar y crear conciencia en la comunidad sobre las prácticas culturales que cotidianamente reproducen el sistema patriarcal que subordina, discrimina y margina a las mujeres en los distintos espacios y procesos sociopolíticos. Por otro lado, se trataba de poner la radio al servicio de las mujeres, creando un canal de comunicación alternativo que fuera accesible a las mujeres de todos los sectores sociales y que permitiera fortalecer los lazos de solidaridad y de trabajo entre nosotras orientados hacia la equidad de género y a una mayor justicia social.***

TRABAJOS DE COMUNICACION SOCIAL PARA PROMOVER UNA ONG DE MUJERES

Nadina llama la atención en el sentido de cómo una comunicadora social, sensibilizada en la promoción de la mujer, puede aportar información que contribuya el mejor funcionamiento y promoción de una organización de mujeres. Así lo manifiesta:

En una ONG en especial, de promoción a la mujer, hay que desarrollar mucha creatividad ya que en ocasiones, como se dice en el buen panameño, "hay que trabajar con las uñas". La panorámica es distinta porque trabajamos en base a donaciones o financiamiento de proyectos específicos, y no todos son de comunicación. Es una de las desventajas que veo; hay que trabajar con muy pocos recursos.

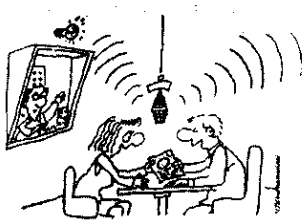


EXPERIENCIAS DE PROGRAMAS PARA LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LA MUJER

El trabajo informativo de Nadina va encaminado directamente a la mujer, ella lo afirma:

Al momento de tratar de informar o desarrollar un escrito para un periódico, se trata de dar a conocer lo que hace la Organización de manera que la mujer comprenda cuál es su papel. La información va orientada a que ella descubra las cosas nuevas que se están dando, los cambios y transformaciones en la sociedad que las benefician.

Además, la Organización tiene un segmento en un programa de radio cuya duración de una hora permite desarrollar temas relacionados con pensiones alimenticias, guarda y crianza, violencia intrafamiliar, qué hacer, a dónde ir, y otros.



también a nivel de mujeres profesionales. Como que les gusta dejar "sus cosas" muy guardadas en las gavetas, en los armarios; la luz pública como que no las atrae. No se sienten merecedoras de una página en un periódico, lo cual me preocupa.

Algo parecido experimentó Lorena:

Antes de comenzar formalmente esta línea, una como mujer se enfrenta a muchas dificultades. He tenido la oportunidad de trabajar en lugares donde la mayoría del personal es masculino. Me he encontrado que hay mayor dificultad con las mismas mujeres, a veces por ignorancia. Los hombres están más anuentes a colaborar. Algunos me dicen que cuando una mujer trabaja entre tantos hombres, todos la quieren conquistar, pero yo he laborado, a nivel personal, con mucho respeto.

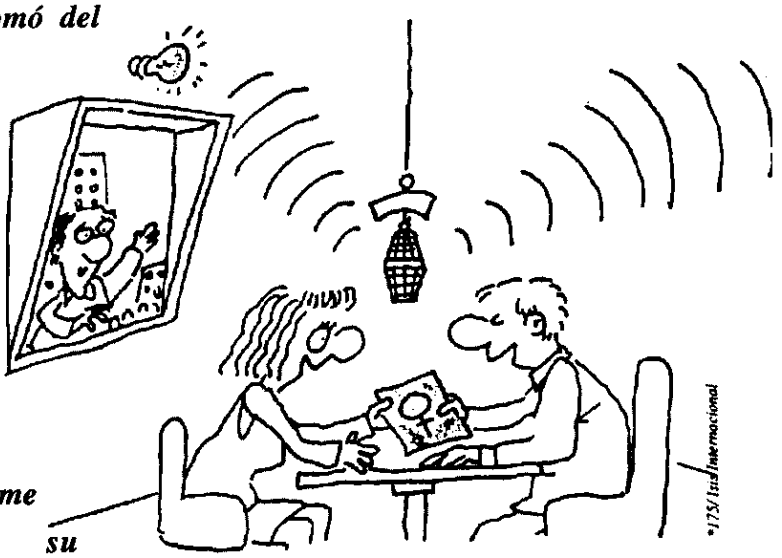
Vielka F. ha tenido inconvenientes diversos para transmitir su mensaje:

Muchas veces, como he asistido a seminarios donde se nos explicaba la perspectiva de género; cuando trataba de aplicarlo en mis escritos, no sólo mi jefa, sino los correctores rechazaban el trabajo, porque decían que en el mismo párrafo no había necesidad de hablar de las niñas y los niños, de los papás y las mamás, y otros. Esas situaciones te limitan a veces. Como l@s directiv@s no están sensibilizad@s, surge el problema ya que a la hora de presentar escritos son rechazados. Es difícil; diría que hay que capacitar a l@s directiv@s para que puedan mostrar interés en aplicar la perspectiva de género, en presentar temas de derechos de mujeres, de niñ@s. Lastimosamente, éstos no son temas de primera plana. La sección Revista del diario "La Prensa" es uno de los últimos cuadernillos del periódico, y en un periódico tan grande una persona, por lo general, no lee hasta el final.

A pesar de que Maribel pudiese sentirse satisfecha, personalmente, con

las múltiples oportunidades que ha tenido en los medios de comunicación, piensa que hay mucho camino por andar y obstáculos que sobrepasar:

Siento que las mujeres panameñas todavía estamos en una etapa muy incipiente. Me pregunto por qué no pueden haber más programas de radio como el que tengo. Esto es para que nos demos cuenta dónde están realmente esos derechos que todavía no han pasado de ser un ideal y que deben concretarse con cosas bien específicas. Si, por ejemplo, en televisión hubiese una cantidad proporcional de periodistas hombres y mujeres pudiéramos decir que se ha logrado algo. Podemos decir que en Canal 2 está de Directora Luz María Noli; pero cuando lo miramos crudamente, la situación, las estructuras que aún nos limitan, para que haya participación con equidad, son muy fuertes.

Reacciones diversas han encarado las comunicadoras que se atreven a promocionar a las mujeres. María Cristina narra:

Tengo muchas anécdotas de mis programas en relación al machismo. Recuerdo que una vez estaba en el aeropuerto despidiendo a un familiar y un señor me tomó del brazo y me dijo: "Venga acá, ¿usted es María Cristina? la que tiene el programa por Estéreo Azul, acérquese que no quiero que me oigan; a mí me gusta mucho su