



República de Panamá



PAN/B7-3010/95/100



Unión Europea

*Programa
Promoción de la Igualdad
de Oportunidades en Panamá*

**SISTEMATIZACIÓN
DE LAS EXPERIENCIAS MÁS
RELEVANTES DE SENSIBILIZACIÓN
Y COMUNICACIÓN SOCIAL**

*Logro: Se Establecen Acciones para Incorporar
la Perspectiva de Género en los Medios
Masivos de Comunicación.*

Junio 2,002

**RESUMEN EJECUTIVO DE LA INVESTIGACIÓN
SOBRE LA SISTEMATIZACIÓN DE LAS EXPERIENCIAS
MÁS RELEVANTES DE SENSIBILIZACIÓN
Y COMUNICACIÓN SOCIAL**

Consultoras Nacionales: **Myrna de Barsallo, Cristina Arrocha
y Nyra Soberón T.**

PRESENTACIÓN

El Programa Promoción de la Igualdad de Oportunidades en Panamá (PROIGUALDAD) nace como resultado del consenso entre el movimiento de mujeres y el Estado Panameño, para contribuir a la ejecución del Plan Nacional Mujer y Desarrollo, concertación que logró la firma de un Convenio de Financiación entre la Comunidad Europea y la República de Panamá en 1996. PROIGUALDAD inicia sus actividades en octubre de 1997 y su cumplimiento está previsto para octubre del año 2002.

PROIGUALDAD ha centrado sus esfuerzos, en conjunto con sus organizaciones ejecutoras, en **"Contribuir a mejorar la situación de las mujeres panameñas mediante el incremento cualitativo y cuantitativo de su participación en el desarrollo político, social y económico en igualdad de condiciones dentro de un marco democrático"**.

Esta experiencia única en Centroamérica a favor de la incorporación de la perspectiva de género en el ámbito nacional, ha combinado los esfuerzos de la Comunidad Europea, el Gobierno Panameño y Organizaciones No Gubernamentales. El **Programa Promoción de la Igualdad de Oportunidades en Panamá (PROIGUALDAD)** ha logrado fortalecer la capacidad institucional de entidades públicas y privadas, para contribuir al progreso de las mujeres panameñas.

De esta forma, luego de cinco años de ejecución se puede afirmar que **se ha completado una primera fase creando las principales condiciones para continuar en la lucha por la igualdad de oportunidades en Panamá, destacándose los siguientes logros:**

- **Las organizaciones de mujeres que participaron con PROIGUALDAD resultan fortalecidas.** Las distintas organizaciones urbanas y rurales: indígenas, campesinas y sindicales se han capacitado y sensibilizado en el tema de género y la defensa de los derechos de las mujeres. Están en capacidad de continuar en la promoción de igualdad de oportunidades.
- **Se avanza en la institucionalización de la perspectiva de género en el ámbito estatal.** Las normas legales que se han establecido, la creación del Sistema Nacional de Capacitación en Género, la incorporación de la perspectiva de género en las Estadísticas Nacionales, el fortalecimiento de las Redes de Mecanismos Gubernamentales, la dotación de herramientas para continuar esta labor, entre otros aspectos refuerzan este logro.

- **Se avanza en la incorporación de la perspectiva de género en el Sistema Educativo Panameño.** Se ha trabajado a nivel de la Educación Básica General, Alfabetización Bilingüe Intercultural, Formación Profesional y Educación Superior, dotándolas de metodologías e instrumentos para promover la equidad de género.
- **Se establecen las acciones para incorporar la perspectiva de género en los medios masivos de comunicación,** a través de la sensibilización a comunicadores/as sociales, la ejecución de una campaña a nivel nacional sobre estereotipos sexistas que logra visibilizar y sensibilizar sobre este tema, la realización de dos concursos anuales de prensa escrita "La Mujer como sujeto de información" y la producción de programas radiales para mujeres rurales y urbanas.

Es así como el presente documento refuerza uno de los logros a visibilizar en esta etapa de culminación.

Luz Mery Lasso
Codirectora Nacional

Pilar González Blanco
Codirectora Europea

I. MARCO REFERENCIAL:

El Programa Promoción de la Igualdad de Oportunidades en Panamá (PROIGUALDAD), en su fase de culminación, después de cinco años de trabajo, ha tomado la determinación de clasificar, sistematizar y visibilizar las experiencias más relevantes de uno de sus proyectos: "Sensibilización y Comunicación Social", ligadas a medios masivos y alternativos.

De acuerdo a los términos establecidos por el Programa, los resultados más

multiplicar el impacto de dichas experiencias y actividades en el campo de la comunicación social con perspectiva de género; constituirse en un legado a la sociedad panameña y contribuir a su perennidad.

El presente informe ejecutivo ha sido organizado en 3 apartados.

El primero trata sobre los objetivos, propósito de uso y metodología de la investigación, el segundo presenta los resultados más relevantes y el tercero, las recomendaciones de los actores del proceso de sistematización.

II. OBJETIVOS, PROPÓSITO DE USO Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

a. Objetivos

1. General

Crear las bases para multiplicar el impacto de las experiencias y actividades en el campo de la comunicación social con perspectiva de género promovidas por PROIGUALDAD durante sus años de ejecución.

2. Específico

Sistematizar el proceso de producción de algunas piezas trabajadas por las Organizaciones Ejecutoras (OEs) seleccionadas, incluyendo las fases posteriores (divulgación y evaluación), para que pueda ser utilizado como referencia para el desarrollo de futuras experiencias y/o como material de estudio en el medio de la comunicación social.

b. Propósito de Uso

PROIGUALDAD ofrece un material de estudio de comunicación social sobre género, a disposición de distintos actores sociales, medios de comunicación, proyectos, instituciones de enseñanza, administración pública, organizaciones sociales, ONGs, asociaciones, entre otros, con propósitos didácticos, de sensibilización y/o de difusión.

c. Metodología de la Investigación

La investigación se da en base a la modalidad de sistematización de experiencias prácticas. Desde una perspectiva general, la sistematización enfatiza la *Reconstrucción del proceso vivido* porque, además de ordenar y organizar experiencias, conoce el significado que los procesos han tenido para los actores. En este énfasis radica su mayor contribución, ya que abre espacios de reflexión que llevan al aprendizaje y por ende al mejoramiento de la práctica.

La cobertura de la investigación se delimitó en base a cuatro grandes áreas de análisis; antecedentes y aspectos de funcionamiento de la OE, aspectos relativos al enfoque y/o tema de trabajo, aspectos técnicos, aspectos relativos a la evaluación del trabajo promovido por PROIGUALDAD.

Se realizó una etapa de pre-investigación exhaustiva que incluyó el análisis de contenido, visionamiento, y audio, de todo el material (visual, grabado y/o escrito) producido por las OEs seleccionadas para la sistematización: Centro de Imagen y Sonido (CIMAS), Centro de la Mujer Panameña (CEMP), Centro de Estudios, Promoción y Asistencia Social (CEPAS), y Sindicato de Periodistas de Panamá (SIP), cuyas experiencias fueron sistematizadas.

La población estuvo compuesta por los/as representantes de las OEs. El número de representantes varió en cada caso según la disponibilidad de las personas en los diferentes momentos de tiempo en que se recogió la información.

Las fuentes de datos utilizadas fueron de carácter secundario y primario. Además del análisis del material producido, se realizaron guías de entrevistas en más de una sesión a los/as representantes de las OEs de forma individual y grupal.

Como una de las condiciones esenciales se estipuló que la recolección de la información fuera lo más participativa y abierta posible; sin escatimar el tiempo para recoger tanto las narraciones cualitativas como los datos cuantitativos.

III. RESULTADOS MÁS RELEVANTES DE LA SISTEMATIZACIÓN

Los hallazgos o resultados que se presentan a continuación fueron ordenados dentro de categorías propias o relacionadas con la experiencia de comunicar.

a. Fueron experiencias con base científica

Aunque con diferentes niveles de rigurosidad y amplitud las 4 experiencias se fundamentaron en estudios diagnósticos y/o en estudios de factibilidad y su desarrollo fue evaluado en la mayoría de los casos, de forma sistemática.

b. Relación Costo/beneficio

Aunque no se midieron los "rating" de audiencia en ninguno de los casos, la producción de las piezas resultó más barata que los costos tradicionales del mercado, bien por ser piezas de "carácter social", bien por los contactos o apoyos logrados por las OEs.

Hubo un buen nivel de posicionamiento y penetración de los mensajes por la multiplicidad y tipo de medios utilizados: radio, TV, prensa, cine y medios alternativos. Esto fue mostrado por las evaluaciones, sistematizaciones y/o estudios realizados al final de cada experiencia.

c. Se rompieron esquemas en la transmisión de mensajes

En el caso básico de la Campaña Multimedia de Sensibilización sobre Estereotipos Sexistas y los programas radiales, se demostró que "lo social no tiene por qué ser triste o aburrido".

Los mensajes de las piezas en general, fueron tratados con creatividad, en forma asertiva y asertiva sin fomentar antagonismos entre hombres y mujeres. En

términos generales, se respetó la identidad cultural panameña, con mensajes y símbolos que llegaron a los hombres y mujeres de todos los grupos sociales.

d. No privó el "especialismo".

Los equipos humanos que trabajaron en las 4 experiencias fueron equívocos en los

que prevaleció la diversidad cultural y étnica, formación académica y perspectivas ideológicas. Las personas con experiencia en medios alternativos y en medios tradicionales, se lograron acoplar alrededor de los objetivos de las nuevas experiencias.

e. Fueron experiencias "pioneras"

En los 4 casos, las OEs incursionaron en áreas de gestión nuevas a través de PROIGUALDAD. CIMAS, que ya tenía experiencia en producción de piezas tradicionales y alternativas, así como en capacitación, llevó a cabo con PROIGUALDAD el lanzamiento de una campaña multimedia de gran cobertura. Caso similar se dio con las experiencias de producción radial del CEMP y de CEPAS.

Trabajar con la perspectiva de género, en los cuatro casos se convirtió en una experiencia sin precedentes; aún cuando algunos/as miembros/as de las organizaciones conocían sobre la perspectiva de género, no habían producido piezas o productos con esta temática.

f. Fueron experiencias incluyentes

Fueron experiencias incluyentes, hacia adentro, porque en los equipos de las OEs participaron tanto hombres como mujeres y porque su metodología de trabajo era participativa y, hacia fuera, porque hicieron esfuerzos y desarrollaron estrategias por concienciar e integrar a la población meta a la experiencia, incorporando a hombres y mujeres individual y colectivamente, sectores muy sensitivos como los /las jóvenes, los/las niñas/os, y la tercera edad, grupos afines, grupos de apoyo de diferentes orígenes y metodologías; También porque transmitieron imágenes que representaban la diversidad panameña tanto étnica como cultural.

g. Propiciaron el crecimiento y el fortalecimiento institucional

Porque aún cuando tres de las organizaciones tenían estructuras formales y sistemas de trabajo, aprendieron nuevos procedimientos de planificación operativa y manejo de fondos. La experiencia con PROIGUALDAD, amplió el campo de

i. Son experiencias orientadas hacia la sostenibilidad

Por medio de diferentes expresiones como la identificación con la perspectiva de género, las OEs concluyeron su trabajo con el compromiso de darle sostenibilidad al mismo, aún con una cobertura más reducida.

j. Hubo creatividad y diversidad en la forma de transmitir los mensajes

Las modalidades bajo las cuales se transmitieron los mensajes fueron ricas en variedad y estratégicamente planeadas según la población meta. Se utilizaron multiplicidad de recursos, desde canciones, cuentos, dramatizaciones, testimonios, convivencias, talleres, rifas y recordatorios, entre otros.

La evaluación que se hizo de una de las cuñas de televisión para sensibilizar sobre qué siente la mujer frente al acoso sexual, por ejemplo, reflejó un nivel de recordación muy alto, así como una medición reactiva positiva alta que facilita que el receptor reflexione sobre el mensaje.

En el caso de los programas de radio se promovió una rica interacción entre las mujeres y el público meta.

k. Las piezas y los mensajes enriquecieron el lenguaje comunicacional en los medios tradicionales y una nueva forma de presentar la imagen de las mujeres

El lenguaje comunicacional se enriqueció al presentar los mensajes con perspectiva de género. La presentación de imágenes de las mujeres como seres humanos inteligentes y contribuyentes al desarrollo de Panamá aportó nuevas perspectivas que permiten ver a las mujeres libres de estereotipos discriminatorios.

l. Las experiencias se fundamentaron en la relación teoría práctica

En los 4 casos, los/as representantes de las OEs, reconocieron que la capacitación recibida les proporcionó la capacidad de aplicar la teoría a la práctica.

m. Las piezas tienen un carácter didáctico

Tanto las piezas producidas para los medios tradicionales como para los medios alternativos, tienen mensajes didácticos lo que permite su uso posterior más allá del nivel de sensibilización y hacia la perdurabilidad del mensaje y el uso con audiencias variadas.

n. Las piezas inciden en varios ámbitos de la vida de las mujeres

Las piezas inciden en varios ámbitos de la vida de las mujeres pero hacen énfasis en su quehacer en los espacios cotidianos y privados lo que da lugar al análisis y a la reflexión. Hay ámbitos donde también se establecen planteamientos de ambos géneros; lo que posibilita su uso como material didáctico y con varias poblaciones metas.

o. Las OEs crearon modelos organizativos propios y (o) reforzaron los existentes.

Las OEs crearon modelos organizativos propios y ágiles para desarrollar las experiencias de producción.

p. Las OEs trabajaron como modelos de producción típicos de acuerdo a la naturaleza de cada experiencia

Los programas de radio, CEPAS y el CEMP trabajaron con los modelos típicos de producción: planeación, grabación, emisión y evaluación. El Sindicato de Periodistas de Panamá produjo las piezas en base a un libreto aprobado por la Unidad de Gestión de PROIGUALDAD.

IV. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se presentan a continuación recogen los planteamientos de las OEs durante las sesiones de las entrevistas, pero son a la vez producto de sesiones de trabajo propias, talleres, convivencias, evaluaciones formales, etc, que nos llevan básicamente a una reflexión de las valoraciones y experiencias vividas, dignas de tomar en cuenta.

a. Sobre la sostenibilidad de los proyectos

-Las OEs sin excepción, plantean la conveniencia de tener en cuenta la sostenibilidad de sus trabajos desde el inicio de los proyectos. Dicha sostenibilidad, según plantea CIMAS, puede darse a través de acuerdos con el gobierno o con la sociedad civil, o como plantea el CEMP y CEPAS, a través de estrategias o mediante la creación de unidades administrativas dentro de los proyectos que trabajen desde el principio para lograr metas comunes.

b. Sobre el proceso creativo

PROIGUALDAD sembró una semilla importante necesaria para lograr la equidad entre los géneros. CIMAS confía en la capacidad de los/as panameños/as para continuar el trabajo ya iniciado.

c. Sobre el uso de las piezas

Las piezas, deben convertirse en propiedad social, para beneficio de la mayoría.

d. Sobre la sistematización de la experiencia

Es importante continuar con esta experiencia metodológica, es decir sistematizar las experiencias, para seguir aprendiendo. Al respecto, el equipo de investigación recomienda que las sistematizaciones de este tipo de experiencias, deben ser diseñadas desde el principio, ya que, hacerlo al final, corre el riesgo de que se pierda información significativa.

e. Sobre la continuidad de los proyectos de género

Todas las OEs creen que quedaron tareas pendientes por hacer.

El Sindicato de Periodistas de Panamá planteó que es necesario continuar con el proceso de capacitación y sensibilización de los dueños de medios. CIMAS planteó que, comenzar ha sido importante, pero hay mucho trabajo pendiente para penetrar en la población meta. Cree que debe darse continuidad a la campaña. CEPAS y CEMP creen que el proceso iniciado hay que consolidarlo y no perder el espacio logrado con la población meta.