



Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Educación

Construcción de estereotipos de género en los medios de comunicación social

Sistematización de experiencia de asignatura dictada en modalidad
virtual para estudiantes de Comunicación Social

TUTORA
Isabel Zerpa

AUTORA
Gerdel, Jessica
C.I. 16.668.987

Caracas, Octubre, 2012



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE EDUCACIÓN

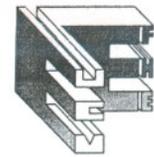


Construcción de estereotipos de género en los medios de comunicación social

Sistematización de experiencia de asignatura dictada en modalidad
virtual para estudiantes de Comunicación Social

Trabajo de grado presentado ante la Universidad Central de Venezuela para optar a
la Licenciatura en Educación, Mención Ciencias Sociales

Caracas, Octubre, 2012



VEREDICTO

Quienes suscriben, miembros del jurado designado por el Consejo de la Escuela de Educación en su sesión 1472 de fecha 13-06-2012 para evaluar el Trabajo de Licenciatura presentado por GERDEL, JESSICA, C.I. 16.668.987 bajo el Título: **CONSTRUCCIÓN DE ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para optar el Título de LICENCIADO EN EDUCACIÓN, dejan constancia de lo siguiente:

1. Hoy 22/10/2012 nos reunimos en la sede de la Escuela de Educación para que su(s) autor(es) lo defendiera(n) en forma pública.
2. Culminada la Defensa Pública del referido Trabajo de Licenciatura, conforme a lo dispuesto en el Art. 14 del "Reglamento de Trabajos de Licenciatura de las escuelas de la Facultad de Humanidades y Educación" adoptando como criterios para otorgar la calificación: rigurosidad en el razonamiento, coherencia en la exposición, claridad y pertinencia en los procesos metodológicos empleados, adecuación del sustento teórico, así como la calidad de la exposición oral y de las respuestas dadas a las preguntas formuladas por el jurado, acordamos calificarlo como:

APLAZADO

APROBADO otorgándole la mención:

SUFICIENTE DISTINGUIDO SOBRESALIENTE

3. Las razones que justifican la calificación otorgada son las siguientes: Por considerar que satisface con exceso las exigencias del componente docente. Presenta una sistematización de experiencias, que reúne óptimas condiciones en la aplicación, (que se ve) de la modalidad virtual en un tema tan amplio como el de género, en el desarrollo de una asignatura electiva para estudiantes de comunicación social.

Prof. Carlos Viso

Profa. Ocarina Castillo

Tutor. Isabel Zerpa



Facultad de Educación
Escuela de Educación
Comunicación

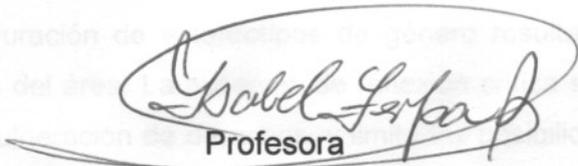
APROBACIÓN DE LA TUTORA

Quien suscribe, Profesora Isabel Zerpa, de la Universidad Central de Venezuela, adscrita a la Escuela de Educación, en mi carácter de tutora del Trabajo de Grado titulado *Construcción de estereotipos de género en los medios de comunicación social. Sistematización de experiencia de asignatura dictada en modalidad virtual para estudiantes de Comunicación Social*, realizado por la ciudadana Jessica Gerdel Camacho, C.I. 16.668.987, manifiesto que he revisado en su totalidad la versión definitiva de los ejemplares de este trabajo y certifico que se le incorporaron las observaciones y modificaciones indicadas por el jurado evaluador durante la discusión del mismo.

Resumen

En Caracas a los 29 días del mes de Octubre de 2012.

Partiendo de una sistematización de experiencias en el área de Comunicación Social, se muestra que comprender el papel de la comunicación en la configuración de estereotipos de género es imprescindible en la formación de profesionales del área. Sobre estas dinámicas se propicia desigualdades y violación de los derechos de ciudadanía desde el espacio privilegiado de la comunicación para su difusión y discusión pública, obstaculizando el avance en la generación de mecanismos que aseguren el respeto de esos derechos y promuevan valores identificados con una cultura democrática.


Profesora
Isabel Zerpa

La metodología empleada en este trabajo es cualitativa, incluyendo como técnicas de recolección de información la observación participante y la documentación sobre el tema, así como el análisis de discurso para el estudio de dicha información.

Se trata de una sistematización que permitió evaluar las experiencias y crear mecanismos para mejorar los contenidos y/o dinámicas de la asignatura, así como presentar un material sistematizado que puede servir de guía o punto de partida para otras investigaciones con propósitos similares.

Palabras clave: sistematización de experiencias, género, medios de comunicación, educación.

Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Educación
Componente Docente

**Construcción de estereotipos de género en los medios de comunicación social
Sistematización de experiencia de asignatura dictada en modalidad virtual
para estudiantes de Comunicación Social**

TUTORA: Isabel Zerpa

AUTORA: Gerdel, Jessica

Resumen

Partiendo de una sistematización de experiencia formativa con estudiantes de Comunicación Social, se muestra que comprender y visibilizar el papel de los medios de comunicación en la configuración de estereotipos de género resulta imprescindible en la formación de profesionales del área. La ausencia de reflexión crítica sobre estas dinámicas propicia desigualdades y vulneración de derechos, y limita las posibilidades de denunciarlas desde el espacio privilegiado de los medios de comunicación para su difusión y discusión pública, obstaculizando el avance en la generación de mecanismos que aseguren el respeto de esos derechos y promuevan valores identificados con una cultura democrática.

La metodología empleada en este trabajo es cualitativa, incluyendo como técnicas de recolección de información la observación participante y la documentación sobre el tema, así como el análisis de discurso para el estudio de dicha información.

Se trata de una sistematización que permitió evaluar la experiencia y crear lineamientos para mejorar los contenidos y/o dinámicas de la asignatura, así como presentar un material sistematizado que puede servir de guía o punto de partida para otras iniciativas con propósitos similares.

Palabras clave: sistematización de experiencia, género, medios de comunicación, educación.

Central University of Venezuela
Humanities and Education Faculty
School of Education

**Construction of gender stereotypes in the media
Systematization of the experience of an online course
for students of Social Communication career**

TUTOR: Isabel Zerpa

AUTHOR: Gerdel, Jessica

Abstract

Based on a systematization of educational experience with students of Social Communication career, this paper shows that understanding and visualizing the role of media in shaping gender stereotypes is essential to educate professionals on this area. The absence of critical thinking about these topics creates a favorable atmosphere for inequality and violation of rights, and limits the possibility of using the media for its diffusion and public discussion. It also hampers the development of mechanisms to guarantee these rights and values identified with a democratic culture.

The methodology used in this study is qualitative, including collection techniques as participant observation information and documentation on the issue, and discourse analysis to study the information.

This systematization allowed to evaluate the experience and create guidelines to improve its contents and/or dynamics as well as presenting a systematized material that can provide guidance or a starting point for other initiatives with similar aims.

Keywords: systematization of experience, gender, media, education.

ÍNDICE

<i>INTRODUCCIÓN</i>	1
<i>MARCO TEÓRICO</i>	5
I. El género como categoría de análisis social.....	5
· Conceptualización del enfoque de género: distinciones entre sexo, género y orientación sexual	6
· Ámbitos constitutivos del enfoque de género: simbólico, normativo, relacional, jerárquico, histórico y articulador	9
· El género como forma primaria de relaciones significantes de poder	11
· La construcción social de las identidades de género.....	14
II. Los medios de comunicación social y el enfoque de género: una lectura crítica	16
· Los medios de comunicación como parte del sistema educativo en el proceso de socialización.....	17
· La construcción mediática de feminidades, masculinidades y otras identidades	23
· La posible contribución de los medios de comunicación a una sociedad igualitaria desde la perspectiva de género	28
III. La sistematización de experiencias.....	30
<i>MARCO METODOLÓGICO</i>	33
I. Objetivos de la investigación.....	33
· Objetivo general.....	33
· Objetivos específicos.....	33
II. Delimitación espacio-temporal de la investigación.....	33

III. Fases de la investigación	34
1. <i>Vivir la experiencia como punto de partida</i>	34
2. <i>Planificación de la sistematización</i>	35
3. <i>Reconstrucción del proceso vivido</i>	36
4. <i>Reflexiones e interpretación crítica del proceso</i>	36
5. <i>Síntesis de los aprendizajes y puntos de llegada</i>	37
IV. El instrumento de investigación.....	37
FORMATO DE REGISTRO DE ACTIVIDADES	38
SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA	40
REGISTRO DE ACTIVIDADES	63
REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 1	65
REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 2	70
REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 3	74
REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 4	82
REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 5	87
REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 6	94
REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 7	96
REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 8	100
REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 9	103
REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 10.....	109
REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LAS SEMANAS 11-15.....	111
CONCLUSIONES.....	114
BIBLIOGRAFÍA	120
ANEXOS: <i>Muestra de trabajos finales de la primera edición de la asignatura</i>	124

INTRODUCCIÓN

Lejos de concebir la realidad como algo dado, previamente fijado, se entiende como una *construcción social*. Desde esa concepción, los universos simbólicos que se configuran tienen su origen en una serie de conocimientos y rutinas compartidas que llegan a naturalizarse y a aparecer ante las personas como obvias o en la forma del llamado “sentido común”. Los aspectos que se atribuyen a lo femenino y a lo masculino están implicados en esta lógica: aunque parezcan “naturales”, son producto de procesos sociohistóricos que los han ido configurando de ciertas maneras. En este proceso, los llamados “medios de comunicación social” son actores clave en la dinámica de las sociedades. Sus contenidos contribuyen a modelar modos de ver, de interpretar y de actuar.

Estos elementos, aunados a la ausencia de reflexión crítica sobre asuntos que cotidianamente son reproducidos como “naturales”, propician la perpetuación de situaciones de desigualdad y vulneración de derechos. Desde ese marco, se considera que la capacidad de identificar estas situaciones, junto con la posibilidad de efectuar su denuncia desde el espacio privilegiado de los medios de comunicación para su difusión y discusión pública, permite avanzar en la generación de mecanismos que aseguren el respeto de esos derechos y promuevan valores identificados con una cultura democrática. De allí que la incorporación de estos tópicos en la formación de profesionales de la Comunicación Social resulte pertinente y necesaria.

Son estos los motivos que orientaron la creación de la asignatura *Comunicación y Género*, ofrecida desde Octubre 2011 en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (sede Caracas), en modalidad virtual, como parte de la oferta académica de materias electivas, así como la sistematización de la experiencia con miras a mejorarla y a ofrecer un registro de

la misma, que pueda estar a disposición de otras personas interesadas en desarrollar iniciativas similares.

El **objetivo general** de este trabajo ha sido sistematizar la experiencia formativa que tuvo lugar con el primer grupo que cursó la asignatura, conformado por un grupo de 29 estudiantes de octavo, noveno y décimo semestres, durante el período semestral Octubre 2011 - Febrero 2012, con miras a revisar cómo contribuye la dinámica de los medios de comunicación social con el proceso de naturalización del género y la formación de estereotipos al respecto.

Para el logro de ese objetivo, se propusieron como **objetivos específicos** explicar el enfoque de género y su importancia en las diversas formas de comunicación humana; describir el rol de los medios de comunicación social en la construcción de estereotipos de género; explorar vías posibles para la formación de futuros profesionales de Comunicación Social con perspectiva de género; y crear lineamientos para mejorar los contenidos y/o dinámicas de la experiencia formativa sobre construcción de estereotipos de género en los medios de comunicación social, dirigida a estudiantes de dicha profesión.

De acuerdo con la definición de Oscar Jara (2006), la sistematización de experiencias es la “interpretación crítica de una o varias experiencias que, a partir de su ordenamiento y reconstrucción, descubre o explicita la lógica del proceso vivido en ellas: los factores que han intervenido en él, cómo se han relacionado entre sí y por qué lo han hecho de ese modo” (pág. 3).

La **metodología** empleada en este trabajo es cualitativa, incluyendo como técnicas de recolección de información la observación participante y la documentación sobre el tema, así como el análisis de discurso para el estudio de dicha información.

La investigación es de tipo exploratorio, ya que consiste en producir “[...] conocimientos y aprendizajes significativos desde la particularidad de las experiencias” (Ibíd: 4). Cada experiencia es única, se ubica en contextos sociales e históricos complejos y dinámicos, y las situaciones que tienen lugar en ellas son particulares e irrepetibles. Son, como indica Jara, “procesos vitales y únicos: expresan una enorme riqueza acumulada de elementos y, por lo tanto, son inéditos e irrepetibles” (Ibíd: 3).

Según su alcance temporal, este trabajo se ubica entre las investigaciones de tipo transversal, ya que se aproxima al tema en el momento dado en que se lleva a cabo la experiencia formativa.

El diseño de la investigación es descriptivo, en tanto relata la experiencia y las reflexiones que pueden desprenderse de ella. Como no emplea variables manipulables, la investigación es no experimental, y se basa fundamentalmente en las percepciones, interpretaciones, intuiciones y emociones de las personas que intervienen en la experiencia, así como en documentación que permite una mejor comprensión del tema (Ibíd). Por lo tanto, es también de tipo mixta, pues los datos se recogen de la fuente original que los produce, pero también se acude a otros estudios sobre el ámbito analizado.

Las situaciones relacionadas con el taller formativo, y con lo que sus participantes perciben y expresan en él, son observadas en su ambiente natural; de modo que, según el lugar donde se desarrolla, la investigación es de campo.

La sistematización presentada en estas páginas ha permitido evaluar la experiencia y crear lineamientos para mejorar los contenidos y/o dinámicas de la asignatura, así como presentar un material sistematizado que puede servir de guía o punto de partida para otras iniciativas con propósitos similares.

Con ese horizonte, se ha estructurado el trabajo en tres capítulos, el primero de los cuales plantea una revisión teórica básica de la perspectiva de género y su vinculación con el papel de los medios de comunicación en la sociedad, así como de la educación tanto formal como informal en el proceso de construcción social del género. El segundo capítulo refiere los aspectos metodológicos que han orientado la consecución del trabajo. Por su parte, en el tercer capítulo se expone la sistematización de experiencia como tal; a través de la aplicación de un formato de registro y análisis de cada actividad llevada a cabo en el marco de la asignatura que ha sido objeto de sistematización. La sección final, que se ha titulado “conclusiones”, presenta una síntesis de los principales aspectos abordados en el trabajo y de las ideas más relevantes al respecto, señalando también las recomendaciones más significativas que surgen del análisis con miras a mejorar futuras ediciones de la materia. En ese sentido, esta última sección no constituye una “conclusión” en el sentido literal y definitivo de la palabra, en tanto que delinea posibles aristas para continuar la reflexión, análisis y desarrollo de iniciativas similares en este campo, donde aún resta mucho por hacer y por innovar para seguir avanzando en prácticas más incluyentes y propiciatorias de la igualdad de género en nuestras sociedades.

MARCO TEÓRICO

I. El género como categoría de análisis social

En una aproximación a la categoría de *género* y las implicaciones que esta tiene en las formas de relación entre hombres y mujeres en nuestras sociedades, se encontrará que tradicionalmente dichas formas de relacionarnos y de ejercer determinados roles en la sociedad son consideradas como algo dado, algo que posee características previamente fijadas y que son “naturales”.

Esos conocimientos y rutinas compartidas llegan a naturalizarse y a aparecer ante las personas como obvias, o en la forma del llamado “sentido común”. Esto hace que las personas reproduzcan ciertas pautas de conducta atribuidas a hombres y a mujeres como si fuesen naturales y no dependieran de procesos sociales e históricos, de la forma en que somos educados y de las ideas que tengamos sobre “el deber ser” de las cosas, con lo cual muchas veces hay desigualdad en las relaciones entre hombres y mujeres, así como situaciones de discriminación y vulneración de derechos humanos (por ejemplo el de la participación en determinados ámbitos o actividades de la vida social, o los casos de violencia de género que ocurren frecuentemente en nuestras sociedades).

Una consecuencia frecuente de ese proceso de naturalización del género es la confusión presente en la sociedad al igualar los conceptos de género y sexo, y la comprensión del concepto orientación sexual. Dicha confusión se deriva de que la forma en que aprendemos las características asignadas a los roles de hombres y de mujeres, así como a las relaciones que se dan entre ellos, muestra dichas características como si la condición biológica con la que se nace determinara cómo debemos comportarnos (femeninas o masculinos) y qué personas deben atraernos sexualmente.

De allí que, en esta aproximación al género como categoría de análisis sociohistórico, resulte fundamental, en primer lugar, una aclaración conceptual respecto a lo que describe el enfoque de género y las distinciones entre los términos sexo, género y orientación sexual.

- **Conceptualización del enfoque de género: distinciones entre sexo, género y orientación sexual**

Tradicionalmente, algunas personas se refieren a los términos *género* y *sexo* como sinónimos.

[...] hasta ahora hemos entendido que lo femenino y lo masculino es una consecuencia directa de la biología, es decir del sexo que cada cuerpo desde su nacimiento (o antes debido a los avances tecnológicos) presenta a la sociedad a la cual se incorpora (Huggins, 2005: 16).

De este factor parte la consideración determinista de cuestiones como la identidad de género o la orientación sexual en términos biologicistas, sometiéndolos a confusión en repetidas ocasiones.

En el contexto de esta investigación, se estima necesaria la identificación de elementos que permitan definir estos términos en función de aquello que los distingue para poder comprenderlos en su justa dimensión.

La categoría *género* surgió, en principio, en el ámbito de las ciencias médicas, en su intento por explicar prácticas sexuales –entonces calificadas como “aberrantes”– entre los individuos. Posteriormente, fue reformulada y enriquecida por las corrientes feministas, donde se tomó la distinción entre *sexo* y *género* como móvil para denunciar las desigualdades entre hombres y mujeres, y la resultante opresión a estas últimas (Fernández, 2004).

Esta investigación comprende el *género* como construcción social e histórica. Al respecto, Magally Huggins (2005) señala que no sólo somos seres sexuados, sino portadores de cultura y de necesidades que son atravesadas por nuestras condiciones y experiencias de vida. Por lo cual se debe ir más allá del dato biológico *sexo* cuando se analiza la categoría del género, ya que esta “se desprende de manera tal que, en sus contenidos, es cada vez más social” (p. 18), haciéndose necesaria la clara distinción entre *sexo* y *género*.

Podemos juzgar si una persona es hombre o mujer apelando a la evidencia biológica. Pero,

[...] que sea masculino o femenino no puede ser juzgado de la misma manera: los criterios serán culturales, por lo tanto, diferentes según el tiempo y el lugar. El sexo debe ser admitido como constante, pero también debe admitirse la variabilidad del género. (Oakley, 1972: 16; cp. Muñoz, 2004: 17).

Lo que esta perspectiva pretende explicar es que aquellas características y actitudes que usualmente son tomadas como “atributos naturales” de los hombres y/o de las mujeres, no son necesariamente determinadas por la biología, sino que son construidas socialmente.

En esos ámbitos de discusión, lo correspondiente al *sexo* se presenta como un conjunto invariable de características biológicas y, en cierta medida, termina suponiendo que ese sexo biológico es la base natural de una asignación cultural del género, la cual determinaría las conductas y los roles que pueden ocupar hombres y mujeres en cada sociedad.

Al contrario, como señala Eva Giberti (2003), la *identidad de género* es el sentido interno, subjetivo –también llamado psicológico–, que tienen las personas de ser hombre o mujer, lo cual suele comunicarse a los demás a través de la *expresión*

de género, la cual tiene que ver con la ropa que se use, el corte de cabello, los gestos, etc.

Ser hombre o mujer, si se toma el postulado de Harold Garfinkel acerca de lo que llama “genitales culturales” (Garfinkel, 1967; cp. Fernández, 2004: 44), responde a una construcción cultural, pues la única certeza que tenemos al nacer es la del genital que viene en el conjunto. Lo demás, según este sociólogo, responde a los procesos que se conforman en la socialización.

Así, por *identidad de género* se entiende la identidad experimentada en la conciencia y en la conducta acerca del sí mismo como hombre o como mujer. Dicho de otro modo, puede señalarse que responde a la pregunta *¿quién soy?* o *¿cómo me siento?*, pues se refiere a la forma en que la persona se percibe a sí misma, más allá de su sexo biológico.

En cambio, *orientación sexual* responde a la pregunta *¿qué me gusta?* Se refiere a las preferencias de las personas en función del sexo de aquellas con quienes se relacionan sexual y afectivamente, ya sean las llamadas tendencias homoeróticas (homosexuales, gays, lésbicas), bisexuales o heterosexuales.

Estos elementos permiten reconocer la lógica funcionalista a partir de la cual se interpreta y pretende condicionar la identidad de los individuos, la cual no sólo se limita a un genital –como pretenden hacer ver los citados paradigmas- sino al complejo conjunto de elementos que constituye la persona y su presentación en la vida cotidiana, ante sí mismo, los otros y el entorno.

En síntesis, comprender la categoría *género* y los procesos a través de los cuales se construye, implica entenderla como la percepción identitaria de sí mismo de un sujeto que se considera hombre o mujer, más allá de otros elementos como su sexo (genital físico, biológico), su *orientación sexual* (gusto o preferencia por las

personas de determinado sexo), o su *expresión de género* (apariencia, vestimenta, etc.).

- **Ámbitos constitutivos del enfoque de género: simbólico, normativo, relacional, jerárquico, histórico y articulador**

Una de las primeras conclusiones que pueden desprenderse de lo explicado en el apartado anterior, y que constituye el principal aporte de los estudios de género, es que estos

[...] han demostrado que la hasta entonces sostenida inmutabilidad de los roles femeninos y masculinos producto de su origen biológico es absolutamente falsa, y que como construcción social, ésta obedece a intereses que están en la esfera macroeconómica, sociocultural y política dominantes en los diferentes momentos históricos de la sociedad. (Huggins, 2005: 21).

Desde esta perspectiva, el género es aprendido a través de una socialización diferencial que delimita las acciones e incorporación de hombres y mujeres en determinados ámbitos de la vida social, donde la tendencia general es que la mujer sea socializada para el mundo privado, doméstico; mientras el hombre es socializado para desempeñarse en el mundo público, careciendo de herramientas para desenvolverse en el ámbito privado pero sin que ello resulte una limitante para los roles a los que tiene acceso en la sociedad, en tanto que dicha tendencia también ha desvalorizado este ámbito y lo ha relegado a uno del cual “naturalmente” se ocupan las mujeres. Estas diferencias de género fungen entonces como base de una desigualdad que *jerarquiza* a lo masculino como valioso y público, y a lo femenino como doméstico y con menor valor (Ibíd.: 22).

Estas prescripciones y prohibiciones que moldean cómo vamos aprendiendo a ser mujeres u hombres a lo largo de nuestra socialización son, por supuesto, transformables en el devenir *histórico* de cada sociedad, varían entre culturas y

épocas, si bien suelen presentarse como estables y universales, con un contenido moral o *normativo*, que ordena y delimita lo que hombres y mujeres identifican como derechos, deberes, responsabilidades, anhelos y expectativas para cada uno(a), a partir de lineamientos que buscan circunscribir su acción desde lo familiar, lo educativo, lo religioso, lo legal, lo político y demás esferas de la vida social.

Se trata entonces de “[...] un ordenamiento simbólico de lo femenino y lo masculino en una lógica compleja que determina usos, prácticas, modos de estar, ser, pensar, sentir, hacer en el mundo diferentes para hombres y mujeres [...]” (Londoño, 1993; cp. Huggins, 2005: 23).

Ese ordenamiento *simbólico* se construye y expresa a través de los mitos, estereotipos, refranes populares y diversas valoraciones culturales en torno a la figura de la mujer y del hombre, a cada uno de los cuales se asigna determinada pertenencia a un ámbito con características particulares y contrapuestas (privado vs. público, dinámico vs. estático, etc.).

En dicho proceso el lenguaje es fundamental. Desde el lenguaje no sólo nos expresamos, antes pensamos, interpretamos y comprendemos el mundo a partir de él.

Las creencias que reproducen esas valoraciones y estereotipos sexistas [...] se estructuran en la sociedad y en los individuos a través del lenguaje que orienta y construye las identidades y las expectativas sobre lo que significa ser una mujer y ser un hombre, [...] los lenguajes no son neutrales en cuanto al género. (Huggins, 2005: 26-27).

De allí que se señale la importancia del uso del lenguaje como instrumento que contribuye a la transformación de dichas estructuras, en un proceso que si bien es lento, es también inherente a las sociedades, las cuales tienen un carácter dinámico.

Todos estos elementos implican que el género es también *relacional*, ya que “[...] se expresa de manera fundamental en la interacción entre los hombres y las mujeres de una sociedad [...], la socialización de un género siempre implica el aprendizaje de las pautas sociales del otro” (Ibíd.: 32). Este carácter relacional además supone su articulación con categorías como clase, religión, origen étnico, entre otras, que permiten comprender las dinámicas sociales en su debida complejidad, a partir del contexto en que les son asignadas ciertas cualidades, expectativas, etc., tanto a hombres como a mujeres.

- **El género como forma primaria de relaciones significantes de poder**

Las dinámicas mediante las cuales se construye histórica y socialmente el género permiten comprender su influencia en las dinámicas de poder existentes en la sociedad. ¿Qué roles son asignados a las mujeres y a los hombres en cada contexto social? ¿Qué grado de participación pública se permite para cada género y con cuáles ámbitos de la vida social se les identifica? A partir de preguntas como estas, resulta propicia la reflexión sobre cómo influye el género en los espacios donde hombres y mujeres ejercen poder en determinada sociedad, y cómo dichas dinámicas pueden traducirse en potenciadoras o limitantes de la participación para las personas según el género al que pertenezcan.

Comprender a la cultura como resultado de la acción humana y, a la vez, como mediación de esta, torna visible que el género

[...] funciona como una especie de “filtro” cultural con el cual se interpreta al mundo, y también como una especie de armadura con la que se constriñen las decisiones y oportunidades de las personas dependiendo de si tienen cuerpo de mujer o cuerpo de hombre [así como de la orientación sexual que manifiesten]. Todas las sociedades clasifican qué es “lo propio” de las mujeres y “lo propio” de los hombres, y desde esas ideas culturales se establecen las obligaciones sociales de cada sexo, con una serie de prohibiciones simbólicas (Lamas, 2007: 1).

El carácter articulador del género, desde el cual se le comprende en relación con el contexto social y las complejas dinámicas que en él tienen lugar, no sólo permite considerar a hombres y mujeres como categorías dinámicas y formadas históricamente, sino que también pone en el centro del análisis diversas asimetrías sociales como juegos de poder; relacionando al género con categorías como la posición social, la raza, etnia, etc. (González, 2009: 686).

[Así, suelen estructurarse] [...] las identidades básicas de hombres y mujeres de manera diferencial en el acceso a los recursos sociales y de cultura, los espacios permitidos a cada uno y los proyectos de vida válidos en el mundo social en que se desarrollan. [...] [Lo cual, muchas veces, conlleva] la exclusión de una basta (sic) proporción de la población de los espacios de toma de decisión de la vida política, social y económica. (Huggins, 2005: 38)

Comprender estas relaciones sociales en términos de juegos de poder, en lugar de concebir al poder como un elemento monolítico que uno(s) poseería(n) y otros no, permite una aproximación a las dinámicas que conllevan que los actores sociales gocen de mayor o menor acceso a los espacios de participación pública, de decisión, liderazgo y ejercicio de ciertos roles en la sociedad de la cual forman parte. Siguiendo esta noción de poder, desarrollada por Michel Foucault ([1976] 2007), encontramos que uno de los elementos que caracteriza al poder es su omnipresencia,

[...] no porque tenga el privilegio de reagruparlo todo bajo su invencible unidad, sino porque se está produciendo a cada instante, en todos los puntos, o más bien en toda relación de un punto con otro. El poder está en todas partes; no es que lo englobe todo, sino que viene de todas partes. [...] no es una institución, y no es una estructura, no es cierta potencia de la que algunos estarían dotados: es el nombre que se presta a una situación estratégica compleja en una sociedad dada. (p. 113)

En el marco de esa microfísica del poder, Foucault (Ibíd.) establece varias proposiciones que describen esta forma de comprender el poder y sus dinámicas en las relaciones sociales:

- a) que el poder no es algo que se adquiera, arranque o comparta, algo que se conserve o se deje escapar; el poder se ejerce a partir de innumerables puntos, y en el juego de relaciones móviles y no igualitarias;
- b) que las relaciones de poder no están en posición de exterioridad respecto de otros tipos de relaciones (procesos económicos, relaciones de conocimiento, relaciones sexuales), sino que son inmanentes; constituyen los efectos inmediatos de las particiones, desigualdades y desequilibrios que se producen, y, recíprocamente, son las condiciones internas de tales diferenciaciones [...];
- c) [...] que no hay, en el principio de las relaciones de poder, y como matriz general, una oposición binaria y global entre dominadores y dominados, [...] las relaciones de fuerza múltiples que se forman y actúan en los aparatos de producción, las familias, los grupos restringidos y las instituciones, sirven de soporte a amplios efectos de escisión que recorren el conjunto del cuerpo social. Éstos forman [...] una línea de fuerza general que atraviesa los enfrentamientos locales y los vincula; [...]
- d) que las relaciones de poder son a la vez intencionales y no subjetivas [...]: no hay poder que se ejerza sin una serie de miras y objetivos. Pero ello no significa que resulte de la opción o decisión de un sujeto individual; [...]
- e) que donde hay poder hay resistencia, y [...] ésta nunca está en posición de exterioridad respecto del poder. [...] [Afirmar lo contrario] sería desconocer el carácter estrictamente relacional de las relaciones de poder. [...] Dentro de ese campo de las relaciones de fuerza hay que analizar los mecanismos del poder. [...] (págs. 114-118)

El análisis de estos “mecanismos del poder” vendría dado, desde esta perspectiva, por el análisis de los *discursos*, entendiendo por estos los conjuntos de proposiciones, continuidades y contradicciones, en torno a las cuales se estructura el saber en una sociedad dada. Dicha estructuración tiene lugar a través del control, selección y redistribución de diversos procedimientos que intervienen en la

producción de los discursos; producción que tiene un carácter histórico (o, en términos de Foucault, un carácter genealógico), por el cual cada sociedad en cada época establece un conjunto de prohibiciones, exclusiones, tabúes y privilegios, que a través de juegos complejos e inestables acaban por conformar el espacio en que se ejercen múltiples relaciones de poder, de disciplinamiento del cuerpo, de modos de pensar y de actuar en dicha sociedad (Foucault, [1970] 2005).

Así, habrán de analizarse los *“focos locales” de poder-saber* (Foucault, 2007: 120), las dinámicas locales a través de las cuales los discursos articulan lo que en esa sociedad se considere admisible, aceptable, prohibido o condenable, moldeando de múltiples formas las identidades, prácticas y relaciones de los individuos que la conforman.

- **La construcción social de las identidades de género**

Desde que nacemos y durante todo nuestro desarrollo como individuos estamos insertos en un sistema social, en el cual vamos recibiendo una educación conformada por diversos elementos que van moldeando nuestras identidades. De igual forma, nuestras experiencias de vida y las informaciones a las que accedemos a través de los medios de comunicación también contribuyen a conformar nuestras personalidades y modos de entender el mundo y de actuar en él.

Retomando lo expuesto anteriormente, respecto de cómo resulta posible que los roles de hombres y mujeres y sus modos de relacionarse parezcan “naturales”, encontramos que ese proceso de “naturalización” se logra gracias a múltiples factores, tanto educativos como religiosos, históricos, políticos, etc., y muy especialmente gracias a actividades que realizamos como formas de entretenimiento sin detenernos a pensar qué aprendemos al realizarlas.

Si se toma en cuenta que la educación no es solamente la que se recibe en las escuelas, universidades y otras instituciones de educación formal, sino que está conformada por el proceso formativo que los sujetos experimentan desde todos los ámbitos de sus vidas, seguramente se notará que –por ejemplo– en los juegos que se llevan a cabo en la infancia están implícitos muchos aspectos que luego se consideran característicos de ser un hombre o una mujer, y con ello contribuyen –de modo generalmente inadvertido– a moldear las formas de comprender los roles sociales de mujeres y de hombres en cada sociedad.

[...] La interiorización del género a través de componentes afectivos y cognitivos se produce en la primera infancia que implica la asunción de pertenencia a un sexo por diferencia al otro. El género tiene pues una vertiente colectiva que presupone la adaptación de los sujetos a las expectativas (sic) de la cultura en la que ha nacido y crecido, y otra vertiente individual que consiste en cómo y en qué medida vive cada cual en su género [...]. Mientras tanto el sistema social sigue preparando a los sujetos para la conformidad psicológica y social.

El juego, en la infancia, resulta así una forma de anticipación de los roles probables a desempeñar en la adultez. El juego no sólo es un ejercicio lúdico [...] sino también un sistema de aprendizaje de normas sociales. [...] los juguetes [...] determinan en buena medida la clase del juego, y como su fabricación, distribución y venta son asunto económico-social, su influencia en la socialización que van a experimentar niñas y niños es muy significativa. (Sau, 1993: 11-12).

Del mismo modo, el aprendizaje que tiene lugar en los espacios de educación formal (por ejemplo la escuela) reproduce ciertos patrones de conducta y estándares que definen el rol que se espera ejerzan niños y niñas en su vida adulta. Al respecto, Victoria Sau (Ibíd.) explica que a pesar de que en la actualidad los contenidos enseñados a niños y niñas no están diferenciados como en épocas anteriores, en esos contenidos aparentemente iguales para cada género persisten prejuicios y estereotipos sexistas. Estos se evidencian en las ilustraciones usadas en los libros de texto, en las oraciones y ejemplos con los que se les enseña a leer y escribir, en

los enunciados de problemas matemáticos, etc., en los cuales tanto niños(as) como adultos(as) aparecen reproduciendo las categorías que socialmente han sido asignadas a lo femenino y a lo masculino, a través de la división de tareas según el sexo, que funcionan como parámetros de referencia e identificación para los niños y las niñas de lo que podrían aspirar en su vida adulta (págs. 12-13).

El propio trabajo social pasa por una *división sexual* y se clasifican las tareas y/o los puestos de trabajo en “masculinas” y “femeninas”. Esta clasificación es cultural e histórica y aunque las constituciones modernas de los países democráticos no contemplan la discriminación por el sexo, la fuerza de las cosas hace que las mujeres y hombres se vayan preparando para ir dirigiéndose a los nichos sociolaborales preestablecidos. La integración de las mujeres en trabajos tradicionalmente considerados *masculinos* [...] se va produciendo de forma continuada pero lenta. Y en el interín las mujeres pasan por diversas vicisitudes en el ámbito laboral. (Ibíd.: 43)

En ese proceso de socialización también los medios de comunicación juegan un papel crucial, contribuyendo a producir, difundir y reafirmar diversos prejuicios y estereotipos sobre cada género.

II. Los medios de comunicación social y el enfoque de género: una lectura crítica

El escenario cultural donde tienen presencia los medios de comunicación social da cuenta de un contexto donde estos, lejos de ser simples mediadores, son actores clave de la dinámica de las sociedades, pues funcionan como organizaciones complejas que trabajan con productos de una doble lógica: una material –o mercantil– y otra simbólica.

La lógica material o mercantil con la que trabajan los medios de comunicación social tiene que ver con su funcionamiento como empresas, ya que requieren tener una estructura organizativa y una dinámica de funcionamiento que les permita generar ganancias para mantenerse. Sin embargo, la lógica simbólica que poseen les da su elemento característico y en el que este trabajo centra su atención: los medios de comunicación juegan un papel importantísimo en la construcción de la realidad social. Sus contenidos contribuyen a modelar modos de ver, de interpretar y de actuar. Esta capacidad además se ve potenciada en el momento actual, en el que su extendida presencia ha llevado a que se hable incluso de *sociedades mediatizadas*, donde estos actores cuentan con capacidad para afectar en grado importante los escenarios de discusión y acción cotidianas.

De allí que, tras hacer un primer recorrido que permitiese comprender el género como categoría de análisis y su funcionamiento en nuestras sociedades, se proponga ahora profundizar la reflexión sobre la influencia de los medios de comunicación en dicho proceso.

- **Los medios de comunicación como parte del sistema educativo en el proceso de socialización**

Como se ha explicado en los apartados precedentes, las masculinidades y feminidades se van construyendo en nuestro proceso de socialización. Desde que nacemos y durante todo nuestro desarrollo como individuos estamos insertos en un sistema social, en el cual vamos recibiendo una educación conformada por diversos elementos que van moldeando nuestras identidades. Tanto nuestras experiencias de vida, como las informaciones a las que accedemos a través de los medios de comunicación social, contribuyen a conformar nuestras personalidades y modos de entender el mundo y de actuar en él.

El proceso de “naturalización” explicado en estas páginas se logra gracias a múltiples factores, tanto educativos como religiosos, históricos, políticos, culturales, etc., y muy especialmente gracias a actividades que llevamos a cabo como formas de entretenimiento sin detenernos a pensar qué aprendemos al realizarlas.

Si tomamos en cuenta que la educación no es solamente la que recibimos en las escuelas y universidades, sino que está conformada por todo el proceso formativo informal que experimentamos desde todos los ámbitos de nuestras vidas, se podrá notar que las informaciones, programas de entretenimiento, contenidos publicitarios y demás mensajes que recibimos a través de los medios de comunicación social, constituyen una gama de elementos simbólicos que van conformando nuestras identidades y la valoración que hacemos de los otros.

Este proceso suele ser inconsciente, en la medida que los medios de comunicación social ejercen un poder de tipo simbólico, al tener la capacidad de influir en nuestros modos de percibir e interpretar lo que acontece en nuestra realidad, gracias a elementos de tipo persuasivo y de carácter ideológico (en tanto que todo proceso de percepción e interpretación se halla mediado por las ideas, prenociones y experiencias previas de quien percibe e interpreta, configurando el enfoque desde el cual se producen discursos sobre lo que se concibe como real o verdadero).

[...] los medios de comunicación son mucho más persuasivos que la publicidad porque <<no hay nada tan poderoso como lo que se mira como real y objetivo, que son las noticias>> (Rivière, p. 22). Y no sólo debemos tener en cuenta la presentación de dichas noticias [...] sino incluso su selección: qué es considerado noticiable y qué no. (Segarra, 2000: 152)

En ese sentido, el papel de los medios de comunicación en la producción, transmisión y uso de la cultura en una sociedad es crucial en el modelaje de la

percepción e interpretación del mundo de las personas que la conforman y, en consecuencia, de su actuación en él.

La participación de los medios de comunicación de masas [...] en la elaboración de una representación de lo que sucede en el mundo se inicia cuando la institución mediadora, u otros agentes sociales (agencia de noticias, consejo de redacción, censores, etc.), seleccionan determinados acontecimientos para hacerlos públicos. (Serrano, 1985: 138).

Resulta evidente que los medios de comunicación social no están en capacidad de incluir en sus contenidos absolutamente todos los acontecimientos y perspectivas que tengan lugar en su espacio de cobertura, mucho menos en el mundo entero. No obstante, esa necesidad operativa de seleccionar contenidos no está exenta de influencias de diversa índole: económicas, políticas, ideológicas, culturales, religiosas, y un largo etcétera. Estos elementos, aunados al papel que la sociedad les ha asignado a los medios de comunicación social como principal fuente de información y acceso al conocimiento de lo cotidiano en diversas latitudes, los coloca como productores “[...] de un marco de referencia innovador o conservador para evaluar lo que acontece, en sus dimensiones éticas, sociales, políticas, institucionales” (Ibíd.: 139).

Para Manuel Martín Serrano (Ibíd), los medios de comunicación social afectan los procesos cognitivos de las audiencias al ofrecerles en sus relatos esos modelos de representación de lo que acontece. A esa actividad mediadora, que “[...] sirve para restaurar a nivel de las representaciones un ajuste entre los sucesos y las creencias, consonancia permanentemente deteriorada, tanto por el cambio de la realidad circundante como por la transformación de los valores” (p. 148), la define como una “tarea mitificadora” en tanto que esos relatos de los medios de comunicación social operan relacionando el acontecimiento (dimensión histórica) con la creencia (dimensión axiológica), llevando a cabo una función que también cumplen los mitos. En ello, el autor reconoce que los medios no desempeñan solos esa

función social, sino que la comparten con otras instituciones mediadoras como la familia y la escuela, si bien han ido adquiriendo un papel predominante como fuente de esas representaciones colectivas del acontecer social.

Pero dicha tarea no sólo cumple una función en la representación colectiva de lo que acontece en determinado espacio y momento histórico, sino que con ello también ejerce un importante papel en la formación de la identidad de las personas. Al respecto, John Thompson (1998) explica cómo la introducción de los medios de comunicación social en la vida de las sociedades modernas se tradujo en cambios significativos en las formas de interacción, experiencia y formación del yo.

Si se comparan los períodos previo y posterior a la introducción de estos medios en la vida social, se verá que la mayoría de las formas de interacción han sido cara a cara y que, en ese período previo de la historia humana, las tradiciones quedaban relativamente restringidas en términos de alcance geográfico, al depender de una transmisión llevada a cabo cara a cara y a partir del movimiento físico de los sujetos de un lugar a otro. Sin embargo, la creciente difusión de productos mediáticos a partir de finales del siglo XIX generó un importante impacto social, que no sólo se manifiesta en el establecimiento de nuevas redes de transmisión de información sino que presenta consecuencias más profundas en los modos de relación entre sujetos y en el proceso mismo de socialización (Ibíd.: 115-116).

[...] el desarrollo de los medios de comunicación crea *nuevas* formas de acción e interacción y *nuevos* tipos de relaciones sociales [...]. También provocan una reordenación de las pautas de interacción humana a lo largo del espacio y del tiempo [...], la interacción social se ha separado del espacio físico, lo que supone que los individuos pueden relacionarse unos con otros incluso sin compartir una ubicación espacio-temporal común [...] [y también dar] lugar al desarrollo de nuevas formas de <<acción a distancia>> [...]. (Ibíd.: 116)

A partir de esa revisión del desarrollo de los medios de comunicación en las sociedades modernas, Thompson describe el surgimiento de nuevas formas de

interacción que permiten establecer una clasificación de estas en *interacción cara a cara*, *interacción mediática* y (el nuevo tipo de interacción) la *casi-interacción mediática*.

La primera de ellas está referida a la interacción tradicional que encontramos a lo largo de toda la historia de la humanidad, donde los sujetos comparten un contexto de co-presencia y llevan a cabo una interacción dialógica que puede valerse de elementos de la comunicación no verbal.

Por su parte, la *interacción mediática* viene dada por aquellas formas de interacción a través de cartas, teléfonos, computadoras, etc., implicando el uso de medios técnicos que permiten comunicarse con personas que están distantes, lo cual constituye su principal diferencia respecto de la interacción cara a cara, pero sin dejar de ubicarla en el ámbito de una comunicación interpersonal de carácter dialógico (si bien la retroalimentación puede verse afectada por fallas en el medio utilizado para interactuar).

Lo que va a distinguir al nuevo tipo de interacción, surgido del desarrollo de los medios de comunicación en las sociedades modernas, es su cualidad de interacción incompleta, de *casi-interacción*.

[Con este término el autor se refiere] [...] al tipo de relaciones sociales establecidas por los medios de comunicación de masas. [...] [Esta casi-interacción] posee un carácter monológico e implica la producción de formas simbólicas para un número indefinido de receptores potenciales [...]. No posee el grado de reciprocidad y las especificidades interpersonales de otras formas de interacción [...]. Sin embargo, [...] es, a pesar de todo, una forma de interacción. Crea cierto tipo de situación social en la que los individuos se conectan unos con otros en un proceso de comunicación e intercambio simbólico [...] [donde sus destinatarios] están fundamentalmente implicados en recibir formas simbólicas producidas por otros a los cuales no pueden responder, pero con quienes

pueden establecer lazos de amistad, afecto o lealtad. [...] Los individuos se encuentran cada vez con mayores posibilidades de adquirir información y contenido simbólico de otras fuentes que no sean personas con las que interactúan directamente en su vida diaria. La creación y renovación de tradiciones son procesos que cada vez están más ligados al intercambio simbólico *mediático*. (Ibíd.: 118-123).

Dicho intercambio permite, entre otras cosas, que las personas dispongan de un abanico mucho mayor de opciones y materiales simbólicos a partir de los cuales construir su identidad, “[...] cada vez tienen mayor acceso a lo que podríamos describir genéricamente como <<conocimiento no local>>” (Ibíd.: 269), lo cual da cuenta del surgimiento de un *nuevo tipo de experiencia* y un *nuevo tipo de intimidad*.

Con el surgimiento de la *casi-interacción mediática*, [...] los individuos crean y establecen formas de intimidad fundamentalmente no recíprocas [...], que se extiende[n] a través del tiempo y del espacio, la[s] que subyace[n], por ejemplo, en la relación entre *fan* y *estrella*. [...] [Esta intimidad no recíproca] se encuentra libre de las obligaciones de reciprocidad características de la <<interacción cara a cara>>. Sin embargo, igualmente puede llegar a constituirse como forma de dependencia en la que los individuos dependen de otros cuya ausencia e inaccesibilidad los convierte en objeto de veneración. (Ibíd.: 270).

El *nuevo tipo de experiencia* viene dado porque, a la par del mayor grado de segregación institucional y experiencial de las sociedades modernas, “[...] el desarrollo de los *media* ha aumentado la capacidad de la gente para experimentar, a través de la <<casi-interacción *mediática*>>, fenómenos que probablemente no tendrían lugar ahí donde viven” (Ibíd.: 271). Este nuevo tipo de experiencia es denominado por el autor como *experiencia mediática*, que en conjunto con la *experiencia vivida* (esa que tiene lugar en la actividad del encuentro, tal y como la viven las personas en su vida cotidiana, en el contexto espacio-temporal inmediato en el cual transcurre su existencia) forman la identidad del individuo.

Todo ello se logra gracias al llamado *poder simbólico* de los medios de comunicación social, el cual encuentra sus condiciones de posibilidad en el proceso representativo descrito más arriba.

Permitir que la sociedad se construya como sujeto colectivo en un mundo donde los medios de comunicación social funcionan como espacio predilecto de la puesta en escena de los representantes de una sociedad, de los debates políticos y sociales que la involucran, de la participación y acceso al poder, así como de la legitimación de acciones, normas y valores, viene a ser el papel simbólico de dichos medios. Estos funcionan como un espacio donde la sociedad tiene acceso a ella misma y desde la cual se proyectan diversos hábitos, modos de vivir y pensar, valores e ideas que atraviesan a la sociedad (González de Pérez, 2007).

Los medios no tienen ninguna consistencia institucional, pero su carácter informal no les impide tener, *de facto*, un rol *estructural* en el mecanismo de nuestras sociedades; son, de hecho, actores privados pero ejercen un rol público; no poseen *a primera vista* ningún poder, en cuanto no disponen de ninguna fuerza coercitiva, pero son capaces de influenciar a los individuos, de <<hacerlos actuar>>. (Ibíd.: 84).

Al presentar una interpretación del mundo, una mirada de la sociedad sobre ella misma, los medios de comunicación contribuyen de modo muy significativo en la construcción social de la realidad que venimos describiendo, de la cual es inseparable el proceso de socialización de las personas en todos los ámbitos de su identidad, entre los que interesa particularmente analizar la identidad de género y elementos conexos que en una sociedad dan lugar a la formación de prejuicios, estereotipos, estéticas y conductas esperadas para cada grupo de población en relación con su género.

- **La construcción mediática de feminidades, masculinidades y otras identidades**

Tal como indica Marta Segarra (2000), “los medios de comunicación de masas tienen una gran responsabilidad en la construcción de nuestra identidad social, aunque sólo sea por su extraordinaria difusión” (pág. 151).

En las urbes occidentales prácticamente no existe alguien fuera de la influencia de estos medios. Incluso imaginando el caso de una persona que no lea el periódico ni vea la televisión o encienda la radio, con sólo salir a la calle recibirá el influjo de los contenidos expuestos en vallas publicitarias; podrá recibir transmisiones radiales o televisivas de modo involuntario (al estar uno de estos aparatos encendidos en un lugar público por donde esté de paso), al conocer las modas y parámetros estéticos compartidos por las personas de su entorno, etc.

Estos medios, a través de sus contenidos (series y películas, selección de la información, opinión, publicidad...) e incluso de su continente (tipos de personas preferidos en la televisión, de voces o inflexiones y acentos en la radio...), exponen unos determinados modelos de hombre –y de mujer, por supuesto– que ejercen una influencia cierta en lo que pensamos que debe ser la masculinidad [y la feminidad]. (Ibídem)

Esa influencia en lo que pensamos que debe ser la identidad de cada género se estructura en patrones de conducta esperada, así como en torno a tendencias, modas, estéticas, gustos y preferencias que son asociadas a la masculinidad y a la feminidad, que no sólo se orientan a moldear cómo debe verse o comportarse un hombre y una mujer, sino también sus gustos y preferencias tanto sexuales como laborales, familiares, de consumo, etc., permeando todos los ámbitos de la vida social.

En ello resalta el papel de la publicidad, aunque no es el único contenido mediático que ejerce significativa influencia sobre la formación de la identidad:

[...] los comportamientos y las modas; ambos son determinantes para los hábitos de consumo, que es lo que trata de potenciar, canalizar o modificar la publicidad. La que se muestra de forma patente (en forma de anuncios) se ha transformado casi en la más inocua, puesto que se recibe como *propaganda* y sus afirmaciones tajantes suelen ponerse en duda [...].

Hoy en día se insiste más en la capacidad de los medios de comunicación (muchas veces propiedad del mismo grupo de empresas que la del producto a vender) para efectuar grandiosas promociones encubiertas. (Ibíd.: 151-152).

Esas “promociones encubiertas” bien pueden estar referidas a productos (la autora utiliza como ejemplo el caso del Viagra, que sin poder ser objeto de una campaña publicitaria como tal –en tanto que sólo puede ser prescrito por un profesional– ha estado presente en los medios de comunicación), cuya inclusión en los contenidos mediáticos es intencional y planificada; o pueden también hallarse en formas más sutiles de transmisión de pautas que reafirman estereotipos a través de la reproducción de valores, costumbres, modas e interpretaciones que son mostradas y reafirmadas en la programación cotidiana de los medios de comunicación social (ya sean series de televisión, noticiarios, novelas, programas radiales, etc.).

A través de esa representación de la sociedad, los medios contribuyen de modo importante con el establecimiento de la “normalidad”: la familia “normal”, las relaciones “normales” de pareja, los roles sociales “normales” para hombres y para mujeres, el espacio o hábitat “natural” para unos y otras en el día a día... en definitiva, una serie de parámetros en función de los cuales se busca asimilar las conductas, actividades, preferencias y decisiones de las personas en una sociedad, en consonancia con lo que esta espere de ellas según el género al que pertenezcan (a lo cual, como hemos dicho, se añaden elementos como la posición social y la raza, entre otros).

[...] los medios de comunicación, y con ellos la publicidad, tienen una enorme responsabilidad en la configuración de una visión estereotipada de la mujer, de una imagen que no es coherente con la realidad de muchas sociedades en las que este colectivo alcanza ya importantes cuotas de identidad. Una imagen que atribuye roles que mantienen al hombre como ser creador, imaginativo, con poder de decisión y a la mujer como simple objeto de consumo. (Blanco, 2005: 50)

Los estereotipos encasillan a las personas en un conjunto de características, de acuerdo con las creencias compartidas por la sociedad que (re)produzca dicho estereotipo, por el mero hecho de pertenecer a un determinado grupo social (ya sea el de las mujeres, los hombres, las/os profesionales de una disciplina, las/os seguidores de cierta tendencia, los gays, las lesbianas, etc.).

[Los estereotipos de género] [...] consistirían en creencias generalizadas sobre las características que una persona posee por el hecho de ser hombre o mujer. La complejidad de los estereotipos de género ha llevado a algunos autores (Deaux y Lewis, 1984) a establecer una diferenciación entre distintas formas de estereotipia, entre las cuales hay que destacar dos, por la influencia que ejercen en la definición de las relaciones entre ambos géneros: los estereotipos de rasgo y los de rol. Los estereotipos de rasgo están basados en la creencia generalizada de que hay una serie de características psicológicas que diferencian nítidamente a hombres y mujeres. [...] En cuanto al estereotipo de rol, consiste en la creencia de que hombres y mujeres deben desempeñar diferentes roles sociales. El estereotipo de rol más extendido es el que adscribe a las mujeres la responsabilidad del trabajo doméstico y del cuidado de la familia mientras que a los hombres se les asigna la responsabilidad del trabajo remunerado. (Garrido, 2001: 327-328).

Son múltiples los contenidos mediáticos que refuerzan estos estereotipos. Tanto en los contenidos noticiosos, como en la programación de entretenimiento, están permanentemente presentes distintas representaciones de hombres y mujeres

en nuestras sociedades. En los primeros, resulta fundamental la cobertura (o ausencia de ella) de actividades llevadas a cabo por mujeres. Por ejemplo, una cobertura noticiosa que sólo dé cuenta de la participación de hombres en el ámbito público, laboral o en el desempeño de funciones políticas, proporcionará una representación de la sociedad donde la participación de la mujer en esos ámbitos queda invisibilizada, reforzando el estereotipo de la figura femenina relegada al ámbito privado, el cual se circunscribe preferentemente en el cuidado del hogar.

De igual modo, los programas de entretenimiento (novelas, series de televisión, radiales, obras de teatro, películas, etc.) también juegan un papel fundamental en la formación de estereotipos. Esta programación representa la vida misma, escenas de la cotidianidad donde los personajes se relacionan de ciertos modos, desempeñan determinadas actividades, (re)producen modas y tendencias, pautas de conducta, parámetros estéticos y toda una serie de elementos cuyo propósito es propiciar la identificación de las audiencias con lo que allí se representa (ya que de otro modo no obtendrían la receptividad necesaria para mantenerse en el aire).

De allí la importancia, tantas veces reiterada, del análisis crítico del papel que juegan los medios de comunicación social en la construcción de la sociedad y, particularmente, de la identidad de las personas que forman parte de ella. Si bien pudiera decirse en su defensa que los medios de comunicación no obligan a pensar y actuar de un modo determinado, el hecho de que su poder no sea de tipo coercitivo no implica que dicho poder no exista. Al contrario, su capacidad de ejercer un poder de tipo simbólico que tiene lugar no mediante la imposición sino gracias a la persuasión –mucho más sutil y susceptible de pasar desapercibida–, es precisamente lo que les coloca en el centro del análisis sobre la construcción de estereotipos de diversa índole (y, muy especialmente, los de género) y lo que despierta el llamado de atención sobre las potencialidades de estos medios para, en lugar de reforzar estereotipos que deriven en discriminaciones y vulneración de

derechos, incidir en la modificación de prejuicios y contribuir con la construcción de una sociedad igualitaria desde la perspectiva de género.

- **La posible contribución de los medios de comunicación a una sociedad igualitaria desde la perspectiva de género**

Comprender el papel de los medios de comunicación social en el proceso de construcción del género que se ha venido analizando, implica visibilizar cómo “[...] el significado socializador de la comunicación mediática [...] atañe de manera sobresaliente a nuestra temática de fondo [...], ya que puede señalar tanto los complejos mecanismos que impiden el cambio cultural necesario, como aquéllos que ayudan a iniciarlo” (Radl, 2001: 95).

La incorporación de esta reflexión en la formación de futuros(as) comunicadores(as) sociales resulta pertinente y necesaria, ya que al no tener una visión crítica al respecto pueden ser más proclives a reproducir las prácticas estereotipadas y discriminatorias analizadas, contribuyendo además con su reproducción y difusión a gran escala, pues al ser profesionales de la comunicación social generan mensajes dirigidos a sectores cuantitativamente considerables de población.

La premisa de la que se parte, y que conduce este trabajo, señala que la capacidad de identificar la desigualdad en las relaciones entre hombres y mujeres, así como situaciones de discriminación y vulneración de derechos humanos, junto con la posibilidad de efectuar su denuncia desde el espacio privilegiado de los medios de comunicación social para su difusión y discusión pública, permite avanzar en la generación de mecanismos que aseguren el respeto de esos derechos y promuevan valores identificados con una cultura democrática.

Tal como indica Purificación Verdes (2001) a partir de un estudio sobre la representación de mujeres y hombres en los medios en España, existe una subrepresentación de la mujer en los informativos de radio y televisión, en los grupos de colectivos entrevistados, en los protagonistas mencionados en radio, prensa y televisión; así como una sobrerrepresentación de la mujer como víctima de la violencia. No obstante, al preguntarse quién da esas noticias encuentra que en la cobertura de las mismas existe un equilibrio entre mujeres y hombres (pág. 251).

Si bien las cifras citadas por la autora corresponden al caso español, las premisas que expone comparten elementos comunes con el panorama de muchos otros países. Aunque esta tendencia ha ido modificándose paulatinamente, la variación es aún insuficiente. De acuerdo con el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (2010), para el año 2010 solamente el 24% de los sujetos noticiosos (entendiendo por estos a las personas entrevistadas o sobre quienes se habla en las noticias) fueron mujeres, cifra que para el año 1995 era del 17%. Para el caso de América Latina los porcentajes son similares: 29% en el año 2010 versus 16% en 1995 (pág. 7).

No obstante, como señala Verdes (2001), paradójicamente ese desequilibrio en la representación de mujeres y hombres en los contenidos mediáticos no necesariamente se corresponde con un desequilibrio en la participación de unos y otras en la producción de los mismos.

Si se revisa la matrícula de estudiantes de Comunicación Social en universidades venezolanas, se encontrará que existe una mayor proporción de mujeres formándose para el ejercicio de esta profesión, así como también representan una proporción significativa en el gremio de periodistas, publicistas y otras áreas de desempeño en esta disciplina.

¿Qué quiere decir esto? Una de las posibles lecturas es que la inclusión de la perspectiva de género en los medios de comunicación no es una ciencia infusa

que se realiza o deja de realizarse por el hecho de ser mujer u hombre quien interviene en la producción de la noticia, sino que la perspectiva de género es una ciencia y ha de introducirse en las universidades y en el ámbito educativo en general, para aprender a examinar y valorar lo que se ve a través de los medios. (Verdes, 2001: 252).

De lo que se trata es, en principio, de aprender a mirar y, a partir de esa nueva mirada, aprender a representar(nos). Tomar conciencia del papel de los medios de comunicación en las sociedades actuales, y del poder simbólico que ejercen, es un primer paso para el reconocimiento de la posición privilegiada en la que se hallan estos medios para propiciar un cambio cultural favorable. Ello debe, por supuesto, ir aunado a una profunda y permanente reflexión ética sobre la responsabilidad que conlleva la producción y difusión de mensajes mediáticos, en tanto que sin esa dimensión pragmática se puede correr el riesgo de simplemente sustituir unos estereotipos discriminatorios y excluyentes por otros con los mismos efectos. Es ahí donde radica la importancia medular de no sólo formar ciudadanos con sentido crítico, sino muy especialmente profesionales de la Comunicación Social conscientes del impacto de su ejercicio en las sociedades a las que transmiten sus mensajes, atentos(as) a las posibles consecuencias de su selección, interpretación y construcción de discursos en torno a lo que acontece y a los modos en que son representados tanto hombres como mujeres.

III. La sistematización de experiencias

De acuerdo con la definición de Oscar Jara (2006), la sistematización de experiencias es la “interpretación crítica de una o varias experiencias que, a partir de su ordenamiento y reconstrucción, descubre o explicita la lógica del proceso vivido en ellas: los factores que han intervenido en él, cómo se han relacionado entre sí y por qué lo han hecho de ese modo” (pág. 3).

Las primeras propuestas de sistematización de experiencias surgieron hacia principios de la década de 1980, a partir de la preocupación de profesionales que llevaban a cabo proyectos y programas con grupos sociales, orientados a contribuir con la mejora de su calidad de vida. Esta inquietud surge ante la ausencia de recuperación y comunicación de los aprendizajes de esas experiencias que, a pesar de contar con varios años de trayectoria y resultados, no estaban siendo aprovechadas en términos de intercambio y acumulación de conocimiento. Esas propuestas generaron lo que hoy conocemos como sistematización de experiencias e influyeron también en la creación de métodos de diagnóstico y planificación participativa (FAO, 2004: 15).

Estas sistematizaciones buscan producir “[...] conocimientos y aprendizajes significativos desde la particularidad de las experiencias” (Jara, 2006: 4). Cada experiencia es única, se ubica en contextos sociales e históricos complejos y dinámicos, y las situaciones que tienen lugar en ellas son particulares e irrepetibles. Son, como indica Jara, “procesos vitales y únicos: expresan una enorme riqueza acumulada de elementos y, por lo tanto, son inéditos e irrepetibles” (Ibíd.: 3).

Así, la sistematización resulta de particular utilidad como aprendizaje y punto de partida para iniciativas similares que deseen replicar sus resultados o tomarlos como ejemplo para formular nuevos proyectos. Además, es de vital importancia para toda experiencia piloto, en tanto que permite identificar los aciertos y desaciertos de su diseño e implementación, así como de los responsables de llevarla a cabo y de los participantes. Con ello, posibilita compartir una lección aprendida que puede contribuir con la mejora de prácticas de intervención, retroalimentando el sistema de planificación, seguimiento y evaluación del proyecto (FAO, 2004: 11).

Este tipo de sistematización considera las experiencias “[...] como procesos que se desarrollan en un periodo determinado, en las que intervienen diferentes actores, en un contexto económico y social, y en el marco de una institución determinada” (Ibíd.: 15).

Los principales elementos que caracterizan a la sistematización de experiencias tienen que ver, por un lado, con la idea de organizar (prácticas, ideas, conocimientos, datos, anécdotas, etc.) que inicialmente se hallan dispersos. Dicha organización va acompañada de

[...] una **reflexión crítica**, lo cual exige al equipo que hará la sistematización plantearse una serie de preguntas sobre la experiencia: ¿Qué se hizo? ¿Por qué se hizo? ¿Por qué se hizo de esa manera y no de otra? ¿Qué resultados se obtuvieron? ¿Para qué sirvieron esos resultados? ¿A quiénes sirvieron?, etc. (Ibíd.: 16).

Para lograr su objetivo de comprender integralmente y comunicar la lógica del trabajo realizado, la sistematización requiere en primera instancia la recopilación de toda la información disponible que pueda contribuir a conocer la experiencia y comprenderla. La reconstrucción de esa información apunta a reflexionar sobre la experiencia del modo en que tuvo lugar, más allá de como sus protagonistas imaginaron o hubiesen querido que se diera, lo cual permite organizar los diversos conocimientos identificables en la práctica y contrastarlos con otros modos de proceder, permitiendo así el aprendizaje de la experiencia para mejorar futuras prácticas. Posteriormente, la sistematización requerirá la divulgación de sus resultados, lo cual podrá hacerse a través de la producción de documentos, publicaciones u otros materiales comunicativos, así como mediante eventos y otras estrategias de comunicación.

Todo ello posibilita “[...] transformar la experiencia en conocimiento ordenado, fundamentado, transmisible a otros” (Ibíd.: 22), en lo cual radica el fin último de una sistematización de experiencias como generadora de conocimientos.

MARCO METODOLÓGICO

I. Objetivos de la investigación

- **Objetivo general**

Sistematizar la experiencia de desarrollo de un taller formativo dirigido a estudiantes de Comunicación Social, con miras al estudio de la construcción de estereotipos de género en los medios de comunicación social.

- **Objetivos específicos**

- a) Explicar el enfoque de género y su importancia en las diversas formas de comunicación humana.
- b) Describir el rol de los medios de comunicación social en la construcción de estereotipos de género.
- c) Explorar vías posibles para la formación de futuros profesionales de Comunicación Social con perspectiva de género.
- d) Crear los lineamientos para una experiencia formativa sobre la construcción de estereotipos de género en los medios de comunicación social, dirigida a estudiantes de Comunicación Social.

II. Delimitación espacio-temporal de la investigación

El marco de referencia descrito en las páginas precedentes es la base desde la cual se ha desarrollado una experiencia formativa con estudiantes de octavo, noveno y décimo semestres de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (Caracas), durante el período semestral Octubre 2011 - Febrero 2012,

cuya sistematización constituye el problema planteado en esta investigación, con miras a revisar cómo contribuye la dinámica de los medios de comunicación social con ese proceso de naturalización del género y con la formación de estereotipos al respecto.

La sistematización permitirá evaluar dicha experiencia y crear lineamientos para mejorar los contenidos y/o dinámicas de la experiencia formativa sobre comunicación social con perspectiva de género dirigida a estudiantes de dicha profesión, así como brindar un aporte a otras iniciativas que pudieran encontrar útil esta experiencia como guía o punto de partida.

III. Fases de la investigación

1. Vivir la experiencia como punto de partida

Toda sistematización de experiencias plantea, como punto de partida, haber vivido la experiencia. Si bien se puede contar con ayudas externas para coordinar la metodología, organizar la información u otras tareas de la sistematización; nunca los apoyos logran sustituir a las personas que han vivido la experiencia (Jara, 2006: 6).

En el caso particular de la sistematización aquí presentada, la participación en la experiencia ha sido desde el diseño y coordinación de la misma, como docente responsable de la conceptualización del programa del taller formativo, ofrecido como asignatura electiva para estudiantes de los últimos tres semestres de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB); del diseño formativo de las actividades que han permitido ofrecerlo en modalidad virtual –diseño en el cual se contó con el apoyo del equipo técnico del Centro de Estudios en Línea de la UCAB–; y del acompañamiento de la experiencia formativa como docente de la asignatura durante su desarrollo.

2. Planificación de la sistematización

De acuerdo con la tipología sugerida en el manual de la FAO (2004), la seleccionada para este proceso de sistematización es la *retrospectiva*, que se efectúa cuando la experiencia ha sido concluida (en tanto que se toma como objeto de análisis la primera edición del taller formativo, aunque la asignatura ha vuelto a ofrecerse a los estudiantes de Comunicación Social de la UCAB para el semestre Marzo-Julio 2012). La sistematización retrospectiva implica el rescate y reconstrucción de la experiencia y sus resultados buscan mejorar futuras ediciones de la misma, así como intervenciones similares (pág. 32).

La planificación de esta sistematización responde, como se ha explicado, al interés por generar conocimiento útil y aplicable en experiencias futuras de formación de profesionales de la comunicación social con perspectiva de género. Ello se considera importante porque, además de las razones esgrimidas para incorporar estos elementos en la formación de este campo profesional, en el caso de las universidades venezolanas no se encuentran estos contenidos como parte de los programas de estudio de licenciatura en Comunicación Social (con la excepción de asignaturas electivas o talleres optativos de investigación, cuyo tema se enmarque en la perspectiva de género).

En ese sentido, el *eje de sistematización* o hilo conductor (Jara, 2006: 7) precisado para esta investigación tiene que ver con el “descubrimiento” (en tanto que anteriormente desconocían el tema en cuestión), llevado a cabo por las(os) estudiantes de la primera edición del taller formativo, de la función de los medios de comunicación social en la construcción de estereotipos de género. A partir de este, resulta viable el análisis del papel de estos medios (y, por tanto, de las personas que laboran en ellos) en este campo, y de sus potencialidades en la generación de un cambio de perspectiva en las audiencias acerca de los estereotipos de género.

Las fuentes de información empleadas en la sistematización están conformadas por los materiales de la asignatura (programa, plan de clase, guía conceptual, sesiones de aprendizaje y bibliografía sugerida), así como por las asignaciones entregadas por las(os) estudiantes y los foros de discusión llevados a cabo durante su desarrollo; todo lo cual se complementa con la revisión bibliográfica de teoría sobre el tema.

De igual modo, han resultado de particular utilidad en el campo metodológico las guías de sistematización de Oscar Jara (2006), de donde se extraen las técnicas de organización de la información y el instrumento utilizado en la investigación, del cual se expondrán mayores precisiones en las páginas siguientes.

3. Reconstrucción del proceso vivido

En esta etapa se da un ordenamiento operativo a la información disponible, generalmente cronológico, permitiendo conocer aspectos de la situación inicial (tanto antes de la experiencia, aludiendo a los problemas o carencias que motivaron la misma, como al momento de comenzarla); cómo se desarrolló la misma; qué objetivos se plantearon al diseñarla y qué acciones se llevaron a cabo para lograrlos.

4. Reflexiones e interpretación crítica del proceso

El análisis e interpretación crítica de la experiencia incluye la reflexión acerca de todo lo que se ha descrito en la reconstrucción del proceso vivido, los factores que facilitaron y/o dificultaron el proceso, cuáles fueron los elementos más relevantes del mismo y qué recomendaciones para el futuro pueden desprenderse de los aciertos y desaciertos que hayan tenido lugar en la experiencia.

Para ello, se reflexiona sobre la situación final del período vivido en la experiencia, comparándola con la inicial. En esta etapa resulta igualmente importante

detenerse en la revisión de las etapas de la experiencia, y la existencia de cambios que se hayan debido realizar en la planificación; así como en los elementos clave que hayan potenciado y/o debilitado el proceso vivido en la experiencia, tanto internos (de las personas que hayan estado a cargo de ella o como participantes) como externos (institucionales, sociales, de contexto, etc.), preguntándose así por las causas de lo sucedido y procurando comprender la lógica que ha tenido la experiencia, confrontándola con los planteamientos teóricos que la han orientado.

5. Síntesis de los aprendizajes y puntos de llegada

La síntesis de los aprendizajes permite formular conclusiones y proponer recomendaciones que surgen del proceso de sistematización, las cuales pueden ser tanto teóricas como prácticas, y sirven como punto de partida para réplicas de la experiencia, nuevos aprendizajes e iniciativas similares. Estos puntos de llegada no son necesariamente definitivos, ya que todo proceso de aprendizaje es continuo, y una sistematización de experiencias puede plantear inquietudes que queden abiertas y sirvan de base a nuevas formulaciones (Jara, 2006: 8-9).

Las conclusiones y recomendaciones que se desprendan de la sistematización responden a los objetivos planteados y posibilitan observar lo que enseña la experiencia, con miras a futuras ediciones de la misma y a alternativas de implementación de otras experiencias. Para ello se presta atención no sólo a los aprendizajes previstos, sino también a los no deseados, con el fin de poder formular lecciones aprendidas. Estas pueden sugerir nuevos enfoques, métodos, recursos o estrategias; ya que las recomendaciones sobre lo que se debería hacer igual o diferente, así como las relacionadas con elementos que puedan incorporarse a las aplicaciones futuras, permiten mejorar los resultados obtenidos en la experiencia examinada.

IV. El instrumento de investigación

Para la organización de la información, se toman como referencia los modelos propuestos por Oscar Jara en su *Guía para sistematizar experiencias* (2006). Específicamente se ha seleccionado el formato de registro de actividades (pág. 10), el cual resulta de utilidad para el ordenamiento de lo realizado y el registro de las primeras impresiones al respecto. Adicionalmente, dicho formato se complementa con el plan de clase donde se exponen cronológicamente las actividades realizadas en cada sesión de aprendizaje y su vinculación con cada unidad del programa de la asignatura, así como el formato de planificación de cada sesión que fue facilitado a las(os) estudiantes como guía de trabajo para cada semana, a fin de facilitar la comprensión de la dinámica seguida en cada etapa de la experiencia sistematizada.

A continuación se reproduce lo indicado por Jara (Ibíd) respecto al formato de registro de actividades:

FORMATO DE REGISTRO DE ACTIVIDADES

Este formato está diseñado para ser llenado una vez completada cualquier actividad. Puede hacerlo de forma individual una persona, o se puede realizar como parte de un trabajo colectivo.

Nombre(s):

Proyecto/Área/ Programa/Sección:

Fecha:

1. Qué se hizo (título, tipo de actividad):

1.1 Dónde se realizó:

1.2 Quiénes y cuántas personas participaron:

1.3 Duración:

1.4 Descripción de la actividad (una página máx.):

2. Si la actividad había sido programada con anticipación:

2.1 Objetivos que se tenían planificados para ella:

2.2 Resultados alcanzados

a) Con relación a los objetivos previstos:

b) Resultados no previstos anteriormente:

3. Si la actividad no había sido programada previamente:

3.1 ¿Cómo y por qué se decidió realizar / participar en esta actividad?

3.2 Resultados alcanzados:

4. Impresiones y observaciones sobre la actividad

5. Documentos de referencia sobre esta actividad (diseños metodológicos, grabaciones, transcripciones, convocatoria, material utilizado en ella, etc.).

En tanto que todas las actividades realizadas fueron programadas con antelación, el formato a emplear para esta sistematización prescindirá del punto sugerido por Jara en el numeral 3.

SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA

En este capítulo se presenta la sistematización de la experiencia formativa llevada a cabo con el primer grupo de estudiantes de Comunicación Social que cursó la asignatura electiva Comunicación y Género, dictada en modalidad virtual en la Universidad Católica Andrés Bello durante el período Octubre 2011-Febrero 2012.

En primer lugar, se presenta el programa y el plan de clases seguido en la asignatura, los cuales permiten visualizar los contenidos abordados y el orden cronológico de todas las actividades planificadas para el semestre, relacionando cada una de ellas con las unidades de contenido a las que corresponden y los materiales bibliográficos usados como apoyo en el proceso de aprendizaje y discusión de los temas abordados. Adicionalmente, se acompañan estos documentos de planificación de actividades con una Guía Conceptual del curso, en la cual se ofrecen explicaciones sencillas sobre el propósito de cada unidad de contenido y de cada actividad, como documento de orientación inicial para los(as) estudiantes.

Seguidamente, se emplea el formato de registro de actividades seleccionado entre los sugeridos por Oscar Jara (2006), integrando la descripción de cada actividad y la reconstrucción del proceso vivido con la reflexión sobre el mismo y los aprendizajes rescatados en cada etapa de la experiencia.

Con el fin de facilitar la visualización de las actividades realizadas en cada sesión de aprendizaje y su vinculación con los objetivos planteados para cada unidad de contenidos, se incluye al inicio de cada registro el formato facilitado a los(as) estudiantes en cada oportunidad, en el cual se detallan las actividades a ser realizadas por semana y las instrucciones dadas como orientación inicial para el cumplimiento de las mismas.

Comunicación y género

Programa

Duración	16 semanas.
Dirigido a	Estudiantes regulares de pregrado como materia electiva para los semestres 8, 9 y 10 de la carrera de Comunicación Social y demás personas interesadas en la temática de género y comunicación.
Descripción General	Mediante este curso se busca propiciar entre los participantes la reflexión crítica sobre la configuración y el uso de categorías como la feminidad y la masculinidad, y sus interacciones en la comunicación humana. Las relaciones que se establecen entre los diversos grupos de personas son complejas y dinámicas; aunque parezcan “naturales”, las formas de definirnos y relacionarnos son una construcción social, producto de procesos sociohistóricos que las han ido configurando de ciertas maneras. Los medios de comunicación social juegan un papel importantísimo en esa construcción de la realidad, pues sus contenidos contribuyen a modelar modos de ver, de interpretar y de actuar.
Contexto Didáctico	Se desarrolla bajo la modalidad a mixta, con enfoque práctico: para promover el desarrollo de las competencias previstas, apoyada en tecnologías de la información y comunicación; y desde las oportunidades que ofrece la plataforma virtual, se promoverá la conformación de una comunidad de aprendizaje.

Competencias	Indicadores de evaluación
<p>1. Comprende el enfoque de género su importancia en las diversas formas de comunicación humana.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce la categoría “género”. • Diferencia el concepto de “género” de otros como “sexo” y “orientación sexual”. • Identifica los ámbitos que conforman el enfoque de género (simbólico, normativo, relacional, jerárquico, histórico, articulador). • Discute las implicaciones del género en las relaciones de poder.
<p>2. Reflexiona, desde el enfoque de género, la construcción sociohistórica de los sujetos masculinos y femeninos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comprende que el género es una construcción social e histórica. • Identifica cómo se da el proceso de aprendizaje de la feminidad y de la masculinidad en las etapas de la vida. • Identifica los mecanismos culturales que intervienen en la construcción de la identidad de género y en la configuración de los roles sociales de hombres y mujeres.
<p>3. Valora el rol de la comunicación en los procesos de construcción de feminidades y masculinidades, y su impacto en el ejercicio de la ciudadanía.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comprende el papel del lenguaje como herramienta básica de la Comunicación Social. • Discute sobre la influencia del lenguaje en las características que le asignamos a lo femenino y a lo masculino en nuestras sociedades. • Analiza el discurso utilizado en los diferentes medios de comunicación social desde la perspectiva de género. • Reflexiona críticamente sobre el papel de los medios de comunicación social en la construcción de feminidades, masculinidades, estéticas, estereotipos y prejuicios basados en género y orientación sexual. • Analiza situaciones concretas sobre los roles sociales de hombres y mujeres.
<p>4. Explora vías posibles para la incorporación del enfoque de género en el ejercicio profesional de la Comunicación Social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Manifiesta la importancia del oficio del comunicador social. • Identifica las potencialidades de la comunicación social y de las tecnologías de información y comunicación para la superación de estereotipos y discriminación por razones de género. • Aplica la perspectiva de género al ámbito de los derechos civiles y políticos. • Propone una aplicación práctica en el ejercicio de la comunicación social con los contenidos abordados en clase.

Nº Sesiones	Competencias	Unidades y temas	Bibliografía
2 semanas virtual	Comprende el enfoque de género y su importancia en las diversas formas de comunicación humana	<p>Unidad I: Enfocándonos en el género más que en el sexo.</p> <p>Temas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El género como categoría de análisis sociohistórico. 2. ¿Es lo mismo sexo, género y orientación sexual? 3. Ámbitos constitutivos del enfoque de género: simbólico, normativo, relacional, jerárquico, histórico y articulador. 4. El género como forma primaria de relaciones significativas de poder. 	<ul style="list-style-type: none"> - Foucault, Michel ([1976] 2007) El dispositivo de la sexualidad. En Historia de la sexualidad, 1. México: Siglo XXI. Págs.: 112-125. - Huggins, Magally (2005) Género, políticas públicas y promoción de la calidad de vida. Caracas: Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (Ildis). [Capítulo 1, págs.: 11-44]
2 semanas virtual	Reflexiona, desde el enfoque de género, la construcción sociohistórica de los sujetos masculinos y femeninos	<p>Unidad II: La construcción social de las identidades de género.</p> <p>Temas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Construcción y socialización de lo femenino y lo masculino: el aprendizaje de la feminidad y masculinidad en las etapas de la vida. 2. Mecanismos culturales de construcción de la identidad de género: el papel de la cultura, la historia, individuos y grupos humanos en la elaboración de las diferencias entre los roles sociales de hombres y mujeres. 	<ul style="list-style-type: none"> - Callirgos, Juan Carlos (1998) Identidad masculina y ciclo vital. En Sobre héroes y batallas. Los caminos de la identidad masculina. Lima: Escuela para el Desarrollo. Págs.: 35-68. - Sau, Victoria (1993) Ser mujer: el fin de una imagen tradicional. Barcelona: Icaria. [“La mujer en el sistema de representaciones”, págs. 59-65; “La identidad de género: El juego y la escolaridad”, págs. 11-13; “La división sexosocial del trabajo: Un fraude histórico”, págs.: 37-46]

<p>4 semanas virtual</p>	<p>Valora el rol de la comunicación en los procesos de construcción de feminidades y masculinidades, y su impacto en el ejercicio de la ciudadanía</p>	<p>Unidad III: El oficio del comunicador social y enfoque de género: una lectura crítica.</p> <p>Temas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El lenguaje como herramienta básica del comunicador social. 2. El cine como lenguaje. 3. Nuevas tecnologías: nuevos usos y espacios de comunicación, democratización de espacios y participación, redes sociales y/o comunicacionales. 4. El sexo como discurso: pornografía y prostitución. <p>Unidad IV: La construcción mediática de feminidades, masculinidades y otras máscaras.</p> <p>Temas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Las mujeres y los hombres en los mensajes mediáticos. 2. Medios de comunicación y orientaciones sexuales. 3. Estéticas de las identidades. 	<ul style="list-style-type: none"> - Arias, María Antonia (2003) Prácticas discursivas en torno a lo femenino en la Comunicación Publicitaria. En Constanza Tobío, Una nueva sociedad: Mujeres y hombres a partes iguales. Madrid: Dirección General de la Mujer de la Comunidad de Madrid. Págs.: 281-292. - Bengoechea, Mercedes (1999) Una propuesta de manual de crítica textual desde la lingüística feminista. En En femenino y en masculino, págs.: 60-67. Madrid: Instituto de la Mujer. - Calero, María Luisa (1999) Del silencio al lenguaje (perspectivas desde la otra orilla). En En femenino y en masculino, págs.: 6-11. Madrid: Instituto de la Mujer. - Goffman, Erving (1991) Los momentos y sus hombres. Texto 5: La ritualización de la femineidad. Barcelona: Paidós. Págs.: 135-168. - Sau, Victoria (1993) Ser mujer: el fin de una imagen tradicional. Barcelona: Icaria. Págs.: 49-65. - Santoro, Sonia (2007) La práctica del periodismo de género. En Sandra Chaer y Sonia Santoro (comps.), Las palabras tienen sexo. Buenos Aires: Artemisa Comunicación Editores. Págs.: 137-152. - Segarra, Marta (2000) Modelos de masculinidad y medios de comunicación. En Marta Segarra y Ángels Carabí (eds.), Nuevas masculinidades. Barcelona: Icaria. Págs.: 151-175.
--------------------------	--	---	---

<p>6 semanas (1 virtual y 5 presenciales)</p>	<p>Explora vías posibles para la incorporación del enfoque de género en el ejercicio profesional de la Comunicación Social.</p>	<p>Unidad V: Género y ciudadanía.</p> <p>Temas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los temas de género en las agendas electorales: derechos civiles y políticos, así como participación femenina. 2. La posible contribución de los medios de comunicación a una sociedad igualitaria. <p>Semana de cierre.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Entrega de propuesta comunicacional. 2. Difusión y presentación de la propuesta comunicacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fernández P., Anna M. (2008) Las mujeres en la política latinoamericana: Nuevos liderazgos, viejos obstáculos. En Nueva Sociedad, noviembre-diciembre, N° 218, págs.: 57-71. - Maffía, Diana (2007) Sujetos, política y ciudadanía. En Sandra Chaer y Sonia Santoro (comps.), Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género. Buenos Aires: Artemisa Comunicación Editores. Págs.: 15-33. - Murillo, Soledad (2001) Ciudadanas de vinilo: La (im)perfección corporal. En Blanca Muñoz (coord.), Medios de Comunicación, Mujeres y Cambio Cultural. Madrid: Dirección General de la Mujer de la Comunidad de Madrid, Consejería de Servicios Sociales. Págs.: 377-387.
---	---	---	---

Lecturas complementarias:



Unidad I: Conceptualizaciones del enfoque de género.

- Fuller, Norma (1997) La identidad de género. En Identidades masculinas. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Págs.: 17-26.
- Lamas, Marta (1999) Usos, dificultades y posibilidades de la categoría género. En Papeles de Población, julio-septiembre, número 021, págs.: 147-178. Toluca, México: Universidad Autónoma del Estado de México.

Unidad III: El oficio del comunicador social y enfoque de género: una lectura crítica / Unidad IV: La construcción mediática de feminidades, masculinidades y otras máscaras.

- Centro de Estudios de la Mujer (2009) Cuando la noticia es la violencia contra una mujer: De cómo hacer noticias sin herir en el intento. Caracas: Centro de Estudios de la Mujer, Universidad Central de Venezuela.
- Díaz D., José (2006) La i-lógica de los géneros: Metrosexuales, masculinidad y apoderamientos. En AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana, enero-febrero, año/vol. 1, número 001, págs.: 157-167. Madrid: Antropólogos Iberoamericanos en Red.
- Espina, Gioconda (2005) Violencia simbólica por razones de sexo. En Oro parece, plata no es... Sexos, géneros y orientaciones sexuales. Caracas: Gioconda Espina. Págs.: 125-136.
- García Meseguer, Alvaro (1988) El menosprecio de la mujer en el lenguaje. Lenguaje y discriminación sexual. Barcelona: Montesinos, 3ª edición. Págs.: 106-131.
- Radl Philipp, Rita (2001) Los medios de comunicación de masas y las imágenes en función del género: Sobre la influencia socializadora de la Televisión. En Blanca Muñoz (coord.), Medios de Comunicación, Mujeres y Cambio Cultural. Madrid: Dirección General de la Mujer de la Comunidad de Madrid, Consejería de Servicios Sociales. Págs.: 95-121.

Unidad V: Género y ciudadanía.

- Garretón, Manuel Antonio (1995) Democracia, ciudadanía y medios de comunicación. Un marco general. En Jesús Martín Barbero, et. al., Los medios, nuevas plazas para la democracia. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales CALANDRIA. Págs.: 97-108.
 - Chaher, Sandra (2007) Transversalización del enfoque de género. En Sandra Chaher y Sonia Santoro (comps.), Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género. Buenos Aires: Artemisa Comunicación Editores. Págs.: 125-136.
-

Comunicación y género

Plan de clase

Fechas	Unidades y temas	Actividades de aprendizaje	Recursos
<p>Sesión 1 presencial y continúa en virtual (1 semana.)</p> <p>Del 07 al 14 de octubre 2011</p>	<p>Inducción al aula virtual (Anfitriones el Centro de Estudios en Línea y tutora del curso)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentación. 2. Inducción al aula virtual. 3. Expectativas. 4. Programa del curso. 5. Plan de evaluación. 	<p>Presencial</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dinámica de presentación del grupo. 2. Presentación del programa y plan de evaluación. 3. Inducción: Aula virtual. <p>Virtual</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rally: Conformándonos en una comunidad de aprendizaje. 2. Discusión: Conociéndonos. 	<p>Lecturas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Guión del Rally. - Ideas poderosas para una comunicación en línea. <p>“Sesiones de aprendizaje → Sesión 1: inducción virtual → Recursos de la sesión → Lecturas”</p> <p>Foro: Conociéndonos.</p> <p>“ Sesiones de aprendizaje → Sesión 1: inducción virtual → Recursos de la sesión → Foros”</p>

<p>Sesión 2 (2 semanas) Virtual.</p> <p>Del 14 al 28 de octubre 2011</p>	<p>Unidad I: Enfocándonos en el género más que en el sexo.</p> <p>Temas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El género como categoría de análisis sociohistórico. 2. ¿Es lo mismo sexo, género y orientación sexual? 3. Ámbitos constitutivos del enfoque de género: simbólico, normativo, relacional, jerárquico, histórico y articulador. 4. El género como forma primaria de relaciones significativas de poder. 	<p>Semana 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Test interactivo: ¡Sexo vendo, sexo tengo! Consiste en un grupo de preguntas de autoevaluación, para conocer cómo estamos en relación con la distinción entre género, sexo y orientación sexual. 2. Discusión: La “naturalización” del género. Conversaremos acerca de lo común que puede ser el uso del concepto género como sinónimo de sexo y cómo nos parecen “naturales” los roles asignados a hombres y mujeres en la sociedad. <p>Semana 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Discusión: Género y Poder. Conversaremos sobre las relaciones de poder y el género. <p>Discusión: Aclarando dudas. Espacio para comentar las dudas en cuanto a las actividades asignadas.</p>	<p>Lecturas.</p> <p><u>Semana 1</u> Género, políticas públicas y promoción de la calidad de vida. (Huggins, M., 2005)</p> <p><u>Semana 2</u> El dispositivo de la sexualidad. (Foucault, M. [1976] 2007) “Sesiones de aprendizaje → Sesión 2 → Recursos de la sesión → Lecturas”</p> <p>Test interactivo: ¡Sexo vendo, sexo tengo! “Sesiones de aprendizaje → Sesión 2 → Recursos de la sesión → Test interactivo”</p> <p>Foro: La “naturalización” del género. Foro: Género y poder. Foro: Aclarando dudas. “Sesiones de aprendizaje → Sesión 2 → Recursos de la sesión → Foro.”</p>
--	--	--	---

<p>Sesión 3 (2 semanas) Virtual.</p> <p>Del 28 de octubre al 11 de noviembre 2011</p>	<p>Unidad II: La construcción social de las identidades de género.</p> <p>Temas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Construcción y socialización de lo femenino y lo masculino: el aprendizaje de la feminidad y masculinidad en las etapas de la vida. 2. Mecanismos culturales de construcción de la identidad de género: el papel de la cultura, la historia, individuos y grupos humanos en la elaboración de las diferencias entre los roles sociales de hombres y mujeres. 	<p>Semana 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Discusión: Nuestros queridos juguetes. ¿Consideramos que los juguetes pueden ser indicadores de lo que la sociedad espera de sus ciudadanos? ¿Ayudan a formar estereotipos de género? <p>Discusión: Nuestros queridos juguetes. Conversaremos acerca de estereotipos sobre las mujeres y los hombres en la construcción sociohistórica de lo femenino y lo masculino.</p> <p>Semana 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Ensayo: Ideas de género. Realizaremos un trabajo libre, usando lenguaje propio para sintetizar nuestra comprensión de lo discutido y la relevancia que tiene para nosotros. <p>Discusión: Aclarando dudas. Espacio para comentar las dudas en cuanto a las actividades asignadas.</p>	<p>Lecturas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ser mujer: el fin de una imagen tradicional. Sau, V. (1993). - Identidad masculina y ciclo vital. Callirgos, Juan C. (1998). - Presentación: Nuestros queridos juguetes. - Artículo: http://galindomalave.com/2011/01/07/juguetes-en-azul-y-rosa/#more-1916 <p>“Sesiones de aprendizaje → Sesión 3 → Recursos de la sesión → Lecturas”</p> <p>Foro: Nuestros queridos juguetes. Foro: Variaciones culturales. Foro: Aclarando dudas. “Sesiones de aprendizaje → Sesión 3 → Recursos de la sesión → Foro”</p> <p>Ensayo: Ideas de género. “Sesiones de aprendizaje → Sesión 3 → Recursos de la sesión → Tareas”</p>
---	--	---	--

	<p>Unidad III: El oficio del comunicador social y enfoque de género: una lectura crítica.</p> <p>Temas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El lenguaje como 	<p>Semana 1 y 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ejercicio reflexivo: ¿Sólo juego de palabras? Realizaremos un test interactivo en el que trabajaremos algunas palabras y compartiremos sobre nuestra experiencia. 2. Foro-Café: Mujer y Publicidad. 	<p>Lectura Semana 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Del silencio al lenguaje. Calero, María L. (1999). - Una propuesta de manual de crítica textual desde la lingüística feminista. Benítez, Mercedes
--	--	---	---

<p>Sesión 5 (4 semanas Virtual.)</p> <p>Del 09 de diciembre 2011 al 06 de enero 2012</p>	<p>Unidad IV: La construcción mediática de feminidades, masculinidades y otras máscaras.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Las mujeres y los hombres en los mensajes mediáticos. 2. Medios de comunicación y orientaciones sexuales. 3. Estética de las identidades. 	<p>Semana 3 y 4</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Video-Foro: “El punto” en todo esto. Analizaremos algunas escenas de películas y series de televisión. 4. Discusión: Las redes sociales, ¿el nuevo ring de la violencia de género? Analizaremos este artículo http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2010/11/101125_violencia_genero_redes_sociales_internet_facebook_mr.shtml, cuya mirada se posa en las nuevas tecnologías como espacios de participación, democratización y análisis crítico. <p>Discusión: Aclarando dudas. Espacio para comentar las dudas en cuanto a las actividades asignadas.</p>	<p>Continuación de los recursos:</p> <p>Test interactivo: ¿Sólo juego de palabras? “Sesiones de aprendizaje → Sesión 3 y 4 → Recursos de la sesión → Test interactivo”</p> <p>Lecturas de los foros.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Artículo de prensa. PDF. - Presentación: Foro-Café- Mujer y publicidad. - Manual de una esposa feliz, años 50. Documento PDF. - Artículo http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2010/11/101125_violencia_genero_redes_sociales_internet_facebook_mr.shtml - Documento: Link para video-foro. <p>“Sesiones de aprendizaje → Sesión 3 y 4 → Recursos de la sesión → Lecturas para los Foros”</p> <p>Foro-Café: Mujer y publicidad. Video-Foro: “El punto” en todo esto. Foro: Las redes sociales, ¿el nuevo ring de la violencia de género?</p> <p>Foro: Aclarando dudas. “Sesiones de aprendizaje → Sesión 3 y 4 → Recursos de la sesión → Foro”</p>
--	---	--	---

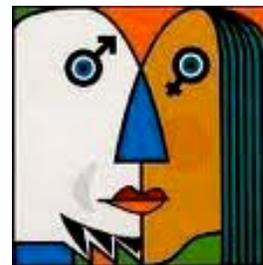
<p>Sesión 5 6 semanas (1 virtual/ 5 entre presencial y virtual.)</p> <p>Del 06 de enero al 17 de febrero 2012</p>	<p>Unidad V: Género y ciudadanía</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los temas de género en las agendas electorales: derechos civiles y políticos, participación femenina. 2. La posible contribución de los medios a una sociedad igualitaria. 	<p>Sesión virtual- 1 Semana.</p> <p>Semana 1.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Foro-Café: Género y ciudadanía. Conversaremos sobre el género y el ejercicio de la ciudadanía, y sobre cómo pueden contribuir los medios a construir una sociedad con igualdad de derechos para hombres y mujeres. <p>Sesiones entre presenciales y virtuales - 5 semanas</p> <p>Semana 2 (Actividad presencial)</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Conversatorio: El final o el comienzo. Conversaremos sobre el trabajo final que debemos realizar, además veremos algunas muestras que incentivan el cambio de pensamiento acerca del género y propondremos nuestras ideas iniciales sobre el trabajo que deseemos hacer. <p>Semana 3 y 4.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Conversatorio 2: Compartiendo nuestros avances. (Actividad presencial) Entregaremos los avances de nuestro proyecto y recibiremos feedback de nuestra tutora y compañeros. También llegaremos a acuerdos iniciales sobre la logística del evento donde expondremos nuestros proyectos. 	<p>Lecturas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las mujeres en la política latinoamericana: Nuevos liderazgos, viejos obstáculos (2008). - Sujetos, política y ciudadanía (2007). - Ciudadanas de vinilo: La (im)perfección corporal (2001) <p><i>“Sesiones de aprendizaje → Sesión 5 → Recursos de la sesión → Lecturas”</i></p> <p>Foro-Café: Género y ciudadanía. Foro: Acerca de la logística del evento. Foro: Asesoría virtual. <i>“Sesiones de aprendizaje → Sesión 5 → Recursos de la sesión → Foro”</i></p> <p>Actividades presenciales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conversatorio: El final o el comienzo. - Conversatorio 2: Compartiendo nuestros avances. - Conversatorio 3: Aterrizaje final. - Semana de cierre: Mostrando nuestros proyectos. <p><i>“Conversar con la tutora el día, hora y salón donde encontrarse”</i></p>
---	---	---	---

		<p>3. Discusión: Acerca de la logística del evento. (Actividad en línea) Este espacio virtual servirá para mantenernos comunicados sobre la planificación del evento donde expondremos nuestros proyectos.</p> <p>Semana 5.</p> <p>4. Conversatorio 3: Aterrizaje final. (Actividad presencial) Haremos la entrega final de nuestro proyecto y conversaremos sobre los últimos ajustes de logística que hagan falta para nuestra exposición, las actividades realizadas durante el curso y nuestros aprendizajes.</p> <p>5. Semana de cierre: Mostrando nuestros proyectos. (Actividad presencial) Realizaremos una exposición para la comunidad ucabista que contribuya mediante los diferentes medios utilizados promocionar la igualdad de géneros en la sociedad.</p> <p>6. Discusión: Asesoría virtual. (Actividad virtual) Espacio destinado a monitorear algunas inquietudes en cuanto al proyecto.</p>	
--	--	--	--

Comunicación y género - Guía Conceptual

Unidad I: Enfocándonos en el género más que en el sexo

- a) El género como categoría de análisis sociohistórico.
- b) ¿Es lo mismo sexo, género y orientación sexual?
- c) Ámbitos constitutivos del enfoque de género: simbólico, normativo, relacional, jerárquico, histórico y articulador.
- d) El género como forma primaria de relaciones significativas de poder.



En esta unidad haremos nuestra primera aproximación a la categoría del “género” y las implicaciones que tiene en las formas de relación entre hombres y mujeres en nuestras sociedades. Tradicionalmente, dichas formas de relacionarnos y de ejercer determinados roles en la sociedad son consideradas como algo dado, algo que posee características previamente fijadas y que son “naturales”.

Sin embargo, los roles que asociamos con lo femenino y con lo masculino son configurados socialmente, a partir de las relaciones complejas y dinámicas que se establecen entre los diversos grupos humanos. Esos conocimientos y rutinas compartidas llegan a naturalizarse y a aparecer ante las personas como obvias, o en la forma del llamado “sentido común”. Esto hace que reproduzcamos ciertas pautas de conducta atribuidas a hombres y a mujeres como si fuesen naturales y no dependieran de nuestros procesos sociales e históricos, de la forma en que somos educados y de las ideas que tengamos sobre “el deber ser” de las cosas, con lo cual muchas veces hay desigualdad en las relaciones entre hombres y mujeres, así como situaciones de discriminación y vulneración de derechos humanos (por ejemplo el

de la participación en determinados ámbitos o actividades de la vida social, o los casos de violencia de género que ocurren frecuentemente en nuestras sociedades).

En el marco de esta unidad desarrollaremos las siguientes actividades:

Test interactivo: ¡Sexo vendo, sexo tengo!

Este ejercicio consiste en un grupo de preguntas de autoevaluación, que tienen como objetivo precisar si logramos comprender los conceptos de género, sexo y orientación sexual y cómo se diferencian entre ellos.

Discusión: La “naturalización” del género.

En este foro conversaremos sobre la confusión que se da en muchos casos al igualar los conceptos de género y sexo, y sobre nuestra comprensión del concepto orientación sexual.

La forma en que hemos aprendido las características asignadas a los roles de hombres y de mujeres, así como a las relaciones que se dan entre ellos, nos muestra dichas características como si fuesen “naturales”, como si la condición biológica con la que nacemos determinara cómo debemos comportarnos (femeninas o masculinos) y qué personas deben atraernos sexualmente. En esta discusión reflexionaremos sobre estos tópicos basándonos en las lecturas de esta unidad, con la finalidad de obtener una clara comprensión de cómo se construye el género y en qué se diferencia de otras categorías como sexo y orientación sexual.

Discusión: Género y Poder.

Una vez que hemos comprendido cómo se construye histórica y socialmente el género, discutiremos sobre su influencia en las dinámicas de poder existentes en la sociedad. ¿Qué roles son asignados a las mujeres y a los hombres en cada sociedad? ¿Qué grado de participación pública se permite para cada género y con cuáles ámbitos de la vida social se les identifica? Estas y otras preguntas propician nuestra reflexión sobre cómo influye el género en los espacios de poder que pueden

tener los hombres o las mujeres en determinada sociedad, y cómo ello se traduce en potenciadores de la participación o limitantes de la misma para las personas según su género.

Discusión: Aclarando dudas.

Este espacio nos servirá para comentar las dudas que tengamos sobre las actividades asignadas.

Unidad II: La construcción social de las identidades de género.

- III. Construcción y socialización de lo femenino y lo masculino: El aprendizaje de la feminidad y masculinidad en las etapas de la vida.
- IV. Mecanismos culturales de construcción de la identidad de género: el papel de la cultura, la historia, individuos y grupos humanos en la elaboración de las diferencias entre los roles sociales de hombres y mujeres.

Continuando con nuestro proceso de comprensión del género, profundizaremos en análisis de cómo se van construyendo las masculinidades y feminidades en nuestro proceso de socialización. Desde que nacemos y durante todo nuestro desarrollo como individuos estamos insertos en un sistema social, en el cual vamos recibiendo una educación conformada por diversos elementos que van moldeando nuestras identidades. De igual forma, nuestras experiencias de vida y las informaciones a las que accedemos a través de los medios de comunicación también contribuyen a conformar nuestras personalidades y modos de entender el mundo y actuar en él.

Para lograr este objetivo, revisaremos algunos materiales bibliográficos que nos hablan de los procesos de construcción de identidades masculinas y femeninas en las distintas etapas de la vida, y discutiremos al respecto en los siguientes foros:

Discusión: Nuestros queridos juguetes.

En el proceso de reflexión que hemos recorrido hasta ahora, una pregunta que pudiera ser frecuente es ¿cómo se torna posible que los roles de hombres y mujeres y sus modos de relacionarse nos parezcan “naturales”?

Ese proceso de “naturalización” se logra gracias a múltiples factores, tanto educativos como religiosos, históricos, políticos, etc., y muy especialmente gracias a actividades que realizamos como formas de entretenimiento sin detenernos a pensar qué aprendemos al realizarlas.

Si tomamos en cuenta que la educación no es solamente la que recibimos en las escuelas y universidades, sino que está conformada por todo el proceso formativo que experimentamos desde todos los ámbitos de nuestras vidas, seguramente nos resultará muy fácil notar que en los juegos que hacemos cuando somos niños están implícitos muchos aspectos que luego consideramos característicos de ser hombres o mujeres, y con ello contribuyen -sin que lo notemos- a moldear nuestras formas de comprender los roles sociales de mujeres y de hombres en nuestra sociedad.

Este foro nos invita a reflexionar sobre preguntas como las siguientes: ¿Consideramos que los juguetes pueden ser indicadores de lo que la sociedad espera de sus ciudadanos? ¿Ayudan a formar estereotipos de género? Y a cuestionar las estructuras según las cuales consideramos que un juego debe ser realizado por niñas o por niños, así como nuestras propias experiencias en este ámbito.

Discusión: Variaciones culturales.

En este foro conversaremos acerca de estereotipos sobre las mujeres y los hombres en el proceso de construcción sociohistórica de lo femenino y lo masculino que hemos venido discutiendo, buscando aplicar esas ideas a situaciones concretas

que podamos identificar en nuestra cotidianidad. Para ello nos serán de utilidad los contenidos de este sitio web: <http://www.rostrosdemujer.org/>

Tras haber profundizado en nuestras discusiones, ahora sintetizaremos nuestra comprensión de los contenidos abordados hasta ahora escribiendo un breve ensayo:

Ensayo: Ideas de género.

Realizaremos un trabajo libre para sintetizar nuestra comprensión de lo discutido hasta ahora y si tiene alguna relevancia para nosotros. Usaremos un lenguaje propio y respetaremos las normas académicas para citar obras de otros autores al apoyarnos en materiales bibliográficos o trabajos previos sobre el tema (si tenemos dudas sobre esto podemos solicitar algunos ejemplos a nuestra tutora del curso). La extensión máxima del ensayo será de cinco (5) páginas en formato Word, y utilizaremos interlineado 1.5 y letra Times 12.

Discusión: Aclarando dudas.

Al igual que en la sesión anterior, este espacio nos servirá para comentar las dudas que tengamos sobre las actividades asignadas.

En la siguiente sesión abordaremos los contenidos de las unidades III y IV del curso, ya que están profundamente relacionados entre sí.

Unidad III: El oficio del comunicador social y enfoque de género: una lectura crítica.

- a) El lenguaje como herramienta básica del comunicador social.
- b) El cine como lenguaje.
- c) Nuevas tecnologías: nuevos usos y espacios de comunicación, democratización de espacios y participación, redes sociales y/o comunicacionales.

d) El sexo como discurso: pornografía y prostitución.

Unidad IV: La construcción mediática de feminidades, masculinidades y otras máscaras.

4. Las mujeres y los hombres en los mensajes mediáticos.

5. Medios de comunicación y orientaciones sexuales.

6. Estética de las identidades.

Estas dos unidades nos permitirán comprender el papel de los medios de comunicación en el proceso de construcción del género que hemos venido analizando.

El escenario cultural donde tienen presencia los medios de comunicación da cuenta de un contexto donde estos, lejos de ser simples mediadores, son actores clave de la dinámica de las sociedades, pues funcionan como organizaciones complejas que trabajan con productos de una doble lógica: una material -o mercantil- y otra simbólica.

La lógica material o mercantil con la que trabajan los medios de comunicación tiene que ver con su funcionamiento como empresas, ya que requieren tener una estructura organizativa y una dinámica de funcionamiento que les permita generar ganancias para mantenerse como cualquier empresa. Sin embargo, la lógica simbólica que poseen les da su elemento característico y en el que centraremos nuestra atención: los medios de comunicación juegan un papel importantísimo en la construcción de la realidad social. Sus contenidos contribuyen a modelar modos de ver, de interpretar y de actuar. Esta capacidad además se ve potenciada en el momento actual, en el que su extendida presencia ha llevado a que se hable incluso de *sociedades mediatizadas*, donde estos actores cuentan con

capacidad para afectar en grado importante los escenarios de discusión y acción cotidianas.

De allí que hayamos hecho un primer recorrido que nos permitiese comprender el género como categoría de análisis y su funcionamiento en nuestras sociedades, para ahora reflexionar sobre la influencia de los medios de comunicación en dicho proceso. La incorporación de los asuntos que hemos abordado en la formación de futuros comunicadores sociales resulta pertinente y necesaria, ya que al no tener una visión crítica al respecto estaríamos reproduciendo las prácticas estereotipadas y discriminatorias que hemos analizado, contribuyendo además con su reproducción a mayor escala pues al ser profesionales de la comunicación social generamos mensajes dirigidos a sectores considerables de población.

Estos contenidos junto con la última unidad del curso buscan hacer visible que la capacidad de identificar la desigualdad en las relaciones entre hombres y mujeres, así como situaciones de discriminación y vulneración de derechos humanos, y la posibilidad de efectuar su denuncia desde el espacio privilegiado de los medios de comunicación para su difusión y discusión pública, permite avanzar en la generación de mecanismos que aseguren el respeto de esos derechos y promuevan valores identificados con una cultura democrática.

Ejercicio reflexivo: ¿Sólo juego de palabras?

Este ejercicio reflexivo consiste en un test interactivo que realizaremos antes de leer los materiales de esta unidad. El propósito del test es plantearnos algunas palabras que pueden disparar en nosotros estereotipos de género existentes en nuestra sociedad. La idea es que al verlas pensemos en otras palabras, definiciones y/o asociaciones que nos vengan a la mente a partir de ellas. Luego revisaremos los materiales de lectura para comprender mejor la importancia del

lenguaje y su relación con los estereotipos de género, y compartiremos nuestra experiencia en el Foro.

Adicionalmente, podemos contar con el audio “Asombrosos matices del idioma español” disponible en este link: <http://www.radialistas.net/clip.php?id=1700066>, donde podemos apreciar algunos ejemplos de los estereotipos señalados.

Foro-Café: Mujer y Publicidad.

En esta actividad analizaremos diferentes ejemplos de mensajes difundidos por los medios de comunicación social para comprender cómo en algunos casos se invisibiliza la presencia de las mujeres o se utilizan contenidos que promueven estereotipos de género en la sociedad.

Video-Foro: “El punto” en todo esto.

En este caso analizaremos algunas escenas de películas y/o series de televisión con el fin de identificar contenidos que promuevan estereotipos de género y discutiremos sobre el papel que ejercen los medios de comunicación en nuestras sociedades en relación con esos elementos que hayamos identificado.

Discusión: Las redes sociales, ¿el nuevo ring de la violencia de género?

Analizaremos un artículo cuya mirada se posa en las nuevas tecnologías como espacios de participación, democratización y análisis crítico. http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2010/11/101125_violencia_genero_redes_sociales_internet_facebook_mr.shtml

Discusión: Aclarando dudas.

Al igual que en las sesiones anteriores, dispondremos de este espacio para comentar las dudas sobre las actividades asignadas.

Unidad V: Género y ciudadanía

- 1- Los temas de género en las agendas electorales: derechos civiles y políticos, así como participación femenina.
- 2- La posible contribución de los medios de comunicación a una sociedad igualitaria.

A partir de lo que hemos aprendido sobre el papel de los medios de comunicación en la construcción del género, pensaremos cómo podemos valernos de esos mismos medios para romper estereotipos y propiciar una sociedad con igualdad de derechos para hombres y mujeres.

Para ello, esta unidad nos brinda dos momentos:

Foro-Café: Género y ciudadanía.

El primer momento consistirá en una reflexión basada en la lectura sugerida para la unidad, donde conversaremos sobre el género y el ejercicio de la ciudadanía. ¿Cómo vemos el ejercicio de derechos ciudadanos en el caso de hombres y de mujeres? ¿Cómo es la participación de cada uno/a en la vida pública? ¿Qué podemos analizar al respecto en los procesos electorales que hemos vivido?

Conversatorio: El final o el comienzo / Conversatorio 2: Compartiendo nuestros avances / Discusión: Acerca de la logística del evento / Conversatorio 3: Aterrizaje final / Semana de cierre: Mostrando nuestros proyectos.

El segundo momento de la unidad está compuesto por varias etapas y es aquel donde concretaremos todo lo que hemos venido discutiendo y analizando, con el fin de plasmarlo en una propuesta concreta de cómo se puede propiciar una sociedad con igualdad de derechos para hombres y mujeres desde el ejercicio de la Comunicación Social. En ello consistirá el trabajo final de la asignatura, donde cada

participante deberá realizar un producto comunicacional que incentive el cambio de pensamiento acerca del género.

Al hablar de “producto comunicacional” nos referimos a cualquier producción que pueda ser realizada en el campo de la Comunicación Social, desde investigaciones documentales conducentes a artículos académicos hasta cortometrajes, campañas publicitarias, propagandas, piezas teatrales, etcétera. En este sentido, el campo de creación es totalmente abierto a las ideas y propuestas de cada participante, siempre que incluyan los contenidos abordados en la materia y demuestren la comprensión de los mismos.

Durante este proceso contaremos con la asesoría de nuestra tutora, tanto en el aula virtual como de modo presencial. De igual forma, tendremos entregas parciales de nuestros avances, a fin de contar con un acompañamiento que asegure los mejores resultados en nuestro trabajo final, que será expuesto en una muestra para la comunidad universitaria que organizaremos entre todos/as.

REGISTRO DE ACTIVIDADES

FORMATO FACILITADO A LAS(OS) ESTUDIANTES PARA LA SESIÓN 1

Comunicación y género

Sesión 1: Inducción virtual

Duración	1 semana.	
Módulos y temas	Inducción virtual:	Integrándome a mi comunidad de aprendizaje
Competencias a desarrollar	<p>Temas:</p> <ol style="list-style-type: none">1. El escenario virtual de aprendizaje.2. Expectativas y contribuciones al programa del curso.3. Herramientas y habilidades para la comunicación en línea. <ul style="list-style-type: none">• Conformar una comunidad de aprendizaje con los participantes de acción formativa.	

¿Qué haremos?	¿Cómo lo haremos?	Compromisos
<p>1. Rally: Conociendo mi aula virtual.</p> <p><i>Haremos un rally para explorar todo el ambiente de aprendizaje virtual que usaremos durante el curso.</i></p>	 <p>Descarguemos el primer documento de esta sesión llamado “Guión de rally” que encontraremos en: “Sesión de aprendizaje→Inducción virtual→Recursos de la sesión→Guión de rally”</p> <p>Este guión te orientará paso a paso por una serie de retos que tenemos que cumplir para desarrollar con éxito nuestra primera actividad de inducción y apropiación del curso.</p> <p>Al final de la actividad habremos experimentado: Las principales herramientas para la formación desde el aula virtual. Habilidades para la comunicación en línea.</p>	<p>- Cumplimiento de los cinco (5) retos del Rally: creación de la página personal, impresiones sobre el programa del curso, presentación ante el grupo y principios de la comunicación en línea.</p>
<p>2. Discusión: Conociéndonos.</p> <p><i>Conversaremos sobre las actividades de inicio.</i></p>	 <p>En este espacio conversaremos sobre quiénes somos, qué sabemos de esta modalidad de estudio y cómo nos fue durante las actividades a realizar en el Rally.</p> <p>Para participar en la discusión, sigamos la ruta: “Sesión de aprendizaje→Inducción virtual→Recursos de la sesión→Discusión: Conociéndonos”</p>	<p>- Participación activa en el foro: <i>Conociéndonos.</i></p>

REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 1

Nombre: Jessica Gerdel

Proyecto/Área/ Programa/Sección: Asignatura Comunicación y Género, Escuela de Comunicación Social, Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

Fecha: Del 7 al 14 de Octubre de 2011.

1. Qué se hizo: Inducción al aula virtual

1.1 Dónde se realizó: Laboratorio de computación de la UCAB.

1.2 Quiénes y cuántas personas participaron: Representante del Centro de Estudios en Línea (CEL), docente de la asignatura, 29 estudiantes.

1.3 Duración: Dos (2) horas.

1.4 Descripción de la actividad: En reunión presencial en el laboratorio de computación de la Universidad Católica Andrés Bello, se realizó la presentación de la materia y de sus participantes, incluyendo su exposición de expectativas y conocimiento previo sobre el tema. Fue explicado el programa del curso y el plan de evaluación que lo orientaría, y se dio curso a la inducción al aula virtual, en el marco de la cual también se asignaron actividades a ser realizadas en modalidad virtual durante una semana (a ser contada desde el día de la inducción). Estas actividades incluyeron un rally virtual y un foro de presentación de los(as) participantes.

2. Si la actividad había sido programada con anticipación:

2.1 Objetivos que se tenían planificados para ella:

Introducir a las(os) estudiantes en los contenidos y planificación de la asignatura.

Familiarizar a las(os) estudiantes con el aula virtual y la comunicación en línea.

2.2 Resultados alcanzados

a) En relación con los objetivos previstos:

La actividad transcurrió normalmente, según lo programado. La representante del Centro de Estudios en Línea explicó al grupo cómo funciona cada sección y herramienta del aula virtual, con apoyo en videobeam mientras cada estudiante daba seguimiento a la exploración del aula virtual en computadoras individuales. También fue propicia la ocasión para dar una introducción a los contenidos de la materia, las dinámicas a seguir y el plan de evaluación diseñado para la misma; así como para responder cualquier duda o inquietud que el grupo pudiese tener.

b) Resultados no previstos anteriormente:

Hubo algunas dificultades para lograr que todos(as) los(as) estudiantes asistieran a la inducción presencial en el horario acordado (lo cual se resolvió programando sesiones adicionales de inducción), debido a inconvenientes de comunicación de la información sobre día, horario y salón reservados para la actividad al grupo de estudiantes inscritos(as). Al respecto, se solicitó a la escuela que en futuras ediciones de la materia se indicase en el listado de oferta de electivas que, si bien es una asignatura dictada en modalidad virtual, deben estar atentos(as) a la primera clase que es de carácter presencial.

3. Impresiones y observaciones sobre la actividad

Resulta valioso poder contar con la colaboración del Centro de Estudios en Línea para una actividad de inducción presencial al aula virtual, ya que la mayoría de los(as) estudiantes no están familiarizados(as) previamente con clases virtuales y llegan a la asignatura con muchas interrogantes e incertidumbres al respecto. Adicionalmente, si bien se trata de estudiantes jóvenes que suelen tener familiaridad con las nuevas tecnologías, la posibilidad de que la inducción sea presencial facilita la resolución de dudas sobre la plataforma virtual de aprendizaje.

4. Documentos de referencia sobre esta actividad:

Plan de Clase.

FORMATO FACILITADO A LAS(OS) ESTUDIANTES PARA LA SESIÓN 2

Comunicación y género
Sesión 02

Duración	2 semanas.
Módulos y temas	Unidad I Enfocándonos en el género más que en el sexo. 1- El género como categoría de análisis sociohistórico. 2- ¿Es lo mismo sexo, género y orientación sexual? 3- Ámbitos constitutivos del enfoque de género: simbólico, normativo, relacional, jerárquico, histórico y articulador. 4- El género como forma primaria de relaciones significativas de poder.
Competencias a desarrollar	<ul style="list-style-type: none">• Comprende el enfoque de género y su importancia en las diversas formas de comunicación humana.

¿Qué haremos?	¿Cómo lo haremos?	Compromisos
<p>1. Test interactivo: ¡Sexo vendo, sexo tengo!</p> <p><i>Analizaremos qué tanto conocemos sobre la distinción entre género y sexo.</i></p>	 <p>Primero debemos realizar la lectura sugerida para esta unidad que podemos encontrar en la ruta: “Sesiones de aprendizaje→Sesión 2→Recursos de aprendizaje→ Lecturas: Semana 1 y 2”. Después de realizada la lectura, pasemos a elaborar un test que tiene como propósito conocer qué tan cercano es para nosotros el tema del enfoque de género. Consiste en un grupo de preguntas de autoevaluación, para conocer cómo estamos en relación con la distinción entre género, sexo y orientación sexual.</p> <p>Para contestar este test interactivo, debemos seguir la ruta: “Sesiones de aprendizaje→ Sesión 2→ Recursos de aprendizaje → Test interactivo: ¡Sexo vendo, sexo tengo!”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar el test interactivo: ¡Sexo vendo, sexo tengo! o Leer el material recomendado para la semana 1. o Contestar el test interactivo.
<p>2. Discusión: La “naturalización” del género.</p> <p><i>Conversaremos acerca de lo común que puede ser el uso del concepto género como sinónimo de sexo.</i></p>	 <p>Reflexionaremos sobre la experiencia que tuvimos en el Test interactivo y plantearemos una discusión para aclarar términos, así como conocer la manera en que hemos asumido que los conceptos de sexo y género son iguales, y que los roles de hombres y mujeres son algo natural en la humanidad.</p> <p>Para participar en la discusión, sigamos la ruta: “Sesiones de aprendizaje → Sesión 2 → Recursos de aprendizaje → Discusión: La ‘naturalización’ del género”. Nuestra participación implica que hagamos comentarios y que interactuemos con el resto de la comunidad en los Foros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participar en la Discusión: La “naturalización” del género. o Participar en la discusión. o Leer las intervenciones de los compañeros y responder, al menos, a una de ellas.

<p>3. Discusión: Género y Poder.</p> <p><i>Conversaremos sobre las relaciones de poder y el género.</i></p>	 <p>Comentaremos sobre el tema del género y las relaciones de poder en la cultura, reflexionando sobre las jerarquías y posiciones que ocupan hombres y mujeres en la sociedad. Para ello iremos al aula virtual y seguiremos esta ruta: “Sesiones de aprendizaje→ Sesión 2→ Recursos de aprendizaje→ Discusión: Género y Poder”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participar en la Discusión: Género y Poder. <ul style="list-style-type: none"> ○ Participar en la discusión. ○ Leer las intervenciones de los compañeros y responder, al menos, a una de ellas.
<p>Discusión: Aclarando dudas.</p> <p>Espacio para comentar las dudas en cuanto a las actividades asignadas.</p>	 <p>Si se nos presenta alguna duda en relación con las actividades arriba planteadas, entremos a este espacio y comentémosla.</p> <p>Para participar, sigamos la ruta: “Sesiones de aprendizaje→Sesión 2→Recursos de la sesión→Discusión: Aclarando dudas”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participar en caso de tener dudas.

REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 2

Nombre: Jessica Gerdel

Proyecto/Área/ Programa/Sección: Asignatura Comunicación y Género, Escuela de Comunicación Social, Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

Fecha: Del 14 al 21 de Octubre de 2011.

1. Qué se hizo: Test interactivo “¡Sexo vendo, sexo tengo!” y foro de discusión “La naturalización del género”, con base en revisión previa de material bibliográfico.

1.1 *Dónde se realizó:* Aula virtual, sesión 2.

1.2 *Quiénes y cuántas personas participaron:* Docente y 29 estudiantes.

1.3 *Duración:* Una (1) semana.

1.4 *Descripción de la actividad:* La primera semana de la sesión 2 del curso incluye la revisión de una lectura que sitúa a los(as) estudiantes en un marco conceptual introductorio al tema del género, señalando los elementos que conforman a este término y que lo diferencian de otros como sexo y orientación sexual. Tras la revisión de esta lectura, los(as) participantes realizan el *Test interactivo: ¡Sexo vendo, sexo tengo!*, ejercicio que consiste en un conjunto de preguntas de autoevaluación, que tienen como objetivo precisar si el/la estudiante logró comprender los conceptos de género, sexo y orientación sexual y cómo se diferencian entre ellos.

En el *Foro de Discusión: La “naturalización” del género* se conversa sobre la confusión que se da frecuentemente al igualar estos conceptos, así como sobre la forma en que son aprendidas las características asignadas a los roles de hombres y de mujeres, y a las relaciones que se dan entre ellos; señalando cómo dichas características son mostradas como si fuesen “naturales”, o como si la condición biológica con que nacen las personas determinara cómo deben comportarse (femeninas o masculinos) y qué personas deben atraerles sexualmente. Esta

discusión apunta a la reflexión sobre estos tópicos con base en la lectura asignada para esta actividad, con la finalidad de obtener una clara comprensión de cómo se construye socialmente el género y en qué se diferencia de otras categorías como sexo y orientación sexual.

2. Si la actividad había sido programada con anticipación:

2.1 Objetivos que se tenían planificados para ella:

Comprender las bases del enfoque de género y su importancia en las diversas formas de comunicación humana.

Diferenciar el concepto de “género” de otros como “sexo” y “orientación sexual”.

Identificar los ámbitos que conforman el enfoque de género (simbólico, normativo, relacional, jerárquico, histórico, articulador).

2.2 Resultados alcanzados:

a) En relación con los objetivos previstos:

Los objetivos fueron alcanzados satisfactoriamente. En sus intervenciones, los(as) estudiantes manifestaron que tanto la lectura como el test les ayudó a comprender el género como un término referido a la construcción social de la identidad, a diferencia del sexo como componente biológico. Se logró, por un lado, que la lectura proporcionara la base conceptual para que las(os) participantes se introdujeran en el tema, desconocido para la mayoría de ellas(os); y, por el otro, que el test les ayudara a corroborar su comprensión de los términos y a despejar dudas que les hubiesen quedado tras la lectura. En ese sentido, resulta de utilidad destacar el comentario de una estudiante que expresó: “luego de hacer el test quedé un poco sorprendida porque a pesar de que había leído la lectura y la había entendido muy bien, cometí errores en mis respuestas”.

Así, en varias ocasiones las(os) participantes manifestaron que al leer el material sentían que habían entendido todos los conceptos, pero al enfrentarse al

test de autoevaluación encontraban que aún tenían confusiones importantes, las cuales lograban despejar gracias a la dinámica del test. Ello destaca la importancia de combinar la revisión bibliográfica y los foros de discusión con herramientas de autoevaluación, orientadas a revisar la comprensión de conceptos con un mayor grado de precisión.

b) Resultados no previstos anteriormente: Ninguno a destacar.

3. Impresiones y observaciones sobre la actividad:

Resultó de interés que varias(os) participantes lograron percatarse en esta etapa inicial de que las desigualdades de género son un problema patente de nuestras sociedades, aunque desde varias posturas se trate de argumentar que es un problema superado. Ejemplo de ello lo constituye el comentario expresado por una estudiante, al decir que “[...] a veces tendemos a pensar que sólo por vivir en un Mundo moderno e interconectado todas las mujeres estamos ‘liberadas’ por decirlo así, pero en realidad no [...]”.

Del mismo modo, llamó la atención que desde el inicio las(os) participantes fuesen incorporando a la reflexión elementos en los que estaba previsto ahondar en sesiones posteriores. Al respecto, fue muy positivo que desde esta fase inicial se estuviesen discutiendo temas relacionados con las exigencias que podrían hacerse al aparato educativo formal para incorporar en la formación de niños, adolescentes y adultos temas orientados a conocer y comprender las diferencias entre los términos género, sexo y orientación sexual, en tanto que el desconocimiento de los mismos se encuentra en la médula de su mal uso y de muchos prejuicios y estereotipos de género. En relación con esto, una estudiante apuntaba que

[...] tenía una confusión total con respecto al sexo y género de hecho pensé que ambos términos tenían el mismo significado.

En mi caso las lecturas me dieron una nueva perspectiva sobre cómo pensar y tratar a los niños, ya que la tendencia de confundir y crear estereotipos en las personas dependiendo de los supuestos roles que deben seguir proviene desde la infancia, en el

momento en que los padres les inculcan parámetros de conducta dependiendo del sexo que tengan haciendo referencia a que la mujer se encarga del hogar y el hombre del trabajo.

[...] Por lo tanto lo que se debe fortalecer en las familias desde su inicios es una comunicación en donde se explique que el sexo de una persona no determina qué roles específicos tienen que desempeñar en la sociedad [...].

Y otra de ellas señalaba:

Particularmente me encantó leer sobre este tema porque siento que aún hay demasiadas lagunas al respecto en las personas, sus maneras de hablar y comportarse cuando se trata de distinguir sexo, género y orientación sexual. Lo digo por la cantidad de tabúes construidos a partir de pura desinformación e ignorancia. [...] Con la lectura me quedó aún más claro que se trata de un proceso social complejo.

4. Documentos de referencia sobre esta actividad:

Material bibliográfico utilizado:

Huggins, Magally (2005) *Género, políticas públicas y promoción de la calidad de vida*. Caracas: Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (Ildis).

Programa del curso.

Plan de clase.

Instructivo de la Sesión 2.

Págs. 1 y 2 de la Guía Conceptual del curso.

Test Interactivo: ¡Sexo vendo, sexo tengo!

REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 3

Nombre: Jessica Gerdel

Proyecto/Área/ Programa/Sección: Asignatura Comunicación y Género, Escuela de Comunicación Social, Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

Fecha: Del 21 al 28 de Octubre de 2011.

1. Qué se hizo: Foro de discusión “Género y poder”, con base en revisión previa de material bibliográfico.

1.1 Dónde se realizó: Aula virtual, sesión 2.

1.2 Quiénes y cuántas personas participaron: Docente y 29 estudiantes.

1.3 Duración: Una (1) semana.

1.4 Descripción de la actividad: A partir de la comprensión de cómo se construye histórica y socialmente el género (elementos abordados en la actividad anterior), este foro plantea la discusión sobre su influencia en las dinámicas de poder existentes en la sociedad. ¿Qué roles son asignados a las mujeres y a los hombres en cada sociedad? ¿Qué grado de participación pública se permite para cada género y con cuáles ámbitos de la vida social se les identifica? Estas y otras preguntas propician la reflexión sobre cómo influye el género en los espacios de poder que pueden tener los hombres o las mujeres en determinada sociedad, y cómo ello se traduce en potenciadores de la participación o limitantes de la misma para las personas según su género. Esta actividad tiene como base bibliográfica un capítulo de *Historia de la sexualidad*, de Michel Foucault.

2. Si la actividad había sido programada con anticipación:

2.1 Objetivos que se tenían planificados para ella:

Discutir sobre las implicaciones del género en las relaciones de poder en la cultura, reflexionando sobre las jerarquías y posiciones que ocupan hombres y mujeres en la sociedad.

2.2 Resultados alcanzados

a) *En relación con los objetivos previstos:*

La actividad permitió profundizar en los tópicos discutidos la semana anterior, aplicando lo referido a la naturalización del género y las diferencias de acceso a oportunidades y roles en la sociedad para hombres y mujeres a aspectos relacionados con el ejercicio de poder. A pesar de no estar familiarizados(as) con la obra de autores como Michel Foucault, los(as) estudiantes aplicaron de modo apropiado los postulados del autor a casos concretos de su cotidianidad o de los que puede tenerse noticia a escala internacional. También resultó de interés y de enriquecimiento para la discusión que varios(as) de ellos(as) tuvieran la iniciativa de investigar estadísticas sobre la participación de mujeres en cargos de dirección, especialmente en el ámbito de los medios de comunicación.

b) *Resultados no previstos anteriormente:* Ninguno a destacar.

3. **Impresiones y observaciones sobre la actividad:**

El foro resulta importante para visibilizar en la discusión que aún existen marcadas desigualdades para hombres y mujeres en el ejercicio de poder. En ese sentido, muchos(as) estudiantes destacaban que en la actualidad la mujer ha conquistado muchos espacios en el campo laboral, lo cual en principio pudiera dar la impresión de que el tema ha sido superado. Sin embargo, como también destacaron al profundizar la discusión, si bien ello constituye un avance importante no puede dejarse de lado que aún queda mucho camino por recorrer para que las relaciones entre hombres y mujeres sean más equitativas en nuestras sociedades.

Al respecto, una estudiante señalaba:

[...] Es pertinente que notemos que, aunque en un salón donde el 99% son mujeres, cuando ese grupo salga al mundo laboral, serán los hombres los que lleguen a alcanzar los cargos de más alta jerarquía, y a pesar de que las mujeres ganen cada

vez más terreno en puestos que antes sólo estaban reservados a los hombres, aún hoy en día, siguen siendo discriminadas en su puesto de trabajo por su condición de mujer. Pueden ser discriminadas por tener dificultad para acceder a empleos, por recibir un sueldo inferior al de un hombre a pesar de realizar el mismo trabajo con las mismas responsabilidades presentando igual productividad. [...]

Sobre la distribución de los cargos en medios de comunicación, otra estudiante señaló los siguientes ejemplos:

[...] Alrededor del mundo existen empresas donde los máximos cargos son ocupados por mujeres, incluyendo Venezuela. Pero en cuanto **al área de publicidad y de la comunicación social son muy pocos los casos**. [...]

Agencias: Ars / Concept McCann / Eliashev / Grupo Ghersy / JwT / Leo Burnett Venezuela / Publicis / Zea BBDO / Nolck / DraftFCB (90% son dirigidas por hombres).

Prensa: El Nacional / El Universal / Últimas Noticias / Tal Cual / El Mundo / 2001 / Meridiano / Líder (el 100% de estas empresas son dirigidas por hombres).

Televisión: Venevisión / Televen / Canal i / RCTV / Meridiano TV / VTV / ANTV (100% de estas televisoras son dirigidas por hombres).

De igual importancia resultó el señalamiento de que la promulgación de leyes no asegura mejorar la situación, ya que “[...] aunque las leyes son más inclusivas con la mujer, en la puesta en práctica no es necesariamente cierto. [...]”, por lo que “[...] si el avance en la ley no se pone en práctica, es letra muerta y de nada sirve”.

También fue enriquecedor para la discusión que en algunos comentarios surgieran estereotipos sobre la mujer que suelen estar muy arraigados en nuestra cultura. Cuando, por ejemplo, una estudiante comentaba “[...] Por el hecho de que la mujer suele ser más emocional, más complicada, sin mencionar el hecho de que puede quedar embarazada, muchas empresas buscan hombres para los puestos altos. [...]” Este tipo de ideas, según las cuales la mujer sería “más emocional y complicada” dieron pie a la profundización de la reflexión, permitiendo el autoanálisis y la autocrítica, revisando qué aspectos de nuestra socialización nos harían etiquetar de ciertos modos a unas y otros, cuando las características de la personalidad no

vienen dadas por el sexo de la persona ni son iguales para todos los hombres o todas las mujeres.

Otro punto importante que debió manejarse con cuidado en la moderación del foro fue el referido a que la crítica sobre la situación de desventaja en la que se han encontrado históricamente las mujeres no desemboque en una posición extremista, que pudiera resultar tan perjudicial, excluyente y desigual como la que se critica. En ocasiones, la visibilización de las desigualdades de género y la discriminación hacia la mujer puede llevar a posiciones que concluyan ideas como “[...] la era en que la mujer va a ser el sexo más poderoso en todos los niveles está llegando [...]”.

En ese sentido, resulta de particular importancia que las iniciativas orientadas a propiciar un cambio de mentalidad en función de la igualdad de género apunte, precisamente, a la igualdad, a que “[...] la balanza se nivele [...]”, y no al intercambio de papeles, donde las anteriormente excluidas y discriminadas pasen a ser “el sexo más fuerte”, susceptibles de excluir y discriminar a los otros. Sin olvidar además que esas estructuras que nuestras sociedades van reproduciendo también encasillan al hombre en un estereotipo y le generan otro tipo de complejos, que si bien no lo colocan en una posición de inferioridad y desventaja en el ámbito público -como ocurre con los estereotipos sobre la mujer-, también limitan las opciones y espacios en los que pueda desarrollarse como persona.

4. Documentos de referencia sobre esta actividad:

Material bibliográfico utilizado:

Foucault, Michel ([1976] 2007) *Historia de la sexualidad*. Madrid: Siglo XXI Editores.

Programa del curso.

Plan de clase.

Instructivo de la Sesión 2.

Pág. 3 de la Guía Conceptual del curso.

FORMATO FACILITADO A LAS(OS) ESTUDIANTES PARA LA SESIÓN 3

Comunicación y género

Sesión 03

Duración	2 semanas.
Módulos y temas	Unidad II La construcción social de las identidades de género. 5- Construcción y socialización de lo femenino y lo masculino: El aprendizaje de la feminidad y masculinidad en las etapas de la vida. 6- Mecanismos culturales de construcción de la identidad de género: el papel de la cultura, la historia, individuos y grupos humanos en la elaboración de las diferencias entre los roles sociales de hombres y mujeres.
Competencias a desarrollar	<ul style="list-style-type: none">• Reflexiona, desde el enfoque de género, la construcción sociohistórica de los sujetos masculinos y femeninos.

¿Qué haremos?	¿Cómo lo haremos?	Compromisos
<p>1. Discusión: Nuestros queridos juguetes</p> <p><i>Analizaremos algunos de nuestros juguetes preferidos.</i></p>	<p style="text-align: center;">Semana 1</p>  <p>Primero debemos realizar la lectura sugerida para esta unidad que podemos encontrar en la ruta: “Sesiones de aprendizaje→Sesión 3→Recursos de la sesión→ Lecturas”.</p> <p>Reflexionemos sobre estas ideas viendo algunos ejemplos que podemos encontrar siguiendo la ruta: “Sesiones de aprendizaje→Sesión 3→Recursos de la sesión→ Presentación: Nuestros queridos juguetes”, así como en este link: http://galindomalave.com/2011/01/07/juguetes-en-azul-y-rosa/#more-1916</p> <p>Luego vamos a nuestra discusión, en donde conversaremos sobre estas interrogantes ¿Consideramos que los juguetes pueden ser indicadores de lo que la sociedad espera de sus ciudadanos? ¿Ayudan a formar estereotipos de género?</p> <p>Para participar en la discusión sigamos la ruta: “Sesiones de aprendizaje→Sesión 3→Recursos de la sesión→Discusión: Nuestros queridos juguetes”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participar en la discusión: Nuestros queridos juguetes. <ul style="list-style-type: none"> o Leer el material recomendado para la semana 1. o Conversar en la discusión y comentar algunas intervenciones.

<p>2. Discusión: Variaciones culturales.</p> <p><i>Analizaremos los estereotipos femeninos y masculinos.</i></p>	 <p>Conversaremos sobre los estereotipos acerca de las mujeres y los hombres en la construcción sociohistórica de lo femenino y lo masculino. Pero antes, visitemos este blog cuyo nombre es rostros de mujer: http://www.rostrosdemujer.org/, donde podemos pasearnos por diversas e interesantes miradas en cuanto al rol femenino y masculino en la historia, mientras reflexionamos sobre estas ideas para ampliarlas en la discusión ¿Consideramos válidas las miradas expuestas en el Blog? ¿Por qué lo consideramos así?</p> <p>Para participar en la discusión, sigamos la ruta: “Sesiones de aprendizaje → Sesión 3 → Recursos de aprendizaje → Discusión: Variaciones culturales.</p> <p>Es importante conocer que cuando usamos el término de “participar en la discusión”, se busca que haya una interacción con el resto de la comunidad y no un comentario aislado.</p>	<p>- Participar en la Discusión: Variaciones culturales.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Participar en la discusión. ○ Leer las intervenciones de los compañeros y responder, al menos, a una de ellas.
<p>3. Ensayo: Ideas de género.</p> <p><i>Realizaremos un trabajo libre, con lenguaje propio.</i></p>	 <p style="text-align: center;">Semana 2</p> <p>Realizaremos un trabajo libre, usando lenguaje propio y respetando las normas académicas para citar obras de otros autores en caso de que deseemos hacerlo, para sintetizar nuestra comprensión de lo discutido hasta ahora y si tiene alguna relevancia para nosotros.</p> <p>Acerca del ensayo:</p> <p>Se entregará en Word, con interlineado 1.5, letra Times 12, máximo 5 páginas.</p> <p>Sigamos esta ruta para entregar el ensayo: “Sesiones de aprendizaje → Sesión 3 → Recursos de aprendizaje → Tareas”</p>	<p>- Entrega del ensayo: Ideas de género.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ En Word, con interlineado 1.5, letra Time 12, máximo 5 páginas.

Discusión: Aclarando dudas.
Espacio para comentar las dudas en cuanto a las actividades asignadas.



Si se nos presenta alguna duda en relación con las actividades arriba planteadas, entremos a este espacio y comentémosla.
Para participar, sigamos la ruta: “Sesiones de aprendizaje→Sesión 3→Recursos de la sesión→Discusión: Aclarando dudas”

- Participar en caso de ser necesario.

Ejemplos facilitados para la discusión “Nuestros queridos juguetes”



Discusión: Nuestros queridos juguetes.
¿Consideramos que los juguetes pueden ser indicadores de lo que la sociedad espera de sus ciudadanos?
¿Ayudan a formar estereotipos de género?



REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 4

Nombre: Jessica Gerdel

Proyecto/Área/ Programa/Sección: Asignatura Comunicación y Género, Escuela de Comunicación Social, Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

Fecha: Del 28 de Octubre al 4 de Noviembre de 2011.

1. Qué se hizo: Foros de discusión “Nuestros queridos juguetes” y “Variaciones culturales”, con base en revisión previa de material bibliográfico.

1.1 *Dónde se realizó:* Aula virtual, sesión 3.

1.2 *Quiénes y cuántas personas participaron:* Docente y 29 estudiantes.

1.3 *Duración:* Una (1) semana.

1.4 *Descripción de la actividad:* En el proceso de reflexión recorrido en la sesión 2, una pregunta que resulta frecuente es ¿cómo se torna posible que los roles de hombres y mujeres y sus modos de relacionarse parezcan “naturales”? Ese proceso de “naturalización” se logra gracias a múltiples factores, tanto educativos como religiosos, históricos, políticos, etc., y muy especialmente gracias a actividades que las personas realizan como formas de entretenimiento, sin detenerse a pensar qué aprenden al realizarlas.

Si se toma en cuenta que la educación no es solamente la que se recibe en las escuelas y universidades, sino que está conformada por todo el proceso formativo que se experimenta desde todos los ámbitos de la vida, se puede notar que en los juegos de la niñez están implícitos muchos aspectos que luego son considerados característicos de ser hombres o mujeres, y con ello contribuyen –de manera inadvertida– a moldear las formas de comprender los roles sociales de mujeres y de hombres en la sociedad.

El foro “Nuestros queridos juguetes” invita a reflexionar sobre preguntas como las siguientes: ¿Consideramos que los juguetes pueden ser indicadores de lo que la

sociedad espera de sus ciudadanos? ¿Ayudan a formar estereotipos de género? Y a cuestionar las estructuras según las cuales se considera que un juego debe ser realizado por niñas o por niños, así como las propias experiencias en este ámbito.

En complementariedad con ello, el segundo foro “Variaciones culturales” propone conversar acerca de estereotipos sobre las mujeres y los hombres en el proceso de construcción sociohistórica de lo femenino y lo masculino, buscando aplicar las ideas discutidas en foros anteriores a situaciones concretas que puedan identificarse en la cotidianidad, tomando como apoyo los contenidos del sitio web <http://www.rostrosdemujer.org/>

2. Si la actividad había sido programada con anticipación:

2.1 Objetivos que se tenían planificados para ella:

Comprender que el género es una construcción social e histórica.

Identificar cómo se da el proceso de aprendizaje de la feminidad y de la masculinidad en las etapas de la vida.

Identificar los mecanismos culturales que intervienen en la construcción de la identidad de género y en la configuración de los roles sociales de hombres y mujeres.

2.2 Resultados alcanzados

a) En relación con los objetivos previstos:

La actividad resultó idónea para seguir comprendiendo cómo se da la construcción social del género a partir de un elemento tan cotidiano y cercano a todas las personas del grupo, como lo son los juguetes. Dio pie también para cuestionar estereotipos vinculados con la orientación sexual de las personas, y con la idoneidad de unos u otros modos de educar a los hijos, atendiendo a la relevancia que tienen los primeros años de la vida para la formación de la identidad y de las

primeras ideas sobre lo que podemos o no hacer según las pautas dictadas por la sociedad donde crecemos.

b) Resultados no previstos anteriormente: Ninguno a destacar.

3. Impresiones y observaciones sobre la actividad:

Partir de elementos tan cotidianos como los juguetes y las variaciones que cada cultura aplica para socializar a sus integrantes según el sexo con que nacen, facilita que los(as) estudiantes visualicen los efectos prácticos de los modos en que nos educan, tanto en el ámbito de la educación formal como en la informal, a través de las dinámicas cotidianas que se dan en la familia, con amigos, en espacios de recreación, etc.

Por ejemplo, en la discusión los(as) participantes asignaron particular relevancia al juguete de la Barbie:

[...] Todas las niñas han tenido una de ellas entre sus juguetes y, aunque Mattel ha sacado al mercado barbies con variadas profesiones desde cantantes y modelos hasta ingenieras y astronautas (profesiones consideradas para los hombres), aún en nuestro país se sigue considerando a la barbie como una rubia, con cuerpo perfecto y sin cerebro.

No es casual que un juguete como este sea exclusivamente diseñado para niñas. Los muñecos de los varones, en cambio, son fuertes, rudos y muchas veces con poderes especiales. Esto es un reflejo de lo que esperan los ciudadanos de hombres y mujeres dentro de la sociedad. Mujeres para la casa, bellas y perfectas y hombres fuertes para la calle.

En relación con los juguetes y las preferencias de juego de niños y niñas, también surgió como tema de discusión lo referido a estereotipos sobre la orientación sexual de las personas, con lo cual muchas veces se limitan las opciones que encuentran disponibles en su infancia. Varias de las intervenciones estuvieron orientadas a relacionar estos tópicos con experiencias personales, ya fuesen de su propia infancia o de casos cercanos (hermanos, primos, etc.).

Cuando era chiquita me encantaba ir a casa de mi primo porque tenía alrededor de 30 carritos. Jugaba al estacionamiento, a que los carros chocaban y a la ciudad. Tuve la suerte de que mis padres no tomaron eso como que yo estaba “desviada” o era homosexual. Me dieron la libertad de jugar con lo que yo quisiera y dejaron que yo tomara mis propias decisiones. Después de las lecturas de esta sesión refuerzo mi opinión de que es decisivo el tiempo en el que el individuo crece y se descubre a sí mismo, y sobre todo, es decisivo la respuesta que recibe ante su descubrimiento personal. [...]

En esta semana de actividades ya comenzaban a conectarse los contenidos discutidos con el papel de los medios de comunicación en el proceso de socialización y construcción del género: “[...] Por otra parte, considero que los juguetes son generadores de conductas en los niños, los niños toman actitudes idénticas de los juguetes y las adoptan a la hora de expresarse. Esto no sólo ocurre con los juguetes, sino también con las series de televisión dirigidas a niños [...]”. Así como también el papel de la escuela y de, por ejemplo, los manuales que se usan para enseñar a leer, donde los ejemplos retratados van moldeando las ideas que la persona tendrá sobre las “actividades ‘permitidas’ de acuerdo al sexo”.

Fueron igualmente cuestionadas las ideas que buscan escudar a la publicidad en sus contenidos sexistas aludiendo a que esta no busca educar sino vender. Al respecto, se hizo énfasis en que aunque la publicidad no pretenda educar, lo hace, formando a los receptores en un marco de representación particular, asignando a unos y otras ciertos roles, conductas, actitudes, etc., con las que socialmente se termina etiquetando a las personas, a los roles que ejercen, a sus estéticas e identidades. De allí que las intervenciones apuntaran a procurar un desempeño más creativo en la venta de los productos, lo cual permitiría salir del cliché “el sexo vende” para igualmente vender sin apelar a contenidos sexistas. Al respecto resultó de mucho interés lo relatado por varias estudiantes del área de comunicaciones publicitarias, quienes señalaban lo difícil que resulta en la mayoría de los casos

apostar por ideas innovadoras para la venta de productos, cuando el mismo cliente insiste en que prefiere “ir por lo seguro” y usar contenidos sexistas para vender su producto, ante el posible riesgo de perder dinero si una campaña publicitaria distinta a ese esquema no resultaba exitosa.

El otro punto importante que se destacó entre las conclusiones a las que iban llegando las(os) participantes hace referencia a que los medios de comunicación y los estereotipos de la sociedad siguen, en muchos casos, contribuyendo al machismo y a estigmas discriminatorios, cuando en la realidad y en la vida familiar han ido cambiando muchas dinámicas, lo cual exige un cambio en el modo en que nos representamos, social y mediáticamente.

4. Documentos de referencia sobre esta actividad:

Materiales bibliográficos utilizados:

Sau, Victoria (1993) Ser mujer: el fin de una imagen tradicional.

Callirgos, Juan C. (1998) Identidad masculina y ciclo vital.

Artículo: <http://galindomalave.com/2011/01/07/juguetes-en-azul-y-rosa/#more-1916>

Programa del curso.

Plan de clase.

Instructivo de la Sesión 3.

Págs. 4 y 5 de la Guía Conceptual del curso.

Afiche con imágenes de publicidades y situaciones de niños(as) jugando, a modo de ejemplos para la discusión.

Sitio web <http://www.rostrosdemujer.org/>

REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 5

Nombre: Jessica Gerdel

Proyecto/Área/ Programa/Sección: Asignatura Comunicación y Género, Escuela de Comunicación Social, Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

Fecha: Del 4 al 11 de Noviembre de 2011.

1. Qué se hizo: Ensayo “Ideas de género”

1.1 Dónde se realizó: Aula virtual, sesión 3.

1.2 Quiénes y cuántas personas participaron: Docente y 29 estudiantes.

1.3 Duración: Una (1) semana.

1.4 Descripción de la actividad: Los(as) estudiantes realizan un trabajo libre, con formato de ensayo, para sintetizar su comprensión de lo discutido hasta esta etapa del curso, y reflexionar sobre la relevancia que tenga para ellos(as) tanto en el ámbito personal como profesional.

2. Si la actividad había sido programada con anticipación:

2.1 Objetivos que se tenían planificados para ella:

Reflexionar, desde el enfoque de género, sobre la construcción sociohistórica de las masculinidades y feminidades y su relevancia en los ámbitos personal y profesional de cada participante.

2.2 Resultados alcanzados

a) En relación con los objetivos previstos:

Los resultados de la actividad fueron satisfactorios, en la medida en que cada estudiante presentó un ensayo donde podía exponer sus ideas sobre lo discutido hasta la fecha de modo más extenso que en el espacio previsto en los foros virtuales. Dicho ensayo además permitía verificar de modo más preciso lo que cada estudiante

estaba comprendiendo en su proceso de familiarización con el enfoque de género, que para todos(as) era desconocido antes de iniciar la materia.

b) Resultados no previstos anteriormente: Ninguno a destacar.

3. Impresiones y observaciones sobre la actividad:

Si bien en algunos ensayos se pueden repetir las ideas que el/la estudiante ya haya expresado en los foros, brinda una oportunidad importante para dar feedback específico y más extenso que en los foros en caso de que el/la estudiante esté confundiendo términos o contenidos abordados en las primeras sesiones, las cuales constituyen la base teórica de la comprensión del enfoque de género, por lo cual resulta imprescindible que en esa etapa inicial se puedan aclarar las dudas e inquietudes que puedan persistir tras las primeras lecturas y discusiones en foros, para que el/la participante logre comprender mejor y dar seguimiento a los contenidos subsiguientes de la programación.

4. Documentos de referencia sobre esta actividad:

Programa del curso.

Plan de clase.

Instructivo de la Sesión 3.

Págs. 5 y 6 de la Guía Conceptual del curso.

FORMATO FACILITADO A LAS(OS) ESTUDIANTES PARA LA SESIÓN 4

Comunicación y género

Sesión 04

Duración

4 semanas.

Módulos y temas

Unidad III El oficio del comunicador social y enfoque de género: una lectura crítica.

Temas

1. El lenguaje como herramienta básica del comunicador social.
2. El cine como lenguaje.
3. Nuevas tecnologías: nuevos usos y espacios de comunicación, democratización de espacios y participación, redes sociales y/o comunicacionales.
4. El sexo como discurso: pornografía y prostitución.

Unidad IV La construcción mediática de feminidades, masculinidades y otras máscaras.

Temas

1. Las mujeres y los hombres en los mensajes mediáticos.
2. Medios de comunicación y orientaciones sexuales.
3. Estética de las identidades.

Competencias a desarrollar

- Valora el rol de la comunicación en los procesos de construcción de feminidades y masculinidades, y su impacto en el ejercicio de la ciudadanía.

¿Qué haremos?

1. Ejercicio reflexivo: ¿Solo juego de palabras?

Realizaremos un test interactivo en el que trabajaremos algunas palabras y compartiremos sobre nuestra experiencia.



¿Cómo lo haremos?

Semana 1 y 2

Primero debemos realizar nuestro ejercicio reflexivo, de autoevaluación, siguiendo estas básicas instrucciones:

En la medida que vamos leyendo las palabras presentes en la plantilla ¿Solo juego de palabras?, escribiremos las definiciones, frases o asociaciones que nos vienen a la mente. Sigamos esta ruta para conseguir la plantilla: “Sesiones de aprendizaje→Sesión 4→Recursos de la sesión→Ejercicio reflexivo ¿Solo juego de palabras?”

Luego leeremos el material recomendado y participaremos en la *discusión: ¿Solo juego de palabras?* con nuestra reflexión sobre el ejercicio.

Podemos encontrar la lectura sugerida para esta unidad en la ruta: “Sesiones de aprendizaje→Sesión 4→Recursos de la sesión→Lecturas”.

Para participar en el discusión sigamos esta ruta: “Sesiones de aprendizaje→Sesión 4→Recursos de aprendizaje→Discusión: ¿Solo juego de palabras?”.

Es muy importante que sigamos las indicaciones descritas (trabajar primero con la plantilla ¿Solo juego de palabras?, y luego con la lectura), de manera que podamos experimentar y disfrutar completamente de este juego de palabras.

Opcionalmente podemos escuchar el audio Asombrosos matices del idioma español disponible en este link: <http://www.radialistas.net/clip.php?id=1700066>

Compromisos

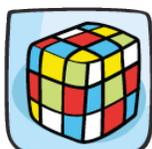
- Realizar el ejercicio reflexivo: ¿Solo juego de palabras?
 - o Seguir las instrucciones del ejercicio para llenar la plantilla.
 - o Leer el material recomendado para la semana 1.
 - o Participar en el Foro: ¿Solo juego de palabras?

<p>2. Foro-Café: Mujer y Publicidad.</p> <p><i>Analizaremos ejemplos de diferentes medios de comunicación social.</i></p>	 <p>Analizaremos ejemplos de diferentes medios de comunicación que podemos encontrar en la ruta: “Sesiones de aprendizaje→Sesión 4→Recursos de la sesión→ Campañas publicitarias.”</p> <p>Reconoceremos en estos casos cómo se invisibiliza la presencia de las mujeres en determinadas situaciones en los medios de comunicación social ¿Cómo ayudamos a disminuir esto? ¿Qué pasa con la estética y prejuicios sobre las personas homosexuales? ¿Qué tipo de hombres y mujeres somos?</p> <p>Para participar en la discusión, sigamos la ruta: “Sesiones de aprendizaje → Sesión 4 → Recursos de aprendizaje → Foro-Café: Mujer y Publicidad.</p> <p>Es importante conocer que cuando usamos el término de “participar en la discusión”, se busca que haya una interacción con el resto de la comunidad y no un comentario aislado en la discusión.</p>	<p>- Participar en el Foro-Café: Mujer y Publicidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Analizar los diversos materiales mostrados. ○ Participar en la discusión. ○ Leer las intervenciones de los compañeros y responder, al menos, a una de ellas.
<p>Semana 3 y 4</p>		
<p>3. Video-Foro: “El punto” en todo esto.</p> <p><i>Analizaremos algunas escenas de películas y series de televisión.</i></p>	 <p>Analizaremos escenas de películas o series de televisión para reconocer con estos ejemplos concretos que podemos conseguir en la ruta: “Sesiones de aprendizaje→Sesión 4→Recursos de la sesión→Link de escenas de películas o series de televisión” ¿Cuál es la imagen o idea de lo masculino, de lo femenino y de lo exitoso? ¿Qué estereotipos sobre mujeres y hombres están presentes?</p> <p>Para ver estos link, y participar en la discusión sigamos la ruta: “Sesiones de aprendizaje → Sesión 4→ Recursos de aprendizaje → Video-Foro: “El punto” en todo esto.”</p>	<p>- Participar en el Video-Foro: “El punto” en todo esto.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Observar las escenas de películas y videos sugeridas. ○ Participar en la discusión. ○ Leer las intervenciones de los compañeros y responder, al menos, a una de ellas.

<p>4. Discusión: Las redes sociales, ¿el nuevo ring de la violencia de género?</p> <p><i>Analizaremos un link que nos muestra un artículo de prensa.</i></p>	 <p>Analizaremos este artículo http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2010/11/101125_violencia_genero_redes_sociales_internet_facebook_mr.shtml, cuya mirada se posa en las nuevas tecnologías como espacios de participación, democratización y análisis crítico ¿Consideramos estos espacios como nuevas fuentes de discriminación para el género femenino? ¿Podrían funcionar como espacios para combatir los estereotipos de género?</p> <p>Para participar en la discusión sigamos la ruta: “Sesiones de aprendizaje → Sesión 4→ Recursos de aprendizaje → Discusión: Las redes sociales, ¿el nuevo ring de la violencia de género?”</p>	<p>- Participar en la discusión: Las redes sociales, ¿el nuevo ring de la violencia de género?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Leer el artículo. ○ Participar en la discusión. ○ Leer las intervenciones de los compañeros y responder, al menos, a una de ellas.
<p>Discusión: Aclarando dudas.</p> <p><i>Espacio para comentar las dudas en cuanto a las actividades asignadas.</i></p>	 <p>Si se nos presenta alguna duda en relación a las actividades arriba planteadas, entremos a este espacio y comentémosla.</p> <p>Para participar, sigamos la ruta: “Sesiones de aprendizaje→Sesión 4→Recursos de la sesión→Discusión: Aclarando dudas”</p>	<p>- Participar en caso de ser necesario.</p>

Comunicación y género

Ejercicio reflexivo: ¿Sólo juego de palabras?



Instrucciones

En la medida que vamos leyendo las palabras presentes en este ejercicio, escribiremos las definiciones, frases o asociaciones que nos vienen a la mente. Luego haremos la lectura recomendada para esta semana y participaremos en la discusión: *¿Sólo juego de palabras?* con nuestra reflexión.

En caso que lo deseemos, podemos compartir nuestra plantilla de respuesta con nuestra comunidad, siguiendo la ruta “Sesiones de aprendizaje→Sesión 4→Recursos de la sesión→Tareas”

Estas son algunas palabras, si se te ocurren otras puedes escribirlas:

1. Hombre público
2. Poner los cuernos
3. Regalado
4. Perro
5. Zorro
6. Gerente
7. Amigo de todos
8. Dios
9. Diosa
10. Héroe
11. Hombre fácil

12. Mujer pública
13. Hombre que cocina
14. Perra
15. Regalada
16. Hombre de mundo
17. Zorra
18. Heroína
19. Mujer fácil
20. Trabajador de la calle
21. Mujer mundana
22. Mujer que cocina
23. Trabajadora de la calle
24. Amiga de todos

REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 6

Nombre: Jessica Gerdel

Proyecto/Área/ Programa/Sección: Asignatura Comunicación y Género, Escuela de Comunicación Social, Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

Fecha: Del 11 al 18 de Noviembre de 2011.

1. Qué se hizo: Ejercicio reflexivo “¿Sólo juego de palabras?”, revisión de materiales bibliográficos y foro de discusión.

1.1 Dónde se realizó: Aula virtual, sesión 4.

1.2 Quiénes y cuántas personas participaron: Docente y 29 estudiantes.

1.3 Duración: Una (1) semana.

1.4 Descripción de la actividad: El ejercicio reflexivo “¿Sólo juego de palabras?” consiste en un test interactivo que los(as) estudiantes realizan antes de leer los materiales asignados para esta semana. El propósito del test es plantear algunas palabras que pueden disparar en la mente de los(as) estudiantes estereotipos de género existentes en la sociedad. La idea es que al leerlas piensen en otras palabras, definiciones y/o asociaciones que les vengan a la mente a partir de ellas y las anoten. Luego revisan los materiales de lectura para comprender mejor la importancia del lenguaje y su relación con los estereotipos de género, y comparten su experiencia en el Foro de Discusión que lleva el mismo nombre del ejercicio. Adicionalmente, se pone a disposición de los(as) estudiantes el audio “Asombrosos matices del idioma español”, disponible en el link <http://www.radialistas.net/clip.php?id=1700066>, donde pueden apreciar algunos ejemplos de los estereotipos señalados.

2. Si la actividad había sido programada con anticipación:

2.1 Objetivos que se tenían planificados para ella:

Discutir sobre la influencia del lenguaje en las características asignadas a lo femenino y a lo masculino en la sociedad.

2.2 Resultados alcanzados

a) En relación con los objetivos previstos:

El juego de palabras logró despertar una alerta en las(os) estudiantes respecto a las connotaciones que ellas(os) mismas(os) asignaban a algunas palabras en función de si estaban dirigidas a mujeres o a hombres, encontrando que en la mayoría de los casos las connotaciones despectivas aparecían cuando era una mujer la aludida.

b) Resultados no previstos anteriormente: Ninguno a destacar.

3. Impresiones y observaciones sobre la actividad:

Es frecuente que en nuestras sociedades se asocien diversas connotaciones de tipo sexista a algunas palabras. Por ejemplo, en la cultura venezolana las palabras perro o perra, zorro o zorra, regalado o regalada, entre muchas otras, reciben una connotación particular según se estén usando en masculino o femenino. En todas ellas, la connotación usada para las mujeres es negativa, mientras que para el hombre no necesariamente lo es. Siendo palabras que se encuentran incorporadas al léxico cotidiano de los venezolanos, resulta de interés usarlas para visibilizar cómo hemos incorporado estereotipos sexistas a nuestra visión de mundo y al modo en que valoramos a los demás, incluso siendo personas que señalen defender los derechos de las mujeres. En ese sentido, la principal sorpresa a la que aludían varias estudiantes era haberse encontrado con que reproducían estereotipos sexistas al usar habitualmente algunas de esas palabras y connotaciones, aún

cuando todas se consideraban no machistas y estaban de acuerdo con la defensa de la igualdad de hombres y mujeres en la sociedad.

4. Documentos de referencia sobre esta actividad:

Programa del curso.

Plan de clase.

Instructivo de la Sesión 4.

Págs. 6-9 de la Guía Conceptual del curso.

Ejercicio reflexivo “¿Sólo juego de palabras?”.

Materiales bibliográficos de apoyo:

Del silencio al lenguaje. Calero, María L. (1999)

Una propuesta de manual de crítica textual desde la lingüística feminista.

Bengoechea Mercedes. (1999)

Una institución patriarcal: La prostitución. (Sau, Victoria 1993)

REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 7

Nombre: Jessica Gerdel

Proyecto/Área/ Programa/Sección: Asignatura Comunicación y Género, Escuela de Comunicación Social, Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

Fecha: Del 18 al 25 de Noviembre de 2011.

1. Qué se hizo: Foro-Café “Mujer y Publicidad”, con base en ejemplos de publicidades y otros contenidos de medios de comunicación, así como en revisión de materiales bibliográficos.

1.1 *Dónde se realizó:* Aula virtual, sesión 4.

1.2 *Quiénes y cuántas personas participaron:* Docente y 29 estudiantes.

1.3 *Duración:* Una (1) semana.

1.4 Descripción de la actividad: En esta actividad se analizan algunos ejemplos de mensajes difundidos por los medios de comunicación social, con el fin de discutir y comprender cómo en algunos casos se invisibiliza la presencia de las mujeres en la situación que se reseñe, o se utilizan contenidos que promueven estereotipos de género en la sociedad. Se proporcionan, además, materiales bibliográficos como marco teórico de apoyo para la discusión.

2. Si la actividad había sido programada con anticipación:

2.1 Objetivos que se tenían planificados para ella:

Comprender el papel del lenguaje como herramienta básica de la Comunicación Social.

Analizar el discurso utilizado en los diferentes medios de comunicación social desde la perspectiva de género.

2.2 Resultados alcanzados

a) En relación con los objetivos previstos:

El análisis de ejemplos de publicidades y propagandas políticas donde se usa la figura de la mujer y las connotaciones sexuales para vender un producto cualquiera o una idea, sin que estos tengan relación alguna con el sexo, dieron pie a una amplia discusión en torno a los estereotipos sexistas usados en la publicidad y a la necesidad de fomentar un cambio de visión al respecto, procurando que quienes participan en la conceptualización y realización de comerciales y propagandas opten por soluciones más creativas e ingeniosas para vender el producto o idea en cuestión, en lugar de optar por la fórmula de “el sexo vende”; así como promoviendo dicho cambio desde la educación, tanto formal (en escuelas y otros centros educativos) como informal (en las familias, medios de comunicación, amistades y grupos de referencia, etc.). En ese sentido, se considera que los objetivos previstos.

Adicionalmente, fue cuestionada la idea de belleza que se forma y fomenta en cada sociedad, y los efectos que esta puede tener en la autorepresentación y

autoestima de las personas. Al respecto, se destacó el papel de los medios de comunicación en el afianzamiento de patrones estéticos en una sociedad, y las consecuencias que dichos patrones tienen no sólo para mujeres sino también para los hombres en el contexto donde se encuentren, llegando incluso a crear situaciones donde las personas tienen que acudir a terapia o sufren trastornos alimenticios debido a la excesiva preocupación por la apariencia física.

b) Resultados no previstos anteriormente:

Uno de los materiales seleccionados para la actividad (específicamente el artículo de prensa titulado “Hallan sin vida a ex fiscal del Ministerio Público”) no proveyó el apoyo esperado para que los(as) estudiantes pudieran comprender lo referido a la invisibilización de la mujer en los contenidos de los medios de comunicación. Algunas participaciones del foro apuntaron a que, en ese caso, no resulta tan patente la invisibilización pues podría verse atenuada porque el personaje a quien se da importancia en el título es una figura pública. Dicha perspectiva permitió notar la necesidad de buscar otro material de apoyo que pudiese brindar mejores resultados para este propósito.

3. Impresiones y observaciones sobre la actividad:

Si bien los foros anteriores habían permitido ir tocando varios de los puntos discutidos en este, resulta de importancia incorporar al análisis casos concretos y ejemplos cotidianos donde puedan visualizarse los efectos prácticos de la teoría discutida, sobre todo si pueden usarse contenidos que han estado disponibles en los medios de comunicación del entorno de los(as) estudiantes, como se procuró hacer en este caso al incluir propagandas políticas, noticias y campañas publicitarias realizadas y difundidas en Venezuela.

Resultó de importancia que la mayoría de las intervenciones apuntaran a que la solución al problema de fondo no es la prohibición o censura de contenidos, sino la

formación del público para que no acepten y privilegien ese tipo de mensajes, en tanto que (en opinión de una de las estudiantes):

Sólo una sociedad educada y concientizada permitirá que las comunicaciones no sigan colocando a las mujeres como un objeto [...] [y] una educación fundada en la tolerancia también permitirá que la sociedad y las generaciones por venir se muestren más tolerantes hacia la homosexualidad [...].

Del mismo modo, se resaltó la importancia de la visibilización del problema, lo cual manifestó una de las estudiantes al señalar que

[...] la manera de reducir esta tendencia de menospreciar el valor femenino y lo que significa es aceptando la existencia de la misma. Es decir, dejar de omitir estas acciones y comenzar a tomar algún camino activo de reclamo para enderezar la percepción de la sociedad.

4. Documentos de referencia sobre esta actividad:

Programa del curso.

Plan de clase.

Instructivo de la Sesión 4.

Pág. 9 de la Guía Conceptual del curso.

Artículo de prensa “Hallan sin vida a ex fiscal del Ministerio Público”

“Manual de una esposa feliz”, años 50.

Afiche de propaganda electoral, como ejemplo para la discusión.

Materiales bibliográficos de apoyo:

La ritualización de la femineidad. (Goffman, Erving 1991)

La práctica del periodismo de género (Santoro, Sonia 2007)

REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 8

Nombre: Jessica Gerdel

Proyecto/Área/ Programa/Sección: Asignatura Comunicación y Género, Escuela de Comunicación Social, Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

Fecha: Del 25 de Noviembre al 2 de Diciembre de 2011.

1. Qué se hizo: Video-Foro “El punto en todo esto”, a partir de la visualización de capítulos de series de TV y discusión de sus contenidos, con miras a identificar estereotipos de género promovidos/reforzados a través de ellas.

1.1 *Dónde se realizó:* Aula virtual, sesión 4.

1.2 *Quiénes y cuántas personas participaron:* Docente y 29 estudiantes.

1.3 *Duración:* Una (1) semana.

1.4 *Descripción de la actividad:* Se proponen tres capítulos de la serie televisiva Two and a Half Men (Dos hombres y medio), transmitida internacionalmente por el canal de televisión Warner y disponible en Internet, con el fin de identificar contenidos que promuevan estereotipos de género y discutir sobre el papel que ejercen los medios de comunicación en las sociedades a partir de los elementos identificados en la serie.

2. Si la actividad había sido programada con anticipación:

2.1 *Objetivos que se tenían planificados para ella:*

Reflexionar críticamente sobre el papel de los medios de comunicación social en la construcción de feminidades, masculinidades, estéticas, estereotipos y prejuicios basados en género y orientación sexual.

Analizar situaciones concretas sobre los roles sociales de hombres y mujeres.

2.2 Resultados alcanzados

a) *En relación con los objetivos previstos:*

Esta actividad sirvió para continuar la discusión de los tópicos llevados a colación en el foro anterior. Especialmente los referidos a parámetros estéticos privilegiados por la sociedad y a situaciones donde se pone la belleza sobre la salud, la influencia de los estereotipos en las decisiones personales. La serie televisiva seleccionada para el análisis resultó idónea para cuestionar los estereotipos sobre la mujer, la idea de éxito promovida en la sociedad, las actitudes “masculinas” aplaudidas desde posiciones machistas y las etiquetas asignadas a las personas en ciertos contextos según su género, conductas, apariencia y preferencias.

b) *Resultados no previstos anteriormente:* Ninguno a destacar.

3. **Impresiones y observaciones sobre la actividad:**

La selección de una serie televisiva de gran popularidad en Latinoamérica (y, particularmente, en Venezuela) como *Two and a Half Men* fue asertiva, ya que colocó a las(os) estudiantes en posición de autoanálisis, en tanto que todas(os) conocían la serie y acostumbraban verla.

En el ejercicio identificaron diversos estereotipos presentes en la serie, y la influencia que pueden tener en afianzarlos en la práctica, pues en prácticamente todas las intervenciones se hizo énfasis en que dichos estereotipos no son creados por las series, sino que existen en nuestras sociedades, pero al estar representados en series tan exitosas como esta contribuyen a su reforzamiento en la práctica, al proyectar una imagen de la mujer donde “[...] bonitas o no, siempre terminan siendo las intensas o fastidiosas con mentalidad de arpía [...]” y que afianza una postura en la que “[...] lo femenino, a pesar de todas las mujeres que pasan por la serie; sigue girando en torno al físico. Inteligente o no, las mujeres de Charlie tienen que ser bellas”. Al respecto, las intervenciones también apuntaron que “[...] el problema radica en que hoy en día lo que es considerado ‘bonito’ por la sociedad tiene que ver

con un ideal de belleza que va, muchas veces, más allá de lo que una mujer normal puede ser”.

Fueron igualmente destacados los estereotipos que la serie refuerza al promover conductas en las que “[...] aunque la serie es súper cómica es lamentable como nos vende muchos antivalores como reflejo del éxito”, y “[...] no sólo se denigra la imagen femenina sino también, en cierto sentido, la masculina, ya que el hermano de Charlie, Alan, está totalmente sumiso ante la imagen del protagonista de la serie”, colocándolo como “[...] el perdedor de Alan, que hace ver a un hombre trabajador y de medianos ingresos como no exitoso, el cual es divorciado y no tiene suerte para conquistar a alguna mujer” y como “el amigo homosexual” de la novia de Charlie por acompañarla al cine, de compras y conversar con ella sin estar motivado por un interés sexual.

4. Documentos de referencia sobre esta actividad:

Programa del curso.

Plan de clase.

Instructivo de la Sesión 4.

Pág. 9 de la Guía Conceptual del curso.

Links de capítulos de serie de TV sugeridos para la discusión.

Materiales bibliográficos de apoyo:

Prácticas discursivas en torno a lo femenino en la comunicación publicitaria. (Arias, María Antonia 2003)

Modelos de masculinidad y medios de comunicación. (Segarra, Marta 2000)

REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 9

Nombre: Jessica Gerdel

Proyecto/Área/ Programa/Sección: Asignatura Comunicación y Género, Escuela de Comunicación Social, Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

Fecha: Del 2 al 9 de Diciembre de 2011.

1. Qué se hizo: Foro de discusión “Las redes sociales, ¿el nuevo ring de la violencia de género?”

1.1 Dónde se realizó: Aula virtual, sesión 4.

1.2 Quiénes y cuántas personas participaron: Docente y 29 estudiantes.

1.3 Duración: Una (1) semana.

1.4 Descripción de la actividad: A partir de un artículo de prensa titulado “Las redes sociales, ¿el nuevo ring de la violencia de género?” se propone el análisis y reflexión acerca de las nuevas tecnologías como espacios de participación, democratización y análisis crítico, considerando tanto sus potencialidades como riesgos desde la perspectiva de género.

2. Si la actividad había sido programada con anticipación:

2.1 Objetivos que se tenían planificados para ella:

Identificar las potencialidades de la comunicación social y de las tecnologías de información y comunicación para la superación de estereotipos y discriminación por razones de género.

2.2 Resultados alcanzados

a) En relación con los objetivos previstos:

El artículo de prensa publicado por la BBC sirvió de base para analizar los pro y los contra del desarrollo y auge actual de las redes sociales, así como los dilemas que ha planteado el desarrollo de las nuevas tecnologías para la conceptualización y

defensa de los derechos humanos, relacionando la discusión de modo especial con el tema de los estereotipos y la discriminación basados en el género.

b) Resultados no previstos anteriormente: Ninguno a destacar.

3. Impresiones y observaciones sobre la actividad

Tratándose de un tema tan cotidiano y presente en la vida de todos(as), resulta relevante reflexionar sobre el desarrollo de las nuevas tecnologías y la influencia que tienen en nuestras vidas. En el ámbito de la perspectiva de género tienen especial importancia, ya que en las redes sociales se desarrollan dinámicas que pueden prestarse fácilmente para la discriminación por razones de género u orientación sexual, así como convertirse en herramientas para la denuncia pública y la organización social en torno a iniciativas que combatan estereotipos y discriminaciones, tanto en las relaciones interpersonales como en ámbitos como la publicidad (ejemplo de lo cual son las numerosas campañas que han hecho uso de Twitter, Facebook y similares, para exigir a grandes empresas que dejen de usar contenidos sexistas en sus publicidades o para lograr que las principales revistas juveniles o dirigidas a un público femenino incluyan fotos sin intervenciones digitales en sus ediciones).

4. Documentos de referencia sobre esta actividad:

Programa del curso.

Plan de clase.

Instructivo de la Sesión 4.

Pág. 9 de la Guía Conceptual del curso.

FORMATO FACILITADO A LAS(OS) ESTUDIANTES PARA LA SESIÓN 5

Comunicación y género
Sesión 05

Duración

6 semanas distribuidas en: la semana 1 será virtual. Luego 5 semanas de encuentros presenciales.

Módulos y temas

Unidad V Género y ciudadanía.

Temas

5. Los temas de género en las agendas electorales: derechos civiles y políticos, así como participación femenina.
6. La posible contribución de los medios de comunicación a una sociedad igualitaria.

Competencias a desarrollar

- Explora vías posibles para la incorporación del enfoque de género en el ejercicio profesional de la comunicación social.

¿Qué haremos?	¿Cómo lo haremos?	Compromisos
<p>1. Foro-Café: Género y ciudadanía.</p> <p><i>Conversaremos sobre el género y el ejercicio de la ciudadanía. Tenemos 1 semana para ello.</i></p>	 <p>Actividad en línea (1 semana)</p> <p>Primero debemos realizar la lectura sugerida para esta unidad que podemos encontrar en la ruta: “Sesiones de aprendizaje→Sesión 5→Recursos de la sesión→ Lecturas”.</p> <p>Luego conversemos sobre el género y el ejercicio de la ciudadanía, y sobre cómo pueden contribuir los medios a construir una sociedad con igualdad de derechos para hombres y mujeres.</p> <p>Sigamos la ruta para ver los trabajos en el área: “Sesiones de aprendizaje→ Sesión 5→Recursos de la sesión→Foro-Café: Género y ciudadanía”</p> <p>Es importante conocer que cuando usamos el término de “participar en la discusión”, se busca que haya una interacción con el resto de la comunidad y no un comentario aislado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participar en el Foro-Café: Género y ciudadanía. <ul style="list-style-type: none"> ○ Realizar las lecturas sugeridas. ○ Participar en la discusión. ○ Leer las intervenciones de los compañeros y responder, al menos, a una de ellas.



A partir de aquí comenzaremos a organizarnos de manera presencial, para ello contamos con 5 semanas, para realizar las diferentes actividades.

Debemos estar en constante comunicación con nuestra tutora, de modo que contemos con las indicaciones de los días en que nos reuniremos, salón de clase, hora y las acciones que pondremos en práctica para que el proyecto sea todo un éxito.

Actividades que realizaremos de manera presencial (5 semanas)		
<p>2. Conversatorio: El final o el comienzo.</p> <p><i>Conversaremos sobre el trabajo final. Contamos con 1 semana.</i></p>	<p>1 Semana.</p> <p> Conversaremos sobre el trabajo final que debemos realizar, además veremos algunas muestras que incentivan el cambio de pensamiento acerca del género y propondremos nuestras ideas iniciales sobre el trabajo que deseamos hacer. Contamos con 1 semana para realizar esta actividad.</p> <p> Debemos estar atentos de cuándo serán nuestros encuentros: el día, la hora y el salón.</p>	<p>- Conversatorio: El final o el comienzo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Establecer las líneas de acción. ○ Cumplir con los compromisos establecidos.
<p>3. Conversatorio 2: Compartiendo nuestros avances.</p> <p><i>Entrega de los avances de nuestro proyecto. Tenemos 2 semanas.</i></p>	<p>2 Semanas.</p> <p> Esta reunión será para entregar los avances de nuestro proyecto, así como para discutir con nuestra tutora y compañeros sobre la actividad.</p> <p>También llegaremos a acuerdos iniciales sobre la logística del evento donde expondremos nuestros proyectos.</p> <p> Debemos estar atentos de cuándo serán nuestros encuentros: el día, la hora y el salón.</p>	<p>- Conversatorio 2: Compartiendo nuestros avances.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Entrega de los avances del proyecto. ○ Acordar sobre la logística del evento.

<p>4. Discusión: Acerca de la logística del evento. <i>Nos mantendremos comunicados sobre la planificación del evento. Trabajaremos en paralelo esta discusión.</i></p>	 <p>Esta discusión será virtual y estará activa durante las 2 semanas disponibles para el conversatorio 2.</p> <p>Nos servirá para mantenernos comunicados sobre la planificación del evento donde expondremos nuestros proyectos. Entre las cosas que discutiremos estará presente: ¿Qué nombre le colocaremos a la muestra? ¿Dónde lo haremos? ¿Cómo nos gustaría que fuese la decoración de la misma? ¿Cómo haremos la convocatoria para que la comunidad universitaria asista?</p> <p>Para participar sigamos la ruta: “Sesiones de aprendizaje→ Sesión 5→Recursos de la sesión→Discusión: Acerca de la logística del evento.”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participar en la discusión: Acerca de la logística del evento. <ul style="list-style-type: none"> o Trataremos de dar respuesta a las interrogantes planteadas.
<p>5. Conversatorio 3: Aterrizaje final. <i>Entrega final de nuestro proyecto. Tenemos 1 semana para esta actividad.</i></p>	 <p>1 semana.</p> <p>Entregaremos nuestro proyecto y conversaremos sobre los últimos ajustes de logística que hagan falta para nuestra exposición, las actividades realizadas durante el curso y nuestros aprendizajes.</p>  <p>Debemos estar atentos de cuándo serán nuestros encuentros: el día, la hora y el salón.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participar en el Conversatorio 3: Aterrizaje final. <ul style="list-style-type: none"> o Entrega del proyecto. o Conversar sobre los últimos ajustes.
<p>6. Semana de cierre: Mostrando nuestros proyectos. <i>Expondremos nuestros proyectos. Tenemos 1 semana para ello.</i></p>	 <p>1 Semana.</p> <p>Realizaremos una exposición para la comunidad ucabista, que contribuya mediante los diferentes medios utilizados a promocionar la igualdad de género en la sociedad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participar en el cierre del curso <ul style="list-style-type: none"> o Mostrar nuestro proyecto.
<p>7. Discusión: Asesoría virtual. <i>Espacio destinado a monitorear algunas inquietudes en cuanto al proyecto.</i></p>	 <p>En caso de que necesitemos orientación u asesoría virtual, contamos con este espacio para proponer aquellas ideas o inquietudes que del proyecto se nos pueda presentar.</p> <p>Para participar, sigamos la ruta: “Sesiones de aprendizaje→Sesión 5→Recursos de la sesión→Discusión: Asesoría virtual”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participar de ser necesario.

REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LA SEMANA 10

Nombre: Jessica Gerdel

Proyecto/Área/ Programa/Sección: Asignatura Comunicación y Género, Escuela de Comunicación Social, Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

Fecha: Del 9 al 16 de Diciembre de 2011.

1. Qué se hizo: Foro de discusión “Género y ciudadanía”

1.1 Dónde se realizó: Aula virtual, sesión 5.

1.2 Quiénes y cuántas personas participaron: Docente y 29 estudiantes.

1.3 Duración: Una (1) semana.

1.4 Descripción de la actividad: En el foro se desarrolla una reflexión basada en las lecturas sugeridas para la unidad V del curso. En él se conversa sobre el género y el ejercicio de la ciudadanía: ¿Cómo es el ejercicio de derechos ciudadanos en el caso de hombres y de mujeres? ¿Cómo es la participación de cada uno(a) en la vida pública? ¿Qué se puede analizar al respecto en los procesos electorales vividos por los(as) participantes?

2. Si la actividad había sido programada con anticipación:

2.1 Objetivos que se tenían planificados para ella:

Valorar el rol de la comunicación en los procesos de construcción de feminidades y masculinidades, y su impacto en el ejercicio de la ciudadanía, aplicando la perspectiva de género al ámbito de los derechos civiles y políticos.

2.2 Resultados alcanzados

a) En relación con los objetivos previstos:

En este foro las(os) participantes lograron engranar de modo muy atinado los temas que se fueron discutiendo a lo largo del semestre acerca de los estereotipos que suelen asociarse a las mujeres, junto con el efecto que estos tienen en el acceso

de mujeres a cargos públicos o empresariales que impliquen gerencia o cuotas significativas de poder y decisión. De igual forma, se destacó el papel de los medios de comunicación en la modificación de esos estereotipos.

b) Resultados no previstos anteriormente: Ninguno a destacar.

3. Impresiones y observaciones sobre la actividad:

La principal idea expuesta por las(os) participantes estuvo referida a que la igualdad de género implica que tanto hombres como mujeres tengan igualdad de oportunidades, sin importar cuál sea su género para que sean reconocidas sus capacidades y méritos. La reflexión sobre el papel de los medios de comunicación y su posible contribución a la modificación de estereotipos que impiden esa igualdad de oportunidades fue significativa, señalando lo que cada participante había interiorizado acerca de la responsabilidad ética que implicaría su ejercicio profesional. Fueron igualmente interesantes los ejemplos que los(as) participantes encontraron en su cotidianidad y en los últimos procesos electorales que han tenido lugar en Venezuela, lo cual permitió dar un aterrizaje práctico más sólido a los puntos discutidos y revisados en la bibliografía.

4. Documentos de referencia sobre esta actividad:

Programa del curso.

Plan de clase.

Instructivo de la Sesión 5.

Pág. 10 de la Guía Conceptual del curso.

Materiales bibliográficos:

Las mujeres en la política latinoamericana: Nuevos liderazgos, viejos obstáculos (2008).

Sujetos, política y ciudadanía (2007).

Ciudadanas de vinilo: La (im)perfección corporal (2001)

REGISTRO DE ACTIVIDADES DE LAS SEMANAS 11-15

Nombre: Jessica Gerdel

Proyecto/Área/ Programa/Sección: Asignatura Comunicación y Género, Escuela de Comunicación Social, Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

Fecha: Del 7 de Enero al 11 de Febrero de 2012.

1. Qué se hizo: Trabajo final

1.1 Dónde se realizó: Aula virtual, sesión 5, con una sesión presencial en la semana 11.

1.2 Quiénes y cuántas personas participaron: Docente y 29 estudiantes.

1.3 Duración: Cinco (5) semanas.

1.4 Descripción de la actividad: Se destinan las últimas cinco (5) semanas del curso a la ejecución de varias etapas, donde el objetivo es concretar todo lo discutido y analizado en el mismo, plasmándolo en una propuesta concreta de cómo se puede propiciar una sociedad con igualdad de derechos para hombres y mujeres desde el ejercicio de la Comunicación Social. El producto de estas actividades es el trabajo final de la asignatura, donde cada participante realiza un producto comunicacional que incentive el cambio de pensamiento acerca del género.

En este contexto, el término “producto comunicacional” se refiere a cualquier producción que pueda ser realizada en el campo de la Comunicación Social, desde investigaciones documentales conducentes a artículos académicos hasta cortometrajes, campañas publicitarias, propagandas, piezas teatrales, etc. El campo de creación es totalmente abierto a las ideas y propuestas de cada participante, siempre que incluyan los contenidos abordados en la materia y demuestren la comprensión de los mismos.

Durante este proceso, las(os) estudiantes cuentan con la asesoría de la docente del curso, tanto en el aula virtual como de modo presencial. Durante estas

semanas se pautan entregas parciales de los avances de cada estudiante, a fin de contar con un acompañamiento que asegure los mejores resultados en sus trabajos finales, y se sugiere la posibilidad de exponerlos en una muestra para la comunidad universitaria, cuya organización estaría a cargo de los(as) estudiantes con apoyo de la docente.

2. Si la actividad había sido programada con anticipación:

2.1 Objetivos que se tenían planificados para ella:

Explorar vías posibles para la incorporación del enfoque de género en el ejercicio profesional de la Comunicación Social, proponiendo una aplicación práctica concreta de los contenidos abordados en el curso.

2.2 Resultados alcanzados

a) En relación con los objetivos previstos:

La actividad brindó resultados muy positivos e interesantes, ya que fue diseñada de modo que cada estudiante tuviese total libertad para seleccionar en qué actividad específica deseaba aplicar los contenidos vistos en la asignatura.

b) Resultados no previstos anteriormente: Ninguno a destacar.

3. Impresiones y observaciones sobre la actividad:

La creatividad de los(as) estudiantes se dejó ver en los trabajos que realizaron, los cuales incluyeron ensayos fotográficos, ensayos académicos, diseño de afiches, conceptualización de campañas publicitarias y de concientización (al respecto, cabe destacar el trabajo de una estudiante, quien diseñó un plan de medios para Fundamujer, ONG que existe en Venezuela, y por lo que se le puso en contacto con la Directora de la fundación, con el fin de que su trabajo tenga una aplicación práctica y sirva de insumo para Fundamujer). Algunos de estos trabajos se incluyen en la sección de anexos de la presente sistematización, y el total de trabajos presentados tanto en la primera edición de la asignatura (objeto de esta sistematización) como en la segunda, pueden ser consultados en el blog

<http://comunicaciongeneroucab.wordpress.com>, el cual fue realizado como trabajo final por dos estudiantes de la última edición.

4. Documentos de referencia sobre esta actividad:

Programa del curso / Plan de clase / Instructivo de la Sesión 5 / Pág. 11 de la Guía Conceptual del curso.

CONCLUSIONES

A partir de la sistematización de esta experiencia formativa con estudiantes de Comunicación Social, resulta posible comprender que visibilizar el papel de los medios de comunicación en la configuración de estereotipos de género es imprescindible en la formación de profesionales del área.

La incorporación de esta reflexión en la formación de futuros(as) comunicadores(as) sociales resulta pertinente y necesaria, ya que al no tener una visión crítica al respecto pueden ser más proclives a reproducir las prácticas estereotipadas y discriminatorias analizadas, contribuyendo además con su reproducción y difusión a gran escala, al generar mensajes dirigidos a sectores cuantitativamente considerables de población.

La premisa de la que se parte, y que ha conducido este trabajo, señala que la capacidad de identificar la desigualdad en las relaciones entre hombres y mujeres, así como situaciones de discriminación y vulneración de derechos humanos, junto con la posibilidad de efectuar su denuncia desde el espacio privilegiado de los medios de comunicación para su difusión y discusión pública, permite avanzar en la generación de mecanismos que aseguren el respeto de esos derechos y promuevan valores identificados con una cultura democrática.

De lo que se trata es, en principio, de aprender a mirar y, a partir de esa nueva mirada, aprender a representar(nos). Tomar conciencia del papel de los medios de comunicación en las sociedades actuales, y del poder simbólico que ejercen, es un primer paso para el reconocimiento de la posición privilegiada en la que se hallan estos medios para propiciar un cambio cultural favorable. Ello debe, por supuesto, ir aunado a una profunda y permanente reflexión ética sobre la responsabilidad que conlleva la producción y difusión de mensajes mediáticos, en tanto que sin esa dimensión pragmática se puede correr el riesgo de simplemente sustituir unos

estereotipos discriminatorios y excluyentes por otros con los mismos efectos. Es ahí donde radica la importancia medular de formar ciudadanos(as) con sentido crítico y profesionales de la Comunicación Social conscientes del impacto de su ejercicio en las sociedades a las que transmiten sus mensajes, atentos(as) a las posibles consecuencias de su selección, interpretación y construcción de discursos en torno a lo que acontece y a los modos en que son representados tanto hombres como mujeres.

La posibilidad de evaluar la experiencia de la asignatura *Comunicación y Género* permitió reconstruirla en un registro donde los aspectos significativos de la dinámica resultan más identificables y susceptibles de ser articulados con información disponible -bibliográfica y de diverso tipo- acerca del papel de los medios de comunicación en la construcción de estereotipos de género, y con la reflexión acerca de sus potencialidades para propiciar cambios favorables en la construcción social de masculinidades y feminidades.

La que podría identificarse como situación inicial en este campo, tiene relación con posturas que minimizan u omiten la importancia de la discusión, análisis, reflexión e intervención en temas referidos a estereotipos, desigualdades y vulneración de derechos con base en el género de las personas. Al respecto, resulta frecuente toparse con comentarios de tipo *¿para qué incorporar ese tema a la formación académica, si ya está superado pues hay mujeres en el mercado laboral?* o similares. Así, se plantea como un primer reto la visibilización y concientización acerca de la existencia y vigencia del problema, así como del reconocimiento y comprensión del género como una construcción social, y no como mero resultado automático de la biología.

Dicha reflexión, unida al cuestionamiento ético de la profesión en estudiantes de Comunicación Social, puede contribuir de modo significativo a formar profesionales más conscientes de las consecuencias de los contenidos que crean y difunden, y más proclives a producir mensajes que contribuyan a fomentar una visión

equilibrada y no estereotipada de lo que significa ser hombre o mujer en nuestra sociedad, lo cual tiene un efecto importantísimo en la práctica, ya que nuestras ideas sobre lo que puede o no hacer una mujer o un hombre y sobre los comportamientos, estéticas y actitudes que la sociedad espera de cada uno(a) repercuten en las opciones con que contarán en todos los ámbitos de su vida.

Orientados por ese horizonte, puede decirse que los objetivos de la asignatura fueron alcanzados satisfactoriamente. En sus intervenciones, los(as) estudiantes manifestaron comprender el género como un término referido a la construcción social de la identidad, a diferencia del sexo como componente biológico; así como lo referido al papel del lenguaje en la construcción social del género y la función de los medios de comunicación en ese proceso, donde precisamente el lenguaje es su principal herramienta. Desde la fase inicial de la asignatura identificaron exigencias que podrían hacerse al aparato educativo formal para incorporar en la formación de niños(as), adolescentes y adultos temas orientados a conocer y comprender el género como una construcción y sus implicaciones en las formas de relación en la sociedad, así como de acceso a derechos, actividades, roles y ejercicio ciudadano en ese contexto, resaltando que el desconocimiento de estos elementos se encuentra en la médula de muchos prejuicios y estereotipos de género.

Resultó de interés la dinámica propiciada por la formulación de una asignatura dictada en modalidad virtual. Al respecto, en primer lugar, se rescatan los aprendizajes de todo el proceso de “traducción” de un programa académico de contenidos a una estructura pensada para un entorno virtual de aprendizaje, lo cual exige idear formas alternativas de abordaje de los temas, más allá de las exposiciones docentes y los debates presenciales que resultan, tal vez, la metodología más frecuente de una clase presencial.

En segundo lugar, fue llamativo el efecto generado en la comunidad estudiantil por la oferta de la asignatura en modalidad virtual, en tanto que la primera vez que la misma fue ofertada (en modalidad presencial) recibió muy pocas

inscripciones de interesados(as) en el tema, mientras que al ser ofrecida en modalidad virtual generó una receptividad mucho mayor, en la que incluso muchas personas que no tenían una idea previa del tema se animaron a inscribirla porque les generaba curiosidad experimentar la nueva modalidad de cursada, al punto de requerirse la apertura de dos secciones para la asignatura durante el semestre. Este fenómeno da pie a considerar la modalidad virtual como un agregado importante, que ayudaría a vincular con el tema a personas que inicialmente no se habrían aproximado a él, lo cual muchas veces es la exigencia apremiante de temas como el del enfoque de género, para cuyo avance resulta imprescindible ir vinculando a toda la población, tanto a hombres como a mujeres, y muy especialmente a aquellos(as) que ignoran la existencia misma del problema.

El ejercicio de sistematización permitió, igualmente, detectar puntos en los que pueden incorporarse mejoras a la planificación de actividades y dinámicas de la asignatura para futuras ediciones. Especialmente en lo referido a la incorporación de otras modalidades de seguimiento, evaluación e intercambio de opiniones sobre cada tema en un entorno virtual de aprendizaje, ya que, por ejemplo, el uso de los foros de discusión –herramienta que en entornos presenciales suele proveer dinamismo y mayor facilidad de abarcar ampliamente los temas, profundizando en ellos con un óptimo aprovechamiento del tiempo de clases– exige una dedicación en tiempo mucho mayor para el seguimiento y evaluación que en la modalidad presencial, y pudiera generar cierto desgaste también en los(as) estudiantes.

En consonancia con ello, las unidades de contenido que incluyeron actividades estilo test, autoevaluaciones, análisis de publicidades, contenidos web o series de TV, reportaron interesantes resultados, destacando la importancia de combinar la revisión bibliográfica y los foros de discusión con herramientas que permiten al/la estudiante contrastar las abstracciones y contenidos teóricos con materiales específicos propios de la aplicación práctica de su profesión.

En lo referido a la modalidad utilizada para el trabajo final, se encontró que la misma brinda óptimos resultados, en tanto que permite a los(as) participantes trabajar en un proyecto de su agrado al ser de libre elección y resulta una vía idónea para que lleven a la práctica los contenidos de la asignatura, lo cual constituye un beneficio para ellos(as) al ayudarles a terminar de “aterrizar” en su práctica profesional una serie de contenidos teóricos y, desde la docencia, ayuda también a verificar el grado de comprensión de los temas por parte de los(as) estudiantes.

Igualmente, la reflexión en torno a cada actividad, tanto durante su realización como en la sistematización de la experiencia, da luces sobre los materiales que conviene modificar en futuras ediciones de la materia, con el fin de ensayar ejemplos distintos que pudieran brindar mejores resultados. Ejemplo de ello lo constituye el artículo de prensa usado para la discusión sobre la invisibilización de la mujer en los contenidos noticiosos, el cual no brindó el apoyo esperado en la actividad.

También puede destacarse que, tratándose de estudiantes de Comunicación Social y tomando en cuenta el rango etario en el que suelen ubicarse, los materiales que generan una mayor receptividad son aquellos que contienen piezas audiovisuales o gráficas, acordes con los modos de ver y de estimular los sentidos que se han desarrollado de modo significativo en estos tiempos, no sólo a través de la televisión y el cine, sino también de los productos informáticos desde los que se accede a la información, cuya *hipertextualidad* desafía la linealidad de los textos de estudio tradicionalmente utilizados. De este modo, resulta importante lograr vincular ambos tipos de materiales, en tanto que el apoyo bibliográfico sigue siendo fundamental, pero su uso único pudiera contrastar con el dinamismo que los(as) estudiantes esperan en sus procesos de aprendizaje, en general, y particularmente en una asignatura virtual.

En síntesis, partiendo de que los medios de comunicación social juegan un papel importantísimo en la construcción de la realidad, este trabajo permitió reafirmar que la comprensión y visibilización del papel que estos ejercen en la configuración de

estereotipos de género resulta imprescindible en la formación de profesionales del área.

Los(as) estudiantes que participaron en la experiencia formativa descubrieron que reproducían este tipo de prácticas en el ámbito de su vida interpersonal y señalaron la importancia de incorporar un cambio de visión sobre el género, tanto en su cotidianidad como en su ejercicio profesional, con miras a contribuir con un cambio en la sociedad a partir de los contenidos producidos y difundidos por los medios en los que se desempeñarán laboralmente. Así, la sistematización de esta experiencia constituye un punto de partida para iniciativas similares y da cuenta de cambios suscitados en sus participantes tras cursar la asignatura como parte de su formación académica, demostrando la pertinencia e importancia de que este tipo de contenidos sean incorporados en los programas de estudio de Comunicación Social (lo cual es igualmente extensible a muchas otras carreras, entendiendo el género como dimensión transversal de las otras áreas de conocimiento), y no sólo en la oferta de asignaturas electivas sino como componente fundamental de la formación.

BIBLIOGRAFÍA

Arias, María Antonia (2003) *Prácticas discursivas en torno a lo femenino en la comunicación publicitaria*.

Blanco, Elena (2005) *Violencia de género y publicidad sexista*. En *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, septiembre, número 091, págs.: 50-55. Quito: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.

Callirgos, Juan C. (1998) *Identidad masculina y ciclo vital*. Lima: Escuela para el desarrollo, segunda edición.

FAO, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2004) *Guía Metodológica de Sistematización*. Honduras: FAO.

Fernández, Josefina (2004) *Cuerpos desobedientes: travestismo e identidad género*. Buenos Aires: Edhasa.

Fernández Poncela, Anna (2008) *Las mujeres en la política latinoamericana: Nuevos liderazgos, viejos obstáculos*. En *Nueva Sociedad*, número 218, noviembre-diciembre 2008, págs. 57-71. Disponible en: http://www.nuso.org/upload/articulos/3571_1.pdf

Foucault, Michel ([1970] 2005) *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets Editores.

_____ ([1976] 2007) *Historia de la sexualidad*. Madrid: Siglo XXI Editores.

Garrido, Alicia (2001) *La transmisión de estereotipos de género a través de la Publicidad*. En Blanca Muñoz (coordinadora), *Medios de comunicación, mujeres y*

cambio cultural, págs.: 325-347. Madrid: Dirección General de la Mujer de la Comunidad de Madrid, Consejería de Servicios Sociales.

Giberti, Eva (2003) *Transgéneros: síntesis y aperturas*. En Maffía, Diana (Ed.), *Sexualidades migrantes. Género y transgénero*. Argentina: Feminaria Editora. Disponible en: http://www.institutoarendt.com.ar/salon/Sexualidades_Migrantes.pdf

Goffman, Erving (1991) *La ritualización de la feminidad*. En Goffman, E. (1988 post.) *Los momentos y sus hombres* [Textos seleccionados y presentados por Yves Winkin], págs. 135-168. Barcelona: Paidós. Disponible en: <https://www.box.com/shared/zxus5q5ryf>

González de Pérez, Ximena (2007) Análisis sobre la noción de <<cuarto poder>>: El rol simbólico y estético de los medios de comunicación. En Carlos Colina (compilador y coautor), *Ciudades Glocles. Estéticas e la vida cotidiana en las urbes venezolanas*, pp. 83-98. Caracas: Universidad Central de Venezuela.

González Jiménez, Rosa María (2009) Estudios de género en educación. Una rápida mirada. En *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, julio-septiembre 2009, vol. 14, número 42, pp. 681-699. México: Consejo Mexicano de Investigación Educativa.

Huggins, Magally (2005) *Género, políticas públicas y promoción de la calidad de vida*. Caracas: Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (Ildis).

Jara, Oscar (2006) *Guía para sistematizar experiencias*. Disponible en http://82.103.138.57/ebooks/0000/0813/6_UIC_GUI.pdf

Lamas, Marta (1996) La perspectiva de género. En *La Tarea*, Revista de educación y cultura de la sección 47 del SNTE, N° 8. Disponible en: <http://www.latarea.com.mx/articu/articu8/lamas8.htm> [Consultado el 10/11/2006]

_____ (2007) El género es cultura. En *V Campus Euroamericano de Cooperação Cultural*. Almada, Portugal. Disponible en: http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCEQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.oei.es%2Feuroamericano%2Fponencias_de_rechos_genero.php&ei=--lcUPKXN4W00AHtkoGgCA&usg=AFQjCNHCyriV6MGIU6948-ZrOiBgKtT6ZQ

Marino, Santiago (2009) Masivos o Corporativos. En *Página12*. Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-134631-2009-11-04.html>

Muñoz, Carlos B. (2004). Identidades translocales y orientación sexual en Caracas: arqueología, genealogía y tecnologías de la orientación sexual. [Monografía]. *Colección Monografías*, N° 2. Caracas: Programa Globalización, Cultura y Transformaciones Sociales, CIPOST, FaCES, Universidad Central de Venezuela. Disponible en: <http://www.globalcult.org.ve/monografias.htm>

Murillo, Soledad (2001) Ciudadanas de vinilo: La (im)perfección corporal. En Blanca Muñoz (coordinadora), *Medios de comunicación, mujeres y cambio cultural*, págs.: 375-387. Madrid: Dirección General de la Mujer de la Comunidad de Madrid, Consejería de Servicios Sociales.

Nichols, Bill (1997) *La representación de la realidad*. Barcelona: Paidós.

Proyecto de Monitoreo Global de Medios (2010) *¿Quién figura en las noticias?* Disponible en: http://www.whomakesthenews.org/images/stories/website/gmmp_reports/2010/global/gmmp_global_report_es.pdf

Radl, Rita (2001) Los medios de comunicación de masas y las imágenes en función del género: Sobre la influencia socializadora de la Televisión. En Blanca Muñoz (coord.), *Medios de Comunicación, Mujeres y Cambio Cultural*. Madrid: Dirección

General de la Mujer de la Comunidad de Madrid, Consejería de Servicios Sociales. Págs.: 93-121.

Santoro, Sonia (2007) La práctica del periodismo de género. En Sandra Chaer y Sonia Santoro (compiladoras), *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género*, págs. 137-152. Buenos Aires: Artemisa Comunicación Ediciones.

Sau, Victoria (1993) *Ser mujer: el fin de una imagen tradicional*. Barcelona: Icaria Editorial.

Segarra, Marta (2000) Modelos de masculinidad y medios de comunicación. En Marta Segarra y Àngels Carabí (eds.), *Nuevas masculinidades*, pp. 151-175. Barcelona: Icaria Editorial.

Serrano, Manuel Martín (1985) La mediación de los medios. En J. Martín-Barbero y Armando Silva; compiladores (1997), *Proyectar la Comunicación*, pp. 137-156. Bogotá: Tercer Mundo Editores.

Thompson, John (1998) *Los Media y la Modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Verdes, Purificación (2001) La contribución de los medios a una sociedad igualitaria. En Constanza Tobío (directora del curso), *Una nueva sociedad: mujeres y hombres a partes iguales*, págs. 247-266. Madrid: Dirección General de la Mujer.

ANEXOS

Muestra de trabajos finales realizados en la primera edición de la asignatura











Si le vas a gritar, que sea: **TE AMO**

25 de noviembre, Día Internacional Contra la Violencia de Género.



Si le vas a demostrar algo, que sea: **AMOR**

25 de noviembre, Día Internacional Contra la Violencia de Género.





