

CAPÍTULO 7

LA PERSPECTIVA DE GÉNERO, UN NUEVO RETO EN LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO

Norma Miriam Rodríguez Domínguez

A lo largo de la historia de la humanidad, el acto comunicativo ha pasado por diversas etapas acordes a su evolución en sociedad; ha llegado a ser enriquecido con métodos, técnicas y procedimientos transitando de una comunicación biológica a una masiva, y actualmente con las nuevas tecnologías a la era global de la comunicación digital.

La comunicación es un fenómeno trascendental que desde sus orígenes ha ocupado al mundo académico en construir su campo de conocimiento sus bases teóricas, metodológicas y epistemológicas; y como programa académico, ha gestado un discurso sobre las tradiciones teóricas que se supone están en la base de la práctica académica y profesional del comunicador; un discurso que se reproduce constantemente en los procesos de formación profesional y que ha sido propicio para que en la comunidad académica se produzca un acuerdo generalizado; hoy, somos entonces los herederos de una narrativa histórica que nos ha llevado a reproducir un discurso sobre nuestros orígenes conceptuales y sobre nuestras grandes tradiciones teóricas.

Pero todos esos discursos y registros comunicativos plasmados hasta nuestros días nos revelan una realidad que ha permanecido velada a lo largo del devenir de los años, la visión masculina de la comunicación. Por incontables años, nos han mencionado a Schramm, Laswell, Lazarsfeld y Hovland como los “padres fundadores de la teoría de la comunicación”, esto es un somero ejemplo de que la historia de dichos estudios se ha generado desde una visión sesgada, que hemos estado reproduciendo dentro de la tradición teórica, este acto discriminatorio fue puesto al descubierto con la participación de las mujeres en la ciencia.

Con la convicción de que esta es una visión androcéntrica y unilateral que priva de la participación femenina en la historia material e intelectual de la humanidad, surge el movimiento feminista como una reacción reivindicadora del papel de la mujer en todos los ámbitos del desarrollo humano; dicho

movimiento llegado a la academia propone una nueva perspectiva como parte de las corrientes sociológicas que buscan dar explicación a los diversos problemas de la humanidad y pretende aportar un corpus teórico para el abordaje de las ciencias sociales y la realidad actual.

Este nuevo paradigma puso en tela de juicio el discurso sexista de la ciencia porque abrió una nueva visión para abordar la problemática existencial tanto del hombre como de la mujer, desde distintos campos como el biológico, el antropológico, psicológico, cultural y, actualmente, el campo de la comunicación y educación.

En este sentido, los estudios superiores de comunicación en México han evolucionado desde lo que en un principio consistía en la preparación de periodistas profesionales para un mercado masculino, hasta la actual tendencia académica, en las generaciones más recientes, volcada hacia la formación de administradores y tecnólogos de la comunicación, abriendo el estudio a los diversos medios electrónicos e incrementando matrícula femenina sobre la masculina.

Pero, si bien es cierto, los planes de estudio de la carrera tienden a dar respuesta a las exigencias y demandas globales del neoliberalismo y la tecnologización con la formación de profesionales habilitados en la producción de mensajes para medios masivos, las relaciones públicas, la publicidad, el periodismo escrito y electrónico, en diseño y la mercadotecnia, no ha puesto la debida atención en la formación humana de la profesionalización de la comunicación con una visión crítica, incluyente y emancipadora.

De acuerdo a Rodríguez (1996), "En tres décadas, la enseñanza superior de comunicación en nuestro país aún no ha encontrado un perfil preciso y una identidad concreta" (p. i) para el egresado, varios son los factores como "los cambios curriculares que ha experimentado, la amplitud de áreas que ha pretendido abarcar, el incremento y proliferación [...] de escuelas que la imparten y la diversidad de planes de estudios" (p. i), según la institución que la oferte y la prevalencia de la visión masculina de la comunicación.

Ante este panorama cabe preguntarse ¿por qué pese a que en la carrera se ha incrementado el número de mujeres que la estudian, imparten y se insertan en los medios de comunicación, sigue prevaleciendo en mayor número los hombres en puestos directivos y en los contenidos una visión excluyente?

Importancia y aportaciones de la perspectiva de género

Sin duda alguna, lo que hoy en día conocemos como perspectiva de género tiene su origen desde el mismo instante en que se articula un pensamiento crítico en torno a la condición femenina, aspecto que remite a cualquier investigador a los años de la Revolución Francesa, teniendo en cuenta que durante esta etapa se produjo el primer movimiento social y político de las mujeres al calor de la Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano que proclamando las ideas de igualdad, fraternidad y libertad, no representaba los intereses femeninos.

Aun cuando esta primera oleada feminista no alcanzó plenamente sus objetivos, los acontecimientos vividos en la época no perdieron su fuerza y sirvieron para que años más tarde las mujeres volvieran a levantarse y exigir sus derechos, lo que se produjo a partir del auge del movimiento

sufragista en los países capitalistas durante el siglo XIX. Las nuevas circunstancias tenían como propósito lograr el derecho al voto por parte de las féminas, y así poder llegar al parlamento para cambiar el orden de vida femenino.

Luego, en el siglo XX, fundamentalmente en los años 60, se produce un tercer movimiento feminista, que bajo el signo de la Organización Nacional para las Mujeres (NOW), y el Movimiento de Liberación de la Mujer, en EEUU, dieron lugar a un nuevo despertar por parte de las mujeres, obteniendo cambios sustanciales para atenuar su condición en la sociedad, lo que ha posibilitado el fortalecimiento de esta corriente en las últimas décadas.

Sin embargo, el movimiento de mujeres se ha solidificado a lo largo de este período gracias a la preeminencia de la categoría género. (Fernández, 2011)

De tal modo, que el movimiento se expandió y abrió el acceso de las mujeres a la ciencia; destacadas figuras empiezan a realizar estudios biológicos y antropológicos sobre la diferenciación de sexos. Ya para esos años, las aportaciones femeninas se encaminaban a precisar que todo lo que se había establecido hasta esos días como la función biológica y psicológica de las mujeres no era otra cosa que una interpretación sesgada; es decir, el producto de la dominación y el sojuzgamiento masculino, también conocido como patriarcado.

"La mujer no hace se construye" esta frase marcó un hito en los círculos intelectuales y académicos, de los años cuarenta, cuando Simone de Beauvoir hablaba de la diferencia entre sexo y género, al demarcar que el sexo provenía de la herencia biológica y el género era un constructo social, con ello, sentaba las bases para el desarrollo de la Teoría de Género.

En 1955 John Money propuso el término "papel de género" para describir el conjunto de conductas atribuidas a los varones y a las mujeres, pero ha sido Robert Stoller quien estableció más claramente la diferencia conceptual entre sexo y género. Los sistemas de género se entienden como los conjuntos de prácticas, símbolos, representaciones, normas y valores sociales que las sociedades elaboran a partir de la diferencia sexual anatómico-fisiológica y que dan sentido a las relaciones entre personas sexuadas (De Barbieri, 1990). (Gamba, 2008, p. 2)

Particularmente, es importante destacar que los Estudios de Género aparecen en los años setenta y se fueron incorporando a todas las áreas de las Ciencias Sociales, obligándolas a revisarse, y poniendo en crisis sus paradigmas. Los aportes provienen de la Teoría Feminista Académica con su minuciosidad, rigor y de la Metodología de Género inspirada en los principios de la Academia: Integración, conexión, entre teoría y praxis para cambiar el orden de las cosas de la relación desigual entre hombres y mujeres en la sociedad (Comesaña, 2008).

A partir de entonces, comienzan cambios sustanciales con la incursión de las mujeres en los ámbitos políticos, laborales, culturales y académicos. El feminismo va ganando terreno y esto permite disertar sobre bases filosóficas y epistemológicas de una ciencia que rompe el paradigma androcentrista, y que busca impulsar la equidad entre hombres y mujeres.

Por consiguiente, se hicieron diversos estudios (Stoller, 1968; Laqueur, 1994; Scott, 1996, citado por Lamas, 2002; Woodward, 1997; Kovacs, 1972; Courtney y Whipple, 1983; entre otros), en los que la diferencia entre sexo y género llegó a constituir la pieza fundamental para determinar que la sexualidad proviene de nuestra herencia biológica y que el género es una construcción sociocultural que puede ser deconstruido.

Por tanto, los estudios de género, son el conjunto de reflexiones y la producción de conocimientos que se han conformado como un corpus teórico que se hicieron en la historia sobre las consecuencias y significados que tiene pertenecer a cada uno de los sexos (Gomariz, 1992).

Una característica notable del desarrollo del debate teórico de género es el hecho de haber propiciado enfoques interdisciplinarios que incorporan y articulan contribuciones de grandes áreas de conocimientos de las ciencias humanas y sociales como de la sociología, del análisis histórico, la teoría política, la antropología, la psicología y el psicoanálisis. (Bonan y Guzmán, 2013, p. 1)

En tal sentido, es importante establecer que la “Perspectiva de Género” es el marco teórico que:

favorece el ejercicio de una lectura crítica y cuestionadora de la realidad para analizar y transformar la situación de las personas. Se trata así, de crear nuevas construcciones de sentido para que hombres y mujeres visualicen su masculinidad y su femineidad a través de vínculos no jerarquizados ni discriminatorios. (Gamboa, 2008)

Lo cierto es que, bajo la perspectiva de género se han realizado, en las últimas cuatro décadas, investigaciones centradas en el estudio de los roles y estereotipos de género en los medios de comunicación.

Buena parte del conocimiento se debe a las aportaciones llegadas desde disciplinas y ámbitos diversos, como la psicología, la sociología, la antropología, la lingüística, la semiótica y la comunicación. La mayoría de ellas expresan la reiterada presencia de estereotipos tradicionales y la escasa práctica de representaciones no sexistas. (García y Martínez, 2008, p. 112)

En la década de los sesenta se habían publicado 150 estudios sobre roles sexuales en la publicación americana “Psychological Abstracts” (Ruble y Ruble, 1982) y Friedan, ya en 1963, denunció la discriminación de las mujeres en los medios de comunicación en la obra *Feminine mystique*. (García y Martínez, 2008, p. 113)

Si bien, para Lamas (2000) la sociedad establece roles diferentes a mujeres y hombres, lo cual está muy vinculado con la división sexual del trabajo: lo privado para las primeras y lo público para los segundos. Así, los roles asignados a las mujeres son de esposa-madre-hijas y para los hombres les atañen las relaciones de poder y de autoridad.

En tanto, para Bustos (2005):

los roles de género marcan una desigualdad en la participación de unas y otros a nivel familiar, económico, político, cultural, laboral, educativo, etc., al poner en serias desventajas a las mujeres en comparación con los hombres, con repercusiones también a nivel de la autoestima de las mujeres. (Rodríguez, 2015, p. 3805)

Los estereotipos han funcionado durante muchos años como fuertes obstáculos para que las mujeres sean tratadas de manera digna y equitativa, y como limitantes de sus derechos a la igualdad de oportunidades en la educación, el trabajo, la familia y la sociedad. En tanto que a los varones les ha negado el derecho a expresar sus afectos bajo el supuesto de la fortaleza y la insensibilidad. De tal suerte que, los estereotipos se han erigido en agentes de desigualdad y discriminación entre los sexos impidiendo su desarrollo personal e integral (Loría, 1998). (INMUJERES, 2007, p. 15)

Además, otra área de la comunicación abordada por los estudios de género es el lenguaje, que para Pérez (2011):

una de las formas más sutiles de transmitir esta discriminación es a través de la lengua, ya que ésta no es más que el reflejo de los valores, del pensamiento, de la sociedad que la crea y utiliza. Nada de lo que decimos en cada momento de nuestra vida es neutro: todas las palabras tienen una lectura de género. Así, la lengua no sólo refleja, sino que también transmite y refuerza los estereotipos y roles considerados adecuados para mujeres y hombres en una sociedad. (p. 7)

Por tanto, el lenguaje, piedra angular de la comunicación, se convierte en un poderoso agente socializador, a través de él se aprende y asimilan los valores de nuestra sociedad, se estructura nuestra forma de pensar y de ver el mundo. El lenguaje en el entorno familiar será el primer acercamiento a la socialización, por medio de éste se generará el aprendizaje de roles y estereotipos de género en la niñez y jóvenes, a través de la relación con sus padres, madres y profesorado.

Ahora bien, las instituciones de educación de manera inconsciente transmiten y reflejan, aún en la escuela mixta, el sexismo, porque desde el lenguaje hasta el currículo o la división interna de tareas sigue estando regido por un androcentrismo general en la sociedad, que da más valor a las prácticas y valores tradicionalmente masculinos que a los femeninos (Subirats y Tomé, 2007).

En este sentido, la escuela se constituye como un agente importante de socialización que, como mediación institucional, puede influir en la perpetuación o bien en la deconstrucción de roles y estereotipos no equitativos, que forman parte de un constructo psicosocial lleno de prejuicios contra la mujer.

En este caso, las Instituciones de Educación Superior (IES) que imparten la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (LCC), son agentes de socialización que en gran medida colaboran en la formación de los valores y normas sociales en los jóvenes. Refuerza los papeles adecuados para mujeres y hombres en una sociedad, ya establecidos como constructos socio-culturales, pero también están en la posibilidad de generar la deconstrucción de roles y estereotipos que tienden a la desigualdad de género.

Por tanto, el estudio de la Comunicación como disciplina de las Ciencias Sociales puede aportar conocimientos teóricos-metodológicos para entender todos los constructos sociales y culturales que han conformado estos roles y estereotipos que marginan, denigran y objetivan el papel de la mujer en la sociedad actual; pero la situación es otra.

Panorama de la Ciencia de la Comunicación en México

El sistema educativo mexicano, como ocurre en diversos países del mundo, se encuentra dividido en dos grandes grupos de instituciones de acuerdo a la modalidad de financiamiento y gestión administrativa que las sustentan: instituciones de carácter público y las privadas. Las instituciones públicas son financiadas mediante subsidios del Estado y pueden ser dependientes del gobierno central o las que con capacidad de autogestión académica y administrativas se acogen al estatuto de autonomía; y las privadas financiadas con recursos propios.

Cabe hacer mención que, a nivel universitario, la oferta de educación pública era predominante hasta la década de los setenta. Sostenidas primordialmente mediante subsidios estatales, las universidades e institutos tecnológicos de los estados y las dos grandes instituciones educativas de nivel superior en la capital del país, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el Instituto Politécnico Nacional (IPN), atendían al 90% del total de estudiantes de nivel superior en todo el territorio.

No obstante, a partir de la década de los ochenta, por la tendencia neoliberal y de privatización de los gobiernos se generó un impulso a la proliferación de IES privadas que se caracterizaron por mejorar su nivel académico con actualizaciones e innovación curricular, aplicación de tecnología de punta, laboratorios y talleres dotados con lo más moderno, atención personalizada para el alumnado, mejor nivel salarial para el personal docente y mayores posibilidades de inserción laboral terminal para sus egresados.

Mientras que el panorama para las IES públicas se tornó conflictivo, mermó su calidad de oferta educativa, principalmente por falta de recursos financieros, y los recortes presupuestales de que son objeto, la excesiva burocratización con la que operan, la obsolescencia de planes y programas de estudio y la falta de atención de que son objeto por parte de las distintas instancias de gobierno; por ello, no han registrado un incremento, ya que el 75% de las escuelas registradas son de carácter privado, frente a un 25% de las públicas de acuerdo al Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC, 2014, p. 11).

Bajo este panorama, la profesionalización de la comunicación en México surge con un enfoque periodístico en los años cincuenta con la creación de la escuela Carlos Septién García, la UNAM y la Universidad Veracruzana; se estableció pensando en satisfacer las necesidades del mercado laboral masculino en el campo de la prensa escrita.

En las décadas siguientes, con el desarrollo de la radio y la televisión, la carrera amplía su oferta incluyendo el estudio de dichos medios y se convierte en “Ciencias y Técnicas de la Información” en la Universidad Iberoamericana, le siguen la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA), el Instituto de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), la Universidad Autónoma de Guadalajara (UAG), la Universidad de Monterrey (UDEM) y el Instituto de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM).

En los años setenta, ya como “Ciencias de la Comunicación” abrieron la carrera las siguientes instituciones: la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), la Universidad Autónoma de Sinaloa (UAS), las ENEP Acatlán y Aragón de la UNAM, y la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (UAM-X).

En los ochenta, el número de IES que impartían la carrera fueron en aumento, el CONEICC contabilizó una matrícula de 25,972 estudiantes y 24,429 egresados de los cuales 7,068 reportaba titulados, es decir el 28% repartidos en 74 instituciones de educación superior con esa carrera, de las cuales 71.6% son de carácter privado y 28.4% son públicas (Razgado y Rojas, 2006).

Importante es rescatar el estudio denominado *Las profesiones en México* realizado por INEGI en 1993 donde se expone que la población de profesionistas en Ciencias de la Comunicación registrados era de 23,583 individuos de los cuales el 52.8% eran mujeres y el 47.2% hombres (Razgado y Rojas, 2006), lo que nos permite reconocer que la matrícula femenina se incrementó en los últimos 30 años.

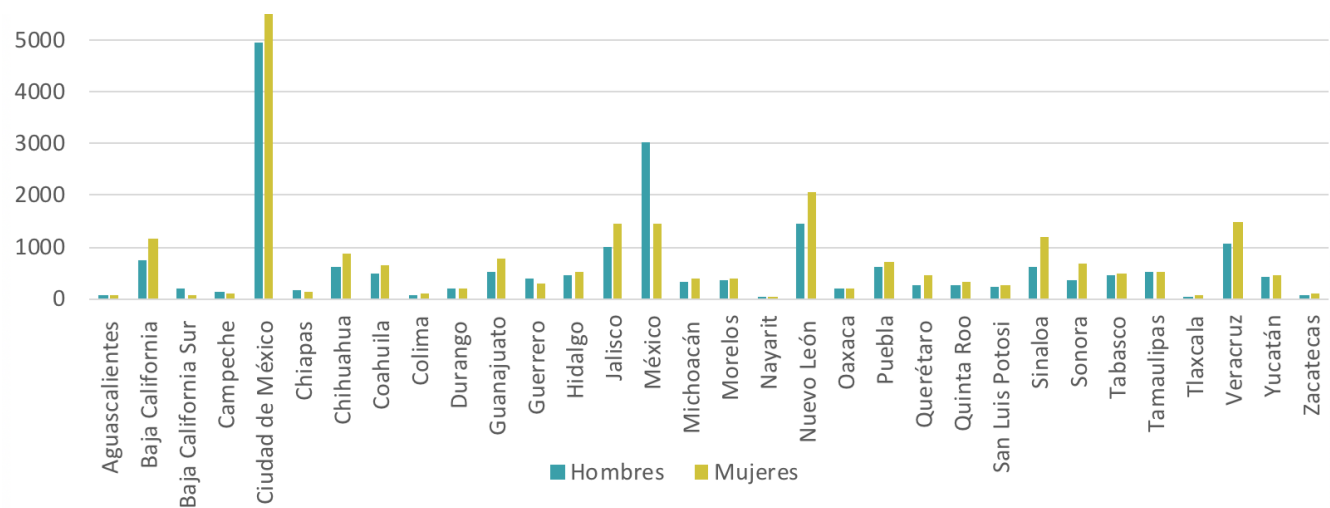
Por su parte, en este nuevo milenio, el anuario estadístico de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, en 2003, reporta 321 instituciones que imparten programas afines en Comunicación con una matrícula total de 64,476 alumnos inscritos (Razgado y Rojas, 2006).

De igual forma, el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Investigación (CONEICC) realizó diagnóstico del campo laboral en los comunicadores en 2014, teniendo como muestra 35 IES afiliadas a este organismo y en el cual se observaron indicadores importantes como:

- El 75% de las instituciones son privadas y el 25% públicas.
- El 44.4% se denomina a la Licenciatura Ciencias de la Comunicación, 33.3% Comunicación y las demás se ofertan con orientación digital, multimedia, mercadotecnia y periodismo.
- Una matrícula al 2012 de 6,280 alumnos inscritos y 11,325 egresados, sin tomar en cuenta la variable género.
- En cuanto al profesorado el 62.6% son maestros de asignatura o por honorarios, mientras que 26.7 son profesores de tiempo completo; asimismo, sin distinguir la variable género.
- La distribución por zonas de los profesionales de la Comunicación, éstos se concentran en la Región Centro (48.90%); Noreste (15%); Centro Occidente (14.80%); Sureste (12.50%); y Noroeste (8.90%) (Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 2014, citado por CONEICC, 2014).

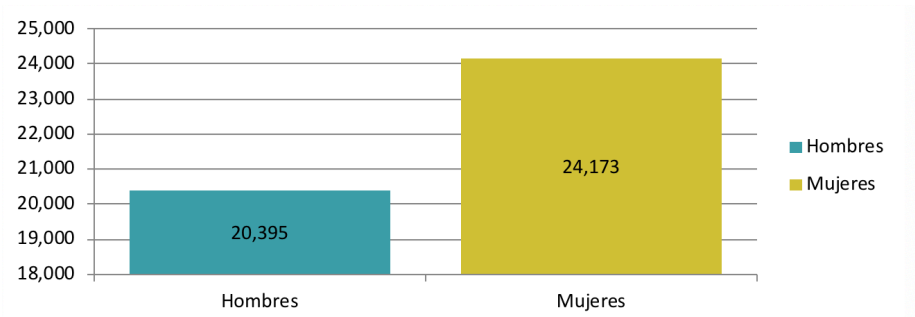
Al respecto, cabe hacer mención que en cuanto a las mujeres dedicadas a la investigación y docencia en las IES y en el caso específico de Ciencias Sociales donde se inserta la carrera de Comunicación el panorama no es contrastante, ya que sólo el 36% del padrón total del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) lo conforman las mujeres; con el 38.3% para el área V de Ciencias Sociales (CONACYT, 2017).

No obstante, de acuerdo al diagnóstico realizado por CONEICC (2014) a 47 instituciones, el número de investigadores en el campo de la comunicación distinguidos por CONACYT era de 63.8% para nivel I, 21.3% para nivel II y 14.9% para nivel III; asimismo, sin tomar en cuenta el factor género.



Gráfica 1.

Por otro lado, ANUIES (2017) presenta en su anuario estadístico que para el ciclo escolar 2016-2017 se inscribieron en 297 universidades, un total de 44,568 alumnos, de los cuales 20,395 son hombres y 24,173 son mujeres (gráfica 2).



Gráfica 2. Distribución de la matrícula por género de la Carrera de Comunicación, ciclo 2016-2017. FUENTE: ANUIES (2017).

Lo que permite observar que, actualmente, la población femenina sigue predominando en la matrícula y, pese a ello, el género no se ha ponderado como una variable importante para medir su impacto en el currículo oculto, en la modificación de programas de estudio y en el perfil profesional de los jóvenes en su ingreso al mercado laboral.

Al respecto, de la participación de las mujeres en el campo laboral de los medios de comunicación, de acuerdo a INMUJERES (2005):

- En medios impresos las mujeres representan sólo el “16.3 [por ciento]. No obstante, destacan algunas mujeres que han llegado a dirigir diarios de circulación nacional, tal es el caso de las directoras de La Jornada y El Financiero”. (p. 13)
- En radio, las mujeres alcanzan casi la cuarta parte de las plazas de trabajo y en puestos de dirección representan sólo el 12.2 por ciento. (p. 14)
- “Por último, en lo que se refiere a las televisoras, las mujeres participan en una quinta parte, proporción que se reduce a 4.8 por ciento en los cargos de alta dirección” (p. 14).

No obstante, en el panorama internacional en los últimos años, se ha incrementado la aparición de estaciones de radio y televisión por y para las mujeres, se han elevado el número de columnas y programas dirigido a mujeres; asimismo, que la mujer ha incrementado su participación en cargos de adopción de decisiones de alto nivel en las organizaciones de los medios de comunicación de diversos países y que también se matricula cada vez más en las carreras de periodista, corresponsal y locutora de radio y televisión (UN, 2000, citado por INMUJERES, 2005).

A pesar de esto, en México:

[...] queda aún pendiente aumentar el acceso de las mujeres a los medios de expresión, a la toma de decisiones en y a través de los medios y de las nuevas tecnologías de información, así como la difusión de una imagen más realista y diversa de las mujeres. (INMUJERES, 2005).

Si bien es cierto, las mujeres representan la mayor matrícula de la carrera de Comunicación en las IES y se abren espacio dentro del ejercicio profesional en los medios de comunicación y en otras áreas aledañas como el sector terciario de servicios, se observa que persiste el famoso “techo de cristal”, esa barrera invisible que impide o dificulta moverse tanto hacia un puesto superior como hacia la cúspide de los organigramas (INMUJERES, 2005).

Programas de estudio de las Ciencias de la Comunicación

La Ciencia de la Comunicación como disciplina que estudia desde una perspectiva crítica, interdisciplinaria y orientada por el análisis de las condiciones económicas, políticas, sociales y culturales del país, los procesos de producción, circulación y consumo de mensajes en las organizaciones, la educación, la divulgación de la ciencia y la política, debería estar comprometida con la formación de profesionales que se inserten en los medios de comunicación e instituciones con una capacidad crítica que coadyuven al

desarrollo de los procesos de producción, circulación y consumo de mensajes sin violencia, discriminación o sexismo.

Ante este reto, es importante analizar cómo las IES ofertan la carrera de Comunicación, ya que deben considerar factores de diversa índole como sociales y tecnológicos, las demandas del mercado laboral, el desarrollo del docente y los cambios y desarrollo del campo académico; es decir, la actualización en cuanto a los avances científicos; además, de someterse a diversos procesos de evaluación y acreditación de organismos como la Asociación para la Acreditación y Certificación en Ciencias Sociales, AC (ACCECISO) que es el organismo acreditado y reconocido por el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior (COPAES) que certifica y avala los programas de estudio de las disciplinas de las Ciencias Sociales y otros, no menos importantes, como el Consejo de Acreditación de la Comunicación (CONAC), Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES), Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior (FIMPES), Asociación para la Acreditación y Certificación en Ciencias Sociales (ACCECISO), Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación Superior; todo ello, con el objetivo de garantizar un dictamen de acreditación que avale la calidad de los programas, asegurar su vigencia y demostrar la pertinencia de su funcionamiento y oferta educativa.

Por tanto, ante la necesidad de acreditación de los programas de estudio, las instituciones se han dado a la tarea de planificar la estructuración de los programas de estudio y, al respecto, se puede mencionar que la carrera se oferta como Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o Comunicación y algunas instituciones le anexan su preespecialidad como Periodismo, Publicidad o Mercadotecnia.

Asimismo, de acuerdo a CONEICC (2014), las áreas de orientación y preespecialidad en la que más se orientan los programas son, Comunicación Organizacional que presenta el 69.4% en comparación con la Producción de Medios con 44.4% y Comunicación Digital o Multimedia que alcanza un 22.2%, lo que nos refleja que las condiciones del mercado han dado mayor apertura a la inserción de profesionales en organismos públicos y privados y que dado el impacto de las nuevas tecnologías se ha generado nuevas especialidades en el estudio de la comunicación: pero, en cuanto a la inserción de la perspectiva de género dentro de los programas de estudio no ha tenido un impacto.

Pese a que desde el año 2009, más de 30 Instituciones Educativas, la Cámara de Diputados y el INMUJERES se comprometieron a promover la disposición de recursos adicionales para apoyar la equidad de género en las universidades públicas, ante la discriminación que aún enfrenta el sector femenino en dichos centros de estudios; consideraron prioritario incorporar la perspectiva de género a las legislaciones universitarias. Asimismo, conformar modelos, estructuras, planes de igualdad y mecanismos a seguir para promover la equidad (RENIES, 2009).

En este sentido, se considera pertinente observar los contenidos temáticos de algunos programas de estudio de Ciencias de la Comunicación, ofertados por IES tomando como referencia su alta tasa de matrícula y que dentro de su política de desarrollo crearon Centros de Estudio de Género que impulsan la producción académica para hacer visibles las condiciones de subordinación femenina y generar proyectos para transformar las relaciones sociales en relaciones más igualitarias, a excepción del ITESM que

es de carácter privado y no promueve estudios de género (tabla 1); pero ¿impactan en los programas y planes de estudios de Ciencias de la Comunicación?

Tabla 1. *Respuestas de los informantes*

INSTI-TUCIÓN	EJES TEMATICOS	MATERIAS DE FORMACIÓN VALORES HUMANOS	AREA DE ORIENTACIÓN O ESPECIALIDAD	PERFIL PROFESIONAL	CENTRO DE ESTU-DIOS DE GÉNERO
UNAM	- Eje Básico - Eje de Profundización - Eje Optativas		Organizacional Política Medios Producción Audiovisual Medios	Organizacional Producción en Medios	CIEG Centro de Investiga-ciones y Estudios de Género
BUAP	- Nivel Básico - Nivel Formativo - Optativas	Comunicación Educativa Comunicación Salud y Medio Ambiente	Comunicación Organi-zacional Comunicación para el Desarrollo	Organizacional Producción en Medios	CEG Centro de Estudios de Género
UAM-X	- Tronco general - Formación básica - Formación profesional - Optativas: Bloque organizacional Bloque educativo Bloque ciencia y divul-gación científica Bloque Comunicación Política	Comunicación Educativa Ética de la Comu-nicación	Organizacional Educativo Ciencia y divulgación científica Comunicación Política	Organizacional Producción en Medios	IUEM Instituto Universita-rio de Estudios de la Mujer
UAS	- Genérico - Disciplinar - Profesionalizante - De Acentuación	Desarrollo Humano - Ética	Medios - Organizacional - Periodismo	Organizacional Producción en Medios	CPIGHyM Centro de Políticas de Género para la Igualdad entre Hom-bres y Mujeres
UNISON	- Común -Básico -Profesional -Especializado -integrador		- Política - Educación. - Organizaciones - Producción en medios - Periodística - Cultura	Organizacional Producción en Medios	PIEG Programa Institucio-nal por la Equidad de Género
ITESM	- Exploración - Decisión - Optativas	- Ética, persona y sociedad	- Periodismo - Arte y Música - Publicidad y Mercadotecnia	Comunicación Digital Periodismo	

Fuente: Elaboración propia.

Al analizar el contenido curricular de los programas de estudio de este grupo de universidades se observan varias similitudes como el nombre de la carrera “Ciencias de la Comunicación”, una duración de ocho semestres; sus ejes temáticos se constituyen por un conjunto de materias básicas con un enfoque histórico social para el conocimiento de los campos fundamentales de la comunicación. Un eje de formación profesional en el que despliegan materias teóricas, metodológicas y tecnológicas articuladoras del proceso de producción. Un eje especializado integrado por una amplia oferta de materias optativas encaminado a la profesionalización del periodismo, la comunicación organizacional o la de medios.

Por otro lado, se puede observar que las diversas instituciones promueven un perfil profesional orientado en tres líneas: la comunicación organizacional, el periodismo o la acentuación en la producción tradicional de los medios de comunicación.

Cabe hacer mención que la única universidad que difiere en todos los rangos de valoración es el ITESM, una institución de carácter privado, que oferta la carrera en tres años con una especialización y enfoque desde el inicio ya que integra su programa con un conjunto de materias llamadas de “exploración” que serían las materias de orden básico y en el siguiente eje curricular llamado de “decisión” se conforma con materias del área especializada, ya sea en periodismo o en medios digitales, enriqueciéndolas con el conjunto de materias optativas; es una oferta educativa que pondera la formación tecnológica antes de la formación crítica y social (tabla 1).

En el presente diagnóstico, se encontró que en BUAP y UAM-X imparten la materia de Comunicación Educativa; en la UAS, ITESM y UAM-X se imparte Ética, considerando que en dichas materias se pretenda impactar en la formación integral del profesional de la comunicación, exaltando su responsabilidad social y humana. No existe una materia que relacione la comunicación y género. Aunque, de acuerdo a Lever (2011) se tiene registro de la incorporación de la perspectiva de género en una asignatura que llevó por nombre Sociología de la Mujer impartida en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, por la intelectual guatemalteca Alaíde Foppa.

Lo cierto es que, en este diagnóstico, no se encontró ninguna materia que promoviera una cultura de la equidad, la no discriminación y el respeto a los derechos humanos. En pocas palabras, no se promueve la perspectiva de género, pese a que todas las universidades públicas tienen un centro de investigación y estudios de género.

La transversalización de género en las IES

El proceso de transversalización de la perspectiva de género se refiere al diagnóstico del impacto diferenciado que cualquier iniciativa, incluyendo leyes, programas y políticas, en cualquier área o nivel, tendrá sobre las vidas de los hombres y las mujeres de cualquier organización o institución social.

Asimismo, la transversalidad de la perspectiva de género tiene que ver con la reorganización, la mejora, el desarrollo y la evaluación de las políticas públicas de manera que sea incluida en todos los niveles y etapas incluyendo a las personas que toman decisiones (Valadez, 2008).

Al respecto, es importante observar que a nivel internacional se realizó en Beijing, en 1995, la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, promovida por la UNESCO y uno de los objetivos estratégicos que se planteó fue establecer sistemas de educación y capacitación no discriminatorios. Asimismo, fue asimilado como enfoque de planeación pública la perspectiva de género buscando incorporar una perspectiva de igualdad entre hombres y mujeres en las instituciones políticas y sus procesos, al garantizar que antes y después de adoptar decisiones públicas.

Hoy, existe una gran cantidad de grupos de la sociedad civil organizados que han impulsado la incorporación de la perspectiva de género en distintos temas sociales, logrando grandes avances en las esferas de la salud, los derechos sexuales y reproductivos, en los temas de violencia y discriminación, entre otros.

En la década de los ochenta, surgieron programas para la incorporación de la perspectiva de género en el ámbito académico, y para el año 2000, eran un total de 19 programas de nivel superior dedicados específicamente a desarrollar investigación, docencia y/o difusión cultural sobre la condición femenina y la problemática de los géneros. Y con la primera década ya transcurrida el número había aumentado, ya que se abrieron líneas de investigación y campos de conocimiento relacionados con el género en diversas maestrías y doctorados (Cardaci, 2004; citado por Lever, 2011).

No obstante, es innegable el avance de la teorización feminista y los estudios de género al interior de la academia, sus aportaciones han sentado las bases teóricas-metodológicas para hacer visibles las condiciones de subordinación e invisibilización femenina. Sin embargo, de acuerdo a Buquet (2011) a pesar de que la mayor parte de los avances en temas de género ha salido de la producción académica de las universidades, no han sido estas instituciones las que han acogido la temática y sus procesos de institucionalización al interior de sus comunidades.

Son muchos los factores que han limitado la transversalización de la perspectiva de género al interior de las universidades como la limitación de recursos para la creación y sostenimiento de centros, programas o institutos dedicados a la investigación de género. La continuidad en la planeación y desarrollo de los programas institucionales para desnaturalizar la segregación vinculada a la vida administrativa en torno a ascensos, nombramientos y categorización laboral donde prevalece una desfeminización tanto más alta sea la jerarquía institucional.

Además, prevalece un desfase en los procesos de transversalización e institucionalización de la perspectiva de género al interior de las universidades, si bien es cierto, las investigaciones académicas a poco más de cuarenta años de continua producción científica han arrojado la suficiente evidencia para denunciar los pilares de la discriminación, también han denunciado las condiciones de segregación, hostigamiento y exclusión dentro del campo laboral y académico de las instituciones educativas. Y, por ende, no se han generado las condiciones necesarias para la incorporación de contenidos formativos en los planes y programas de estudios con perspectiva de género. “No ha habido una disposición institucional para que las nuevas generaciones cuenten con elementos críticos que otorgan los estudios de género” (Buquet, 2011, p. 215).

Género, un nuevo reto para la comunicación en México

Las instituciones de educación superior, espacios de creación y transmisión de conocimiento científico; de producción y reproducción de valores y comportamientos; y de convivencia entre diferentes sectores sociales y generaciones, tienen la responsabilidad social de contar con ambientes equitativos entre mujeres y hombres, y favorecer la igualdad de oportunidades académicas, laborales y profesionales entre los sexos. (Buquet, 2011, p. 215)

Las Universidades son agentes de socialización que, en gran medida, colaboran en la formación de los valores y normas sociales en los jóvenes. Refuerzan los papeles adecuados para mujeres y para hombres en una sociedad, ya establecidos como constructos socio-culturales, pero también puede generar la deconstrucción de roles y estereotipos que tienden a la desigualdad de género.

El gran reto es formar profesionales conscientes del valor estratégico de la comunicación en el contexto de la sociedad del conocimiento y la cultura digital, capaces de diseñar, producir, analizar y evaluar mensajes y estrategias comunicativas; para que, desde una perspectiva crítica, interdisciplinaria y orientada por el análisis de las condiciones económicas, políticas, sociales y culturales del país, coadyuven al desarrollo de los procesos de producción, circulación y consumo de mensajes en las organizaciones, la educación, la divulgación de la ciencia y la política, con una visión más humana, no discriminatoria, incluyente y justa.

Hoy, la educación debe levantarse de nuevo como un pilar fundamental del desarrollo humano en paz y democrático. Por tanto, asumir la Transversalidad de Género en la Educación es plantear estrategias que desde procesos políticos y académicos posibiliten que la equidad de género se consolide en las aulas en su más amplio sentido, impulsando el salto cualitativo hacia una comunicación alternativa, liberadora que brinde igualdad y equidad sustantiva en la formación de las y los futuros profesionistas.

Referencias

- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES). (2017). *Anuario Estadístico de Educación Superior*. Recuperado de <http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior>
- Bonan, C. y Guzmán, V. (2013). *Aportes de la teoría de género a la comprensión de las dinámicas sociales y los temas específicos de asociatividad y participación, identidad y poder*. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/172763492/Bonan-Guzman-APORTES-DE-LA-TEORIA-DE-GENERO>
- Bustos, O. (2011). Los Medios y la Construcción de Género: factor de riesgo para trastornos alimentarios como Anorexia y Bulimia. *Revista Derecho a Comunicar*, (2), 60-79.
- Buquet, A. (2011). Transversalización de la perspectiva de género en la educación superior. Problemas conceptuales y prácticos. *Perfiles Educativos*, XXXIII, 211-225. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/peredu/v33nspe/v33nspea18.pdf>

- Comesaña, G. (2008). *De métodos y filosofía feminista*. Maracaibo: Universidad del Zulia, Ediciones del Vice Rectorado Académico.
- Consejo Nacional para Ciencia y la Tecnología (CONACYT). (2017). Aumenta participación de mujeres en la ciencia. *Comunicado de Prensa*. Recuperado de <https://www.conacyt.gob.mx/index.php/comunicacion/comunicados-prensa/725-aumenta-participacion-de-mujeres-en-la-ciencia>
- Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). (2014). *Diagnóstico de la formación y el campo laboral de los comunicadores en México*. Recuperado de <http://www.coneicc.org.mx/descargables/Diagn%C3%B3stico%20de%20la%20formaci%C3%B3n%20y%20el%20campo%20laboral%20de%20los%20comunicadores%20en%20M%C3%A9xico.pdf>
- Courtney, A. y Whipple, T. (1983). *Sex Stereotyping in Advertising*. Toronto: Lexington Books.
- Fernández, G. (2011). Teoría de género: una explicación a sus postulados. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/cccss/12/gfp.htm>
- Friedan, B. (1963). *The Feminine Mystic*. Nueva York: W.W. Norton & Company, Inc. Recuperado de <http://nationalhumanitiescenter.org/ows/seminars/tcentury/FeminineMystique.pdf>
- Gamba, S. (2008). ¿Qué es la perspectiva de género? *Mujeres en Red. El periódico feminista*. Recuperado de http://portales.te.gob.mx/genero/sites/default/files/Perspectiva%20y%20estudios%20de%20g%C3%A9nero.%20Susana%20Gamba%20Aula__0.pdf
- García, N. y Martínez, L. (2008). La recepción de la imagen de las mujeres en los medios: una aproximación cualitativa. *Nueva época*, (10), 111-128. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n10/n10a5.pdf>
- Gomariz, E. (1992). Los estudios de género y sus fuentes epistemológicas. Periodización y perspectivas. *ISIS Internacional*, (17), Santiago de Chile.
- INMUJERES. (2005). *Las mujeres y los medios de comunicación*. Recuperado de http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos__download/100762.pdf
- INMUJERES. (2007). *El Impacto de los Estereotipos y Roles de Género en México*. Recuperado de http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos__download/100893.pdf
- Kovacs, M. (1972). Women simply don't recognize themselves in many ads today. *Advertising Age*, 12(6).
- Lamas, M. (2000). Diferencias de Sexo, Género y Diferencia Sexual. *Cuicuilco*, 7(18), 1-24. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/351/35101807.pdf>
- Lamas, M. (2002). *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. México: Porrúa-Pueg.
- Laqueur, T. (1994). *La construcción del Sexo: cuerpo y género desde los griegos hasta Freud*. Madrid: Cátedra.
- Lever, E. (2011). La Importancia de los Espacios de Estudios de Género y Feminismo. *Feminetas*. México: Razón y Palabra. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/Feminetas/2011/genero__feminismo.html

- Pérez, M. (2011). *Manual para el Uso no Sexista del Lenguaje*. Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres. México: CONAVIM. Recuperado de [http://www.conavim.gob.mx/work/models/CONAVIM/Resource/309/1/images/Manualparaelusonosexistadellenguaje%20completo\(1\).pdf](http://www.conavim.gob.mx/work/models/CONAVIM/Resource/309/1/images/Manualparaelusonosexistadellenguaje%20completo(1).pdf)
- Razgado L. y Rojas, K. (2011). La docencia de la Comunicación en México. *Revista Mexicana de Comunicación*, (101). Recuperado de <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/07/13/la-docencia-de-la-comunicacion-en-mexico/>
- Red Nacional de Equidad de Género en las Instituciones de Educación Superior (RENIES). (2009). *Reunión Nacional de Universidades Públicas. Caminos para la Equidad de Género en las Instituciones de Educación Superior*. Recuperado de <http://equidad.pueg.unam.mx/?q=node/3>
- Rodríguez, M.A. (1996). *La enseñanza superior de comunicación ante las nuevas tecnologías en el capitalismo periférico: el caso mexicano*. Tesis. Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Recuperado de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/S/3/S3014101.pdf>
- Rodríguez, N.M. (2015). *Educación en Género un reto para la deconstrucción de roles y estereotipos sexistas en estudiantes de Comunicación en la U.A.S.* Ponencia. XXVI AMIC. Recuperado de http://amic2015.uaq.mx/docs/memorias/GI_12_PDF/GI_12_Educacion_en_Genero.pdf
- Ruble, D. y Ruble, T. (1982). Sex stereotypes. En A.G. Miller (Ed.), *In the eye of the beholder*. Contemporary issues in stereotyping (pp. 188-252). Nueva York: Praeger.
- Stoller, R. (1968). *Sex and gender: on the development of masculinity and femininity*. California: Science House.
- Subirats, M. y Tomé, A. (2007). *Balones fuera. Reconstruir los espacios desde la coeducación*. Barcelona: Octaedro.
- Valadez, E. (2008). *Trasversalización de la Perspectiva de Género en los Programas de gobierno del Estado de Sonora*. Recuperado de <http://cedoc.inmujeres.gob.mx/ftpg/Sonora/son01.pdf>
- Woodward, K. (1997). *Identity and difference*. Londres: Sage.