

PRODUCTORES AUDIOVISUALES: ¿CÓMO TRANSVERSALIZAR LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN SU FORMACIÓN DE PREGRADO? ANÁLISIS DE RETOS Y POSIBILIDADES DESDE LA ACADEMIA.

Autores: Mgst. Freddi Zamora¹, Mgst: Karina Escalona².

Institución: Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIBE), Universidad de las Américas (UDLA).

Correos electrónicos: fzamora@unibe.edu.ec; karina.escalona83@gmail.com.

PRODUCTORES AUDIOVISUALES: ¿CÓMO TRANSVERSALIZAR LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN SU FORMACIÓN DE PREGRADO? ANÁLISIS DE RETOS Y POSIBILIDADES DESDE LA ACADEMIA.

RESUMEN

La lenta sistematización académica de los procesos y realidades susceptibles de ser objeto de interés del espectro de la comunicación limita también su inserción en los programas de estudio. Y aunque por un lado se avanza en el debate científico con respecto a algunos temas del propio campo de las ciencias sociales y humanidades, su llegada al programa de estudio con retraso, sigue limitando el aprovechamiento de nuevas herramientas para formar profesionales cada vez más competentes en el ejercicio diario de su labor.

En ese caso, se encuentra el vínculo de la comunicación con la Teoría de Género, campo del saber que ha arrojado nuevas miradas a las relaciones sociales, y ha provocado un cuestionamiento a la construcción de las ciencias y el conocimiento en sentido general.

Ante el avance en la academia latinoamericana, desde la teoría y la práctica, de investigaciones que transversalizan la teoría de género en sus dinámicas de estudio y formación, es válido realizar un análisis de la situación que en este sentido presentan las instituciones académicas ecuatorianas, y plantear alternativas de formación, que respondan a las exigencias epistemológicas, metodológicas, pedagógicas y prácticas actuales.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación es ante todo el resultado de un análisis de las necesidades de reforzar los procesos académicos, específicamente, de investigación de la Universidad Iberoamericana del Ecuador para tributar a la filosofía y valores relativos a una imagen de “universidad moderna, creativa, social, pluralista, integral y transformadora.”

Desde el punto de vista de los aportes a la investigación, tanto el marco teórico conceptual de sustento y sistematización del proyecto establecería varias aristas de investigación en el corto, mediano y largo plazo, enfocados en temas como comunicación y educación; comunicación y estudios de género y su transversalización con la producción audiovisual.

La intención y necesidad de añadir temáticas referidas a los estudios de género por el aporte teórico, metodológico, epistemológico y práctico que supone para la comunicación, es uno de los elementos principales que sustenta esta investigación, que tiene como objetivo fundamental mostrar las posibilidades para la inclusión de los estudios de género en la formación de productores audiovisuales, basada en los nexos de esa teoría con la

comunicación, que permita a su vez crear competencias para un ejercicio profesional más cercano a las exigencias sociales y académicas del momento.

La consolidación de estos estudios en las instituciones educativas en general no es un acto de reconocimiento académico sin más, es el aprovechamiento de una contribución científica importante en la construcción de un mundo más igual y solidario, y que, entre otras cosas, ha servido para fundamentar todos los cambios que se han producido en relación con la igualdad de mujeres y hombres (Ventura, 2008).

La capacitación en materia de género para los profesionales de la comunicación, es ante todo una respuesta a la necesidad de articular estos saberes, para dar seguimiento a una serie de problemáticas sociales, culturales, económicas a través de la educación, y por supuesto, la función educativa de los medios de comunicación de masas, en los cuales ejercerán los futuros profesionales que actualmente se forman en nuestras universidades.

La actual propuesta responde además a legislaciones¹ vigentes en el Ecuador, y convenios internacionales suscritos por el país, que tienen un carácter vinculante, y sin embargo, poco o nada se ha hecho al respecto.

DESARROLLO

En una encuesta inicial aplicada a más del 70 por ciento de los estudiantes matriculados en la carrera de Licenciatura en Producción para Medios de Comunicación de la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIBE) para medir niveles de conocimientos elementales respecto a la teoría de género, apenas el 2.77 por ciento tiene conocimientos del tema, cerca del 25 por ciento tiene una noción de conceptos básicos y cerca del 30 por ciento NO lo considera relevante para su desarrollo profesional.

En estos resultados preliminares resulta notable el nivel de desconocimiento del tema, sus implicaciones personales y profesionales, y el impacto en su ejercicio laboral.

Esta situación reafirma investigaciones precedentes, en las que se evidencia la total o parcial ausencia de conocimientos respecto a la relación entre género y comunicación en los espacios de educación superior.

Es por eso que resulta imprescindible establecer no sólo los enlaces teóricos, sino fundamentar la pertinencia y necesidad de su inclusión en los programas de formación de comunicadores en el pregrado, y a su vez, contribuir al desarrollo de destrezas para la construcción de productos audiovisuales con perspectiva de género.

¹ Las referidas legislaciones y convenios aparecen al final de este trabajo, en el Anexo I

Las aproximaciones teóricas acerca del género ocupan ya disímiles campos del saber, desde la historia, la educación, la política, la ciencia, la economía y otros tantos, que han incorporado a sus postulados las nuevas visiones que el género ofrece.

Los medios de comunicación en general constituyen una alternativa para la educación de los públicos, cuyas posibilidades desafortunadamente se subutilizan y se mantienen en la mayoría de los casos apegados a construcciones culturales tradicionales que lejos de contribuir al diálogo con respecto a la igualdad genérica, enfatiza las bases del patriarcado y ayuda a legitimar las diferencias entre hombres y mujeres.

Dada esta situación, se impone la necesidad de buscar alternativas eficaces de educación, o al menos orientación y capacitación, que pongan en la agenda social la real naturaleza del problema de las inequidades y desigualdades de género, que ha sido invisibilizado históricamente pues en su base se mantiene el patriarcado como sistema de dominación que asume como “normales” tales prácticas, lo que favorece que aunque desde algunas instituciones ya se reconoce esta problemática, se mantienen resistencias culturales a su reconocimiento social.

Entre las mayores dificultades para romper este ciclo está el hecho de que aún están presentes en el imaginario colectivo un conjunto de mitos y estereotipos, validados por la cultura patriarcal, que colabora con la reproducción de la subordinación femenina.

La atención a la perspectiva de género, (entendida como la categoría que asume lo femenino y lo masculino como resultado de concepciones culturales, no determinado por el aspecto biológico, que propone un sentido para la observación y define criterios para la descripción, interpretación y explicación de los fenómenos observados), ha sido un tema dilatado en los estudios comunicológicos, y en sentido general se circunscriben a la imagen de la mujer, quedando los hombres relegados a un segundo plano y al uso del lenguaje como forma discriminatoria del sexo femenino, pero sin transgredir los análisis lo referido al uso de la o y la a.²

Sin embargo, las implicaciones de los medios de comunicación en la configuración del imaginario colectivo plantean la necesidad de un análisis más profundo de otras cuestiones

² Al respecto, detalla la investigadora Isabel Moya: “Predominan las cuestiones relacionadas con las expresiones e instrumentos de la comunicación, en particular, las investigaciones de imagen y representación, con análisis puntuales y donde se asume la categoría género con diferentes grados de profundidad y haciendo hincapié en las mujeres. Aunque los anuncios publicitarios continúan siendo soportes muy recurridos para este tipo de estudio, tienen mucho protagonismo los análisis de la prensa impresa, sobre todo con la proliferación de observatorios de comunicación. La tendencia es a estudiar la imagen en todos los soportes pero aún con poca presencia de los de la red de redes.” *Del género, la investigación en comunicación y otros demonios*. En Sin Contraseña. Discurso mediático y trasgresión. Publicación de la Red Internacional de Mujeres de la Comunicación. No. 12. Julio 2010.

referidas a la construcción de mensajes con un marcado carácter sexista o reafirmantes de la cultura androcéntrica y sus consecuencias en las relaciones sociales.

En este sentido, los productos comunicacionales, especialmente los audiovisuales, por el impacto que logran en las audiencias, tienen gran alcance en los hechos de la realidad que pasan a formar parte de la realidad construida por los medios, y que se reproduce en la enseñanza, aprendizaje y práctica de las rutinas productivas.

Este aprendizaje que se valida en las academias y se sistematiza en la práctica revela el hecho de que en los medios impera una cultura que no contempla entre sus presupuestos la dimensión de género.

Los vínculos entre género y comunicación van a constituirse en un importante puente para contribuir a la solución de este problema, en tanto "los relatos informativos expresan las tensiones y desafíos que el acontecer social introduce en los modelos de representación del mundo y en los modelos de producción de comunicación. La comunicación masiva produce y reproduce a nivel discursivo y simbólico las sociedades."³

Aunque aún recientes y poco abarcadores, los estudios que analizan la comunicación desde la perspectiva de género, y los dedicados a la teoría de género que toman en cuenta la influencia de los medios de comunicación, comienzan a mostrar algunos elementos relevantes con respecto a los nexos entre ambos saberes que favorecen el estudio y mejor comprensión de diversos temas de las ciencias sociales.

La investigadora cubana Isabel Moya dedica un artículo bastante ilustrativo al respecto, en el que enfatiza en las relaciones entre ambas teorías, que a su juicio tienen su principal punto en común en el hecho de que "se constituyen en dos saberes que pretenden analizar la construcción social de sentido y que se interrelacionan en el ámbito de las erificaciones simbólicas."⁴

Diversas investigaciones en el área de la comunicación, aún aquellas que carecen de una perspectiva de género, coinciden en asumir a los medios como gestores de un proceso de construcción de significados compartidos sobre el que los receptores elaboran sus percepciones de la realidad; es comprensible entonces asumir que igualmente suceda con las construcciones de los ideales de feminidad y masculinidad que los medios transmiten y

³ Manuel Martín Serrano. La producción social de la comunicación, citado por Isabel Moya en "Del género, la investigación en comunicación y otros demonios", ponencia presentada en el VIII Taller Internacional Mujeres en el siglo XXI, La Habana, mayo 2011

⁴ En su artículo Del azogue y los espejos, Moya refleja la trascendencia de los medios de comunicación y la teoría de género "como elementos calve para explicar y explicarnos el mundo en que vivimos."

la influencia que estos mensajes tienen en la validación o no del orden patriarcal, excluyente y discriminatorio hacia las mujeres.

La inclusión de la perspectiva de género en la construcción del discurso mediático, es una de las vías para establecer nuevas propuestas comunicativas más incluyentes y desligadas de las tradicionales prácticas comunicativas verticales y discriminatorias, que pasan también por las líneas de investigación y los temas que se incluyen en la formación de los profesionales.

En relación con las temáticas de género, las investigaciones al respecto muestran que los espacios de la escuela y academia siguen marcados por el sexismo⁵, y que un distanciamiento de esa postura implica una actitud crítica y reflexiva por parte no solo de los docentes, sino de quienes se dedican a investigar el tema.

Los medios de comunicación, en los cuales debemos incluir al cine y los medios virtuales, junto a la familia y la escuela, están considerados como uno de los principales escenarios de construcción de la realidad- parcial, marcada por la intencionalidad del proceso comunicativo- de ahí su enorme influencia en la interpretación que lectores, oyentes, televidentes e internautas hacen del entorno social y las relaciones que en él se producen en “una era en que la intensificación de los procesos comunicativos signan los contextos sociales y desde los medios se reproduce y construye el conocimiento, el poder político y el imaginario social”⁶, los medios construyen una realidad representada que recibe el nombre de actualidad.

CONCLUSIONES

De esta lógica se desprende el hecho de que cualquier interés, iniciativa, capacitación, política editorial o formación con respecto a la perspectiva de género debe pasar sin dudas por el hecho de hacer notar en primera instancia a los/as comunicadores/as y productores/as Audiovisuales que son parte activa, y no pasiva, de una sociedad cuyos presupuestos patriarcales, y muchos de los hechos conocidos hasta entonces como “normales y naturales,” no son más que construcciones culturales cuya evolución les ha permitido permanecer en el tiempo.

⁵ En ese sentido realiza una amplia reflexión Mirta González Suárez en su artículo Del sexismo a la igualdad de oportunidades en la educación, en Género, valores y sociedad: una propuesta desde Iberoamérica. Compiladora Lourdes Fernández Rius.

⁶ Moya Richard, Isabel: El relato periodístico entre la postmodernidad y la metatranca, en http://www.latecla.cu/bd/estilo/metatranca_isabel02.htm

En lo referido a la formación curricular de quienes laboran en el sector, no está solo el inconveniente del conocimiento que se inculca, sino de los vacíos que con respecto al género aún persisten en los programas académicos de formación, como también señala Marcela Lagarde, quien recalca la necesidad de empezar a tomar en cuenta tanto los mecanismos discriminatorios como los silencios curriculares.⁷

Por otra parte, esta ausencia entraña además el riesgo de ofrecer una visión parcializada, distorsionada, cuando menos, incompleta.

La necesidad de incorporar la perspectiva de género a la teoría de la comunicación, responde también a la urgencia de eludir el denominado autismo epistémico⁸, que pretende distanciar a los estudios de comunicación del campo de las Ciencias Sociales sobre la base de una fundada especificidad que se ha quedado sin argumentos en la medida que las investigaciones comunicológicas continúan nutriéndose de los aportes de otros saberes.

BIBLIOGRAFÍA

Abril, Gonzalo (2007). Análisis crítico de textos visuales. Madrid: Síntesis.

Aznar, P. y Cánovas, P. (2008): Educación, género y políticas de igualdad. Universidad de Valencia. Guada Impresores, S.L.

Berger, P. y Luckmann, T (1995): La construcción social de la realidad. Amorroutu Editores. Buenos Aires.

Castellanos Michell, Aymara (2011): "Reflexiones sobre una experiencia práctica de la inclusión del Enfoque de Género en la Universidad de Oriente". Ponencia presentada en el VIII Encuentro Mujeres en el siglo XXI. La Habana, Cuba.

Colaizzi, Giulia (2007). La pasión significativa. Teoría de género y cultura audiovisual. Madrid: Biblioteca Nueva.

Lamas, Marta (1986): La Antropología feminista y la categoría Género en Nueva Antropología Vol. VIII, N.30, Noviembre, México.

⁷ Lagarde, Marcela. (2000). Universidad y democracia genérica: claves de género para una alternativa. Estado, universidad y sociedad, entre la globalización y la democratización. Volumen I. CEIICH-UNAM, México, citado por Silvia Lilian Trujillo en La incorporación del enfoque de género en la educación universitaria. Apuntes para la discusión. VIII Encuentro de Mujeres en el siglo XXI. La Habana. 2011

⁸ Al respecto, ver reflexiones de Jesús Martín Barbero en "Tecnificadas, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo, Diálogos de la Comunicación". En www.infoamerica.org/teoria/martin_barbero_1.htm

Martín Barbero, Jesús (1993): La producción social de comunicación. Alianza Editorial. Madrid. España.

Ramazzini Morales, Ana Lucía (2006): "Repensar la construcción del conocimiento: Una crítica a los saberes sexistas y androcéntricos." En Cuaderno de Género No. 7. Instituto de Investigaciones históricas, antropológicas y arqueológicas. Escuela de Historia. Universidad de San Carlos de Guatemala.

Thompson, John B. (1998). Ideología y cultura moderna: Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas. México D. F.: Universidad Autónoma Metropolitana.

Zurian, Francisco A.

- (2011a). Pensar el cine. Madrid: Ocho y medio libros de cine.

- (Coord.) (2011b). Sexualidad y políticas de género en el audiovisual. Monográfico Revista de Historia del Cine Secuencias, 2º semestre, nº 34, IV época.

- (Ed.) (2011c): Imágenes del Eros. Género, sexualidad, estética y cultura audiovisual. Madrid: Ocho y medio libros de cine.

Bibliografía virtual

Martín Barbero, Jesús (1990): Teoría/investigación/producción en la enseñanza de la comunicación. Diálogos de la Comunicación. No 28, noviembre. [Consultado 5 de mayo de 2011] Disponible en:

<http://www.felafacs.org/dialogos-28>

Montes de Oca, Danny y Dayamick Cisneros (S/F): Hacia una mirada de género, razas y grupos sociales en las artes visuales cubanas. www.eictv.co.cu/miradas/index.php

Rodríguez Collado, María: Investigación desde la perspectiva de género de los fondos audiovisuales del Museo Nacional de Arte Reina Sofía (MNARS). La mujer en el panorama artístico audiovisual. Máster en Estudios Feministas. Análisis Cultural y Desarrollo Instituto de Investigaciones Feministas. Universidad Complutense de Madrid 2010-2011. Disponible en: http://eprints.ucm.es/13902/1/TFM_Mar%C3%ADa_R.quez_Collado.pdf

Zurian, Francisco A. y Antonio A. Caballero (s/f): ¿Tiene la imagen género? Una propuesta metodológica desde los gender studies y la estética audiovisual. Actas del 2º Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación. ISBN: 978-84-616-4124-6. Disponible en: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/3049/1/Tiene%20la%20imagen%20genero.pdf>

ANEXOS

Anexo I Norma jurídica vigente en Ecuador respecto a la inclusión de la perspectiva de género tanto en la educación como la comunicación

Algunas de estas normativas jurídicas:

En ese sentido, tenemos el artículo 27 de la Constitución, en el que se establece que la educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar. Por su parte, el artículo 350 señala que el Sistema de Educación Superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país; en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

Otra normativa jurídica vigente en el país que fundamenta la necesidad de implementar programas de este tipo, es la LOES (Ley Orgánica de Educación Superior), que en su artículo 5, referido a los derechos de las y los estudiantes, inciso h, señala “El derecho a recibir una educación superior laica, intercultural, democrática, incluyente y diversa, que impulse la equidad de género, la justicia y la paz.”

Y el artículo 13, referido a Funciones del Sistema de Educación Superior, inciso c, establece Formar académicos, científicos y profesionales responsables, éticos y solidarios, comprometidos con la sociedad, debidamente preparados para que sean capaces de generar y aplicar sus conocimientos y métodos científicos, así como la creación y promoción cultural y artística.

Por su parte, tenemos el Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017), en el que varios de sus objetivos y artículos específicos hacen referencia directa y/o indirecta a las necesidades formativas en este sentido, la función de la educación y los medios de comunicación para romper estereotipos y fomentar una cultura y sociedad diferentes:

Objetivo 2: Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad

2.1.d. Desarrollar e implementar una estrategia intersectorial para la erradicación de la pobreza y el cierre de brechas de desigualdad, con énfasis en la garantía de derechos, en la equidad de género, intergeneracional e intercultural, el acceso a activos y medios de producción, y la generación de capacidades.

- 2.1.h. Desarrollar e implementar procesos de capacitación, aprendizaje vocacional, formación profesional y de talento y demás instrumentos que promuevan habilidades productivas y capacidades para el trabajo, acordes a la ampliación, a la diversificación productiva de cada territorio y al modelo territorial nacional deseado, reconociendo la diversidad y complementariedad territorial, con pertinencia cultural y enfoques de género e intergeneracional.
- 2.5.b. Generar acciones de difusión, concienciación, fomento y respeto de los derechos humanos, con énfasis en los derechos de niños y niñas, adolescentes y jóvenes, personas adultas mayores, mujeres, personas LGBTI y personas con discapacidad.
- 2.6.f. Capacitar y especializar el talento humano en las instituciones públicas, para el adecuado abordaje y tratamiento de las víctimas de violencia.
- 2.6.g. Generar acciones orientadas a fomentar la responsabilidad solidaria del Estado, la familia, la sociedad y las empresas privadas, para erradicar la violencia, la mendicidad y el trabajo de niños, niñas y adolescentes, con enfoque de género, interculturalidad y discapacidad.

Objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía

- 4.1.i. Generar mecanismos para deconstruir y evitar la reproducción de prácticas discriminatorias excluyentes (patriarcales, racistas, clasistas, sexistas y xenofóbicas) dentro y fuera del sistema educativo.
- 4.3.h. Incentivar que el uso del espacio mediático contribuya al proceso de aprendizaje de toda la sociedad y a la erradicación del racismo, la discriminación, el sexismo y las diversas prácticas de exclusión.
- 4.3.i. Generar campañas de información sobre educación sexual, derechos sexuales y reproductivos, a través de los medios masivos de comunicación y demás espacios no formales de educación.

4.3.j. Generar campañas de información y educación que promuevan el Buen Vivir a través de los medios masivos de comunicación y demás espacios no formales de educación.

4.4.e. Diseñar mallas curriculares, planes y programas educativos que reflejen la cosmovisión y las realidades históricas y contemporáneas de los pueblos y las nacionalidades, con una mirada descolonizadora de la historia cultural del país y la valoración de los saberes y conocimientos diversos.

4.5.a. Mejorar la oferta de la formación de docentes y otros profesionales de la educación, en el marco de una educación integral, inclusiva e intercultural.

4.5.b. Fomentar la actualización continua de los conocimientos académicos de los docentes, así como fortalecer sus capacidades pedagógicas para el desarrollo integral del estudiante en el marco de una educación integral, inclusiva e intercultural.

4.9.f. Fomentar la producción de contenidos educativos y la difusión de información sobre derechos colectivos, humanos y culturales y responsabilidades ciudadanas, a través de escuelas de formación ciudadana.

Objetivo 6. Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos

6.7.c. Capacitar y especializar el talento humano en las instituciones públicas, para el adecuado abordaje y tratamiento integral de la violencia de género.

6.7.i. Promover y desarrollar mecanismos de regulación de los medios de comunicación para eliminar la difusión de publicidad, los programas y los mensajes que induzcan a la violencia de género.

6.8.b. Implementar mecanismos y estrategias comunicacionales y educativas para transformar patrones socioculturales xenofóbicos,

racistas, sexistas y homofóbicos, que promuevan la convivencia pacífica.

6.8.d. Fomentar la responsabilidad educativa de los medios de comunicación en la difusión de contenidos que promuevan una cultura libre de estereotipos violentos.

6.9.b. Transformar los patrones socioculturales que reproducen los roles y estereotipos de género y que inducen a la violencia entre y hacia niños, niñas y adolescentes.

6.9.c. Capacitar y especializar el talento humano en las instituciones públicas, para el adecuado abordaje y tratamiento de la violencia y el abuso a niñas, niños y adolescentes.

Entre los convenios internacionales suscritos por Ecuador, destaca la Plataforma de Acción de Beijing, Conferencia que ya cumplió 20 años, y que sin embargo, no existe en el país un Plan Nacional de Seguimiento, aunque de alguna manera se trabaje en sus objetivos.

Con respecto a la educación y la comunicación, varios son los postulados que sustentan esta estrategia de formación:

Plataforma de Acción de Beijing. Objetivos estratégicos y medidas. (Educación y Medios de Comunicación)

Educación:

74. En buena medida sigue habiendo un sesgo de género en los programas de estudio y el material didáctico y rara vez se atiende a las necesidades especiales de las niñas y las mujeres. Esto refuerza las funciones tradicionales de la mujer y del hombre, y priva a estas últimas de la oportunidad de participar en la sociedad plenamente y en condiciones de igualdad. La falta de sensibilidad de los educadores de todos los niveles respecto a las diferencias de género aumenta las desigualdades entre la mujer y el hombre al reforzar las tendencias discriminatorias y socavar la autoestima de las niñas. La falta de educación sexual y sobre la salud reproductiva tiene profundas repercusiones en la mujer y el hombre.

77. Los medios de difusión son un importante medio de educación. Los educadores y las instituciones gubernamentales y no gubernamentales pueden utilizar los medios de comunicación como un instrumento de enseñanza para el adelanto de la mujer y para el desarrollo.

Objetivo estratégico B.1. Asegurar la igualdad de acceso a la educación Medidas que han de adoptarse

d) Establecer un sistema docente en que se tengan en cuenta las cuestiones relacionadas con el género, a fin de promover la igualdad de oportunidades de educación y capacitación, así como la participación igualitaria de la mujer en la administración y la adopción de políticas y decisiones en materia de educación;

Objetivo estratégico B.4. Establecer sistemas de educación y capacitación no discriminatorios Medidas que han de adoptarse

83. Medidas que han de adoptar los gobiernos, las autoridades educativas y otras instituciones educativas y académicas:

Formular recomendaciones y elaborar planes de estudio, libros de texto y material didáctico libres de estereotipos basados en el género para todos los niveles de enseñanza, incluida la formación de personal docente, en colaboración con todos los interesados: editoriales, profesores, autoridades públicas y asociaciones de padres;

Elaborar programas de capacitación y materiales didácticos para docentes y educadores que aumenten la comprensión de su propio papel en el proceso educativo, con miras a proporcionarles estrategias eficaces para una enseñanza con orientación de género;

Apoyar y realizar estudios e investigaciones sobre el género en todos los niveles de la enseñanza, especialmente en el nivel de postgrado en las instituciones académicas, y aplicarlos a la elaboración de programas, incluidos los de estudios universitarios, libros de texto y material didáctico y en la formación de personal docente;

Medios de Comunicación

Objetivo estratégico J.1. Aumentar el acceso de la mujer y su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de difusión y por conducto de ellos, así como en las nuevas tecnologías de comunicación Medidas que han de adoptarse

b) Fomentar la investigación de todos los aspectos de la imagen de la mujer en los medios de difusión para determinar las esferas que requieren atención y acción y examinar las actuales políticas de difusión con miras a integrar una perspectiva de género;

Objetivo estratégico J.2. Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión Medidas que han de adoptarse

Fomentar la investigación y la aplicación de una estrategia de información, educación y comunicación orientada a estimular la presentación de una imagen equilibrada de las mujeres y las jóvenes y de las múltiples funciones que ellas desempeñan;

Fomentar una capacitación que tenga en cuenta los aspectos relacionados con el género para los profesionales de los medios de difusión, incluidos los propietarios y los administradores, a fin de alentar la creación y la utilización de imágenes no estereotipadas, equilibradas y diferenciadas de la mujer en los medios de difusión