

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ  
FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA  
COMUNICACIÓN**

**Comunicación, Género y Profesión: La incidencia de  
mujeres sobre varones en la especialidad de  
“Comunicación para el Desarrollo” en la Pontificia  
Universidad Católica del Perú**

**Tesis para optar el Título de Licenciada que presenta la  
Bachiller:**

**Verónica Mackenzie Gutiérrez**

**Asesor: Fernando Héctor Roca Alcázar**

**Lima, Junio del 2016**

## AGRADECIMIENTOS

Esta investigación ha sido posible gracias al apoyo incondicional de maravillosas personas que me dedicaron lo más valioso que podían ofrecerme: su tiempo y su perspectiva.

A Lucas, Daniel, Renzo, María Pía, Marita y Manuela, les agradezco por compartir sus expectativas, sus desalientos y sus motivaciones. Igualmente, agradecer a todos aquellos 60 alumnos que respondieron mi encuesta, muchísimas gracias por su tiempo; y a los profesores y jefes de práctica encargados de las aulas: gracias por permitirme interrumpirlos.

Agradezco a Paloma, Raisa, Ximena, Santiago, Warren y César, ex alumnas y ex alumnos de la especialidad que se tomaron el tiempo de darme su perspectiva fuera de la protección de las aulas.

De la misma manera, a los profesores Jorge Acevedo, Hugo Aguirre, Javier Ampuero, Gabriel Calderón y Mirtha Correa por el apoyo, el tiempo, el aporte y el sentido crítico que me permitieron brindarle a la investigación. Igualmente a Hilda Cárcamo y Melissa Bustamante de la UNFPA, por compartir sus grandes experiencias profesionales en temas de género.

Agradezco a Fernando Roca, por ser un gran asesor y excelente guía en este proceso. Su continua motivación, sentido crítico y experiencia en investigación me permitieron ganar confianza en la tesis y poder finalizarla.

De forma muy especial quiero agradecer a mis amigos y el sistema de soporte tan valioso que han sabido brindarme así como sus constantes motivaciones.

Finalmente y principalmente, esta tesis va dedicada a mi familia. A mis hermanos y mis padres, gracias por motivarme siempre a cuestionar, a no estar conforme y por creer en mí en todo este largo proceso de investigación.

## RESUMEN

El propósito de esta investigación es averiguar en qué medida los mensajes comunicativos que construyen la percepción de género respecto a lo femenino sobre la carrera de Comunicación para el Desarrollo en la Pontificia Universidad Católica del Perú puede o no afectarla, circunscribiéndola fundamentalmente al ámbito de “lo femenino”, otorgándole ciertas características que la convierten en una profesión propia de las mujeres y no de los hombres. La Comunicación para el Desarrollo es una carrera joven en el Perú, sin embargo, no escapa de la problemática de otras carreras como son las percepciones sociales que se tiene sobre ésta. Varias veces sucede que dichas percepciones están asociadas a problemáticas más profundas, por ejemplo la percepción de género en la sociedad. Dentro de las percepciones, están detrás una serie de mensajes y construcción de imagen y estereotipo que puede llevar a una carrera tan prometedora a verse afectada en temas de equidad. Para este tema se analiza los testimonios de los estudiantes, egresados y profesores, así como las relaciones de género actuales que conllevan a que una carrera tenga una percepción particular, es decir, se investiga el componente comunicativo del género y la profesión.

## ÍNDICE

|   |           |
|---|-----------|
| Agradecimientos.....  | 1         |
| Resumen.....  | 2         |
| Introducción.....   | 5         |
| <b>CAPITULO 1: PRESENTACION DEL TEMA.....</b>   | <b>8</b>  |
| • Delimitación del objeto de estudio.....   | 8         |
| • Justificación del tema.....   | 9         |
| • Objetivos e hipótesis de la investigación.....  | 10        |
| <br>  |           |
| <b>CAPITULO 2: MARCO TEORICO.....</b>   | <b>12</b> |
| <b>2.1 Definiendo el punto de partida: el enfoque de género.....</b>  | <b>12</b> |
| 2.1.1 las tres olas del feminismo: recuento histórico de una lucha.....   | 12        |
| 2.1.2 División social de género.....  | 13        |
| 2.1.3 La socialización: la familia y su relación con la división de género.....   | 14        |
| 2.1.4 Nuevas masculinidades, nuevas feminidades, nuevos retos...15  | 15        |
| <b>2.2 La Percepción: construyendo una imagen a partir de un mensaje comunicacional.....</b>  | <b>16</b> |
| 2.2.1 Definición y asociación a la comunicación.....  | 16        |
| 2.2.2 La percepción, la sociedad y el status quo.....   | 17        |
| 2.2.3 Los estereotipos y el prejuicio: cuando la percepción de generaliza.....  | 20        |
| <b>2.3 Género y comunicación: eligiendo una carrera profesional.....</b>  | <b>23</b> |
| 2.3.1 La comunicación y la construcción de género.....  | 23        |
| 2.3.2 Las carreras profesionales y la equidad de género: percepción y posicionamiento de las profesiones con respecto al género.....      | 24        |
| 2.3.3 La elección de una carrera profesional: mensajes comunicacionales de tras de éstas. Carreras “femininas” carreras “masculinas”..... | 26        |
| <b>2.4 La comunicación para el desarrollo: teoría y profesión.....</b>  | <b>27</b> |
| 2.4.1 Inicios y primeras teorías.....   | 27        |
| 2.4.2 Teorías Actuales.....   | 28        |
| 2.4.3 La disciplina profesional.....  | 30        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>2.5 Introducción al caso de estudio: la Comunicación para el Desarrollo en la Pontificia Universidad Católica del Perú.....</b>                 | <b>31</b> |
| 2.5.1 Historia de la carrera en la Pontificia Universidad Católica del Perú.....   | 31        |
| 2.5.2 Perfil del estudiante.....   | 32        |
| <br>   |           |
| <b>CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>  | <b>34</b> |
| <br>   |           |
| <b>3.1 METODOLOGÍA.....</b>  | <b>34</b> |
| <b>3.2 UNIVERSO Y MUESTRA.....</b>   | <b>34</b> |
| <b>3.3 HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN .....</b>   | <b>35</b> |
| <b>3.4 MATRIZ DE CONCEPTO.....</b>   | <b>37</b> |
| <br>   |           |
| <b>CAPÍTULO 4: PROCESAMIENTO ANALÍTICO DE LOS RESULTADOS...39</b>  |           |
| <br>   |           |
| <b>4.1 Ser mujer en el Perú: construcción de la femineidad según los espacios y medios de comunicación accesibles en nuestro día a día.....</b>    | <b>40</b> |
| 4.1.1 La sensibilidad: la disposición al otro.....   | 44        |
| 4.1.2 El compromiso social: la vocación de servicio y el traslado del rol de “madre” al espacio público.....                                       | 47        |
| <br>   |           |
| <b>4.2 Ser hombre en el Perú: construcción de la masculinidad según los espacios y medios de comunicación accesibles en nuestro día a día.....</b> | <b>48</b> |
| 4.2.1 La negación de la sensibilidad: “los hombres no lloran”.....   | 52        |
| 4.2.2 El compromiso social vs. la lucha por el poder económico y el status.....  | 54        |
| <br>   |           |
| <b>4.3 Una carrera de mil palabras: definiendo la “Comunicación para el Desarrollo”.....</b>   | <b>55</b> |
| <br>   |           |
| <b>4.4 El corazón del “desarrollero”: principales motivaciones para estudiar la especialidad.....</b>  | <b>60</b> |
| <br>   |           |
| <b>4.5 Comunicación, género y profesión: la relación entre los estereotipos sociales de género y las elecciones profesionales.....</b>             | <b>64</b> |

|  |    |
|--|----|
| 4.6 La comunicación dentro de la Comunicación para el Desarrollo: percepción y género..... | 70 |
| <br>   |    |
| CAPITULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....  | 77 |
| <br>   |    |
| BIBLIOGRAFÍA.....  | 85 |
| <br>   |    |
| ANEXOS.....  | 88 |



## INTRODUCCIÓN

Existen un gran número de investigaciones respecto a la temática de género y profesión tratados desde el punto de vista de la Sociología y Psicología, sin embargo, estudiar exclusivamente el mensaje y la construcción del estereotipo a partir de éste, es decir estudiar solamente el campo comunicativo, es relativamente nuevo. Sucede que aún la Comunicación como área y objeto de estudio es relativamente joven y recién en los últimos tiempos se ha visto cobrar relevancia en el entendimiento de fenómenos, representaciones y comportamientos sociales.

La comunicación es vital en cualquier proceso humano: personal, grupal, intercultural. Estudiarla supone un gran reto debido a su complejidad, sin embargo, aprender sobre el proceso de construcción de un mensaje respecto a un tema en particular puede traer grandes respuestas para comprender situaciones que nos causan inquietud, como el tema de género y profesión.

Es así como nace mi deseo por indagar sobre el rol de la comunicación en la percepción de una carrera de acuerdo a determinados conceptos de género que se tiene en la sociedad en la que vivo. Mi intención no fue estudiar el estereotipo o concepto de género en sí, sino más bien, cómo se comunica, de qué forma, a quiénes, dónde, por qué y en consecuencia cómo permite construir una imagen sobre una profesión. Profundizando en ese proceso es como en la presente investigación se examina las teorías de comunicación, la aplicación de la comunicación en temas de género y elección de profesión y los testimonios del objeto de estudio.

El objetivo principal de esta investigación es conocer, analizar y comprender los mensajes comunicativos que construyen las percepciones de género y profesión en la sociedad que puedan ser los causantes de la incidencia de mujeres sobre varones en la carrera de Comunicación para el Desarrollo en la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Con esta investigación se busca generar un aporte valioso, desde las comunicaciones, al crecimiento y desarrollo de la carrera, que aún es joven, para fortalecerla en el futuro y que continúe expandiéndose en el mercado laboral y académico.

En cuanto al desarrollo de este trabajo, se ha organizado la información en cinco capítulos. El primer capítulo presenta y delimita el tema definiendo el objeto de

estudio, su justificación, los objetivos de la investigación y la hipótesis preliminar. El segundo capítulo contiene el marco conceptual de la investigación en el cual se presentan diversas teorías de comunicación específicamente sobre la construcción del mensaje. Por otro lado, también se incluye información respecto a la comunicación aplicada en temas de género, específicamente la creación de percepciones y estereotipos. De la misma manera, se indaga en la relación entre comunicación, género y elección de profesión. Finalmente se presenta y explica el caso de estudio: la carrera de Comunicación para el Desarrollo en la Pontificia Universidad Católica del Perú, desde el inicio de la profesión hasta su concepto más actual e historia en la Universidad.

En el tercer capítulo se presenta la propuesta metodológica desarrollada durante la investigación. Aquí se define la muestra, las herramientas y técnicas de acopio de la información, así como una tabla de matriz de concepto para guiar y definir las variables presentadas en la hipótesis durante la aplicación de los instrumentos. El cuarto capítulo presenta los resultados y el análisis de éstos. Están organizados de acuerdo a las construcciones de femineidad y masculinidad, seguido de la definición de la carrera y motivaciones para estudiarla, finalmente se hace un contraste entre la construcción de género y la especialidad para dar un cierre que derive en las conclusiones.

Finalmente en el quinto capítulo se enuncian las conclusiones de la tesis y las recomendaciones, las cuáles parten del trabajo teórico y práctico de la investigación que permiten responder a las dudas iniciales planteadas en el primer capítulo.



## CAPÍTULO I: PRESENTACIÓN DEL TEMA

### 1.1 DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Existe una serie de debates sobre las carreras denominadas “femeninas” y aquellas denominadas “masculinas”. Lo cierto es que el campo de la ciencia determina que la diferencia entre géneros no es absoluta ni abstracta, ambos somos de la misma especie (Zanardi: 421, 1990). Sin embargo la ciencia del género cobra una nueva dimensión cuando se ingresa al ámbito social. Es en este ámbito en donde los “roles de género” actúan. En este juego de roles, la percepción de los seres humanos sobre lo que es considerado femenino o masculino predomina según características socialmente acordadas, más no científicamente comprobadas. Son en estos acuerdos donde se crean generalizaciones las cuales invaden los campos cotidianos de los seres humanos, como la elección de una carrera profesional. Es aquí donde el tema seleccionado cobra relevancia.

Las percepciones generales sobre lo que se considera una carrera femenina sobre una masculina afecta la incidencia del número de personas de distinto género en una profesión. Las carreras de ciencias son por lo general asociadas a profesiones masculinas. Existen diversas teorías científicas que podrían discutir sobre una predisposición masculina a este campo de estudios, sin embargo ninguna es determinante. Lo que genera que esta carrera sea mayoritariamente masculina es enteramente un tema de percepción. La percepción sobre la masculinidad o femineidad de una carrera es el traslado de los roles y estereotipos sociales sobre los cuales se establece la construcción de lo “femenino” y “masculino”. Estas percepciones brindan una “etiqueta de género” a la carrera (estereotipo). Es importante destacar que las percepciones discutidas son aquellas generalizadas, sin embargo existen múltiples percepciones sobre el tema de género que rompen la regla tradicional.

Las carreras “femeninas” por otro lado son aquellas asociadas a características “consideradas” “femeninas” como: sensibilidad frente al otro, capacidad de escucha, habilidad con los niños y niñas, entre otras. Algunas carreras entre otras que reúnen estas características son: psicología, educación, literatura y comunicación para el desarrollo. Todas las mencionadas, salvo la última, son carreras establecidas y con un largo trayecto en la historia. La comunicación para el desarrollo es una profesión

joven, reciente y con una trayectoria histórica relativamente corta (15 años en el Perú, de acuerdo con la entrevista realizada al profesor Hugo Aguirre). Sin embargo, aun siendo una carrera no tradicional y moderna, sufre por las percepciones de género comunes a los estudios de profesionalización.

En el caso de Lima, Perú, la especialidad de Comunicación para el Desarrollo enseñada en la Pontificia Universidad Católica del Perú en su Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación, muestra una mayor incidencia de género femenino sobre el masculino. ¿Por qué sucede esto? No hay estudios científicos que demuestren que los hombres no pueden estudiar esta carrera porque es específica para las mujeres. En general toda profesión, con sus estudios correspondientes, está en función de la capacidad de cada persona y su talento personal, independientemente del género. Sin embargo, la especialidad de Comunicación para el Desarrollo es percibida como “femenina” y se demuestra en el número superior de mujeres sobre hombres que la estudian.

Las características principales que esta especialidad exige para poder desenvolverse de forma talentosa y eficiente como profesional son: compromiso social y sensibilidad. Estos dos pilares moldean la forma de actuar y ser de un comunicador para el desarrollo y lo separa de otras especialidades de Comunicaciones en la PUCP. Sin embargo, ambas características son consideradas socialmente como femeninas (Plaza & Delgado: 18, 2007).

Hago énfasis en que no existe un motivo biológico trascendental que resulte en la elección de esta carrera por parte mayoritaria de las mujeres. Considerando este problema, se realiza la siguiente pregunta de investigación:

**¿Cómo las percepciones de los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de la PUCP sobre características consideradas como femeninas, atribuidas a esta especialidad, afectan la incidencia de alumnos masculinos sobre femeninos en la misma?**

## 1.2 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

La relevancia del tema radica en la importancia de la equidad de género en cualquier carrera profesional, en este caso, Comunicación para el Desarrollo. La equidad permite a la profesión mantenerse fuera de estereotipos e impulsar el desarrollo de ésta, al ser una oportunidad de estudios tanto para hombres como para mujeres.

La Comunicación para el Desarrollo necesita de las aptitudes de todos sus estudiantes, sin importar el género, ya que es una carrera joven y requiere de aportes para su mejoramiento. Al perfilarse como “femenina” pierde la posibilidad de nuevos talentos masculinos que tal vez se inhiban a estudiarla; así como la oportunidad de mantenerse objetiva.

De la misma manera las características “compromiso social” y “sensibilidad” al ser asociadas con la femineidad generan un estereotipo muy marcado tanto para los hombres como para las mujeres. Los hombres tienen la capacidad de tener estas características, pero socialmente son asociadas más a lo femenino que a lo masculino, lo cual inhibe a este género a desempeñarse con total libertad en el campo laboral que desee. Lo mismo sucede con las mujeres, ya que son estereotipadas a tener las dos características mencionadas, y son alienadas socialmente cuando no las tienen u optan por elegir una carrera perfilada como “masculina”.

Es la equidad de género en las carreras profesionales la que nos permite a todos desenvolvemos en campos según nuestros intereses personales y no las presiones sociales. La Comunicación para el Desarrollo parece escapar de este tema. La profesión puede fácilmente trasladarse al contexto social limeño y a los roles y estereotipos de género que se viven a diario.

Al conocer las percepciones sobre los estudiantes, egresados y profesores de Comunicación para el Desarrollo, así como la opinión de especialistas en temas de género, esta investigación pretende indagar en la asociación de lo femenino con la carrera a partir de las voces y opiniones de los actores involucrados en el proceso. No se trata de una investigación de teorías de género, más bien de la construcción del mensaje de género predominante en la carrera según las apreciaciones de los que se desenvuelven en ésta y como este mensaje los afectan y afecta el futuro de la profesión. Tanto la imagen externa como interna de la carrera, así como el mensaje comunicacional que se le estaría brindado a los futuros talentos que desean estudiarla, serán los principales temas puestos en cuestión.

## 1.3 OBJETIVOS E HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.3.1 Objetivos

Objetivo General:

Analizar la percepción de estudiantes, egresados y profesores de Comunicación para el Desarrollo de la PUCP sobre dos características de la especialidad: compromiso social y sensibilidad contrastándolas con sus percepciones sobre la construcción del mensaje referido al género femenino.

Objetivos específicos:

- a) Identificar la incidencia de estudiantes de género femenino sobre género masculino en la carrera de Comunicación para el Desarrollo.
- b) Conocer las percepciones de género de los estudiantes, egresados y profesores de Comunicación para el Desarrollo de la PUCP.
- c) Analizar la relación entre las percepciones de los estudiantes, egresados y profesores con la incidencia de mujeres sobre hombres en la carrera.

### 1.3.2 Hipótesis

En la especialidad de Comunicación para el Desarrollo, la percepción de género como mensaje comunicacional permite que exista una mayor incidencia de estudiantes mujeres sobre varones. Esto se debe a dos características de la carrera percibidas en el mensaje detrás de ésta: compromiso social y sensibilidad. Ambas características socialmente asociadas a lo “femenino”.

## CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1 DEFINIENDO EL PUNTO DE PARTIDA: EL ENFOQUE DE GÉNERO

Para efectos de esta investigación, es de suma importancia iniciar con una mirada breve a la historia del enfoque de género y como se ha logrado cambios en la sociedad, así como analizar cómo los temas de género han sido transversales desde decisiones políticas hasta el núcleo familiar.

#### 2.1.1 Las tres olas del feminismo: recuento histórico de una lucha

La historia de la teoría de género parte, de acuerdo con el libro “Politics and Feminism” de Barbara Arneil, de tres fuertes olas o momentos que van marcando hitos históricos.

La primera ola sucede principalmente en la clase media y alta de círculo de status social. Data a 1792 con Mary Wollstonecraft y su ensayo “Una reivindicación en los derechos de las mujeres” (Arneil: 156, 1999). Los temas principales por los que lucharon fueron la virtud, igualdad, racionalidad y nurtura vs. natura (Arneil: 156, 1999). Se centraba en una cuestión de exigencia de la misma calidad en educación y en la inserción de mujeres en el ámbito ciudadano, sin embargo, no contempló la división público/privada del género.

La segunda ola es marcada por Simone de Beauvoir con su texto “El segundo sexo” publicado en 1949 (Arneil: 163, 1999). A diferencia de la primera ola basada en la razón y el humanismo, de Beauvoir, acepta que ambos géneros son iguales pero se van transformando durante la socialización en “mujeres” y “hombres”. En sus palabras, en primer lugar, el género no es natural, es construido y en segundo lugar, la mujer siempre ha sido definida como el “otro” según su relación alrededor del género masculino durante la historia (Arneil: 163, 1999). El argumento de esta ola es la liberación de la mujer a través de la toma de decisiones que afecten su percepción sobre su biología, sus cuerpos, y su rol de maternidad, ya que es este último el que empuja a la mujer a permanecer escondida en la esfera privada (Arneil: 163, 1999).

La tercera ola del feminismo inicia a finales de 1980 y se caracteriza por cuestionar el dualismo en la sociedad occidental (Arneil: 186, 1999). Consideran que tal dualismo está mal estructurado (público/privado) (natura/nurtura), e intentan romperlos para dar pie a una serie de diversidades y diferencias, cortando ciertas ataduras con el dualismo propuesto en la tercera ola. En esta ola aparecen conceptos de identidad y

particularidad en contraposición de universalidad que se filtran en esferas artísticas (grupos musicales femeninos) y comunicativas (formas de expresar la lucha feminista, en vez de manifiestos, hacían charlas en campus o repartían volantes) (Arneil: 187, 1999).

### 2.1.2 División social de género

Como pudimos ver anteriormente con el recuento histórico, lo que predomina para las tres olas, es la división de espacios sociales que crean diferencias entre ambos géneros. Si bien la tercera ola intenta romper esos dualismos, éstos se filtran de otra manera en nuestro día a día.

Es importante, para motivos de esta investigación, destacar dos tipos divisiones: natura vs. nurtura & público vs privado. En cuanto a la primera división: nurtura vs. natura, dicho debate data desde la época griega en donde se discutían tanto la naturaleza del individuo como el producto de su socialización al momento de juzgarlo. Platón en “La República” habla de esta dualidad al referirse a la mujer como un ser asociado a la naturaleza y por ende irracional y relacionada al placer y apetitos. No podía ejercer ni la política ni la cultura pues estaba sujeta a su naturaleza, de forma más determinante que el hombre, la cual (naturaleza) debía ser gobernada por la razón (Arneil: 13, 1999).

Dicha división se trasladó durante los años a la construcción de la política en el mundo occidental. La natura es ese lado que no podemos cambiar, como nuestros cuerpos y biología pero que suele moldearse a la manera en la que nos educan como ciudadanos (Arneil: 78, 1999). La nurtura es ese conjunto de normas artificiales y construcciones sociales que hacen funcionar y comprender el mundo (Arneil: 91, 1999). Ambas esferas se traslapen varias veces, específicamente al momento de brindar un rol al género en una sociedad occidental. Como lo veremos más adelante, el debate es “¿Hasta qué punto las características biológicas determinan nuestro papel social?”. Las tres olas del feminismo critican esta “área gris” pues es justamente, como se verá en los siguientes capítulos, de donde nacen los prejuicios y estereotipos.

En cuanto a la división “público vs privado”, esta inicia igualmente en la filosofía griega, en donde privado era sinónimo de doméstico y público sinónimo de política (gobernanza) (Arneil: 43, 1999). Dicha dualidad se mantuvo, durante la historia, con cambios y graduaciones, sin embargo manteniendo la esencia de lo que Iris Marion Young citaría como: “la preexistencia de la ideología patriarcal tradicionalmente localiza la labor de la mujer al hogar y todo lo alrededor a éste, des-asociándola del

ambiente público y todo lo relacionado con el trabajo en esa esfera, en consecuencia, no reconociendo su labor<sup>1</sup>” (Arneil: 58, 1999).

Esta última idea está sujeta a que sólo los valores públicos son categorizados y se desconoce el verdadero valor de la economía que ha brindado la mujer en su forzado rol privado, negándole un papel en el desarrollo de la economía de su sociedad (Arneil: 60, 1999).

El centro del debate aquí es la invisibilización del rol de la mujer y su relego a una esfera que no la permite participar. Más adelante se discutirá las principales características de dicha dualidad y sus implicancias en el desarrollo de la sociedad.

#### **2.1.4 La socialización: la familia y su relación con la división de género**

Hasta ahora se han tratado temas históricos y dualidades importantes para comprender la lucha por la equidad y los debates actuales sobre género. Estos conceptos, hay que aclarar, son teorías puestas en práctica y se ven perfectamente en el núcleo más cercano del ser humano: la familia.

La familia constituye el espacio primario para la socialización de sus miembros, siendo en primera instancia el lugar donde se lleva a cabo la transmisión de los sistemas de normas y valores que rigen a los individuos y a la sociedad como un todo (Arce: 32, 1995). Es en la familia donde adoptamos nuestra primera visión del mundo, y donde el niño y niña está lo suficientemente vulnerable para adoptar a nivel cognitivo, patrones de género que permanecerán en su vida (Stangor: 3, 2000).

Varias instituciones que luchan por la equidad saben que es necesario establecerla desde la familia, ya que es el núcleo mínimo y más especial de socialización. UNICEF, en su labor por la equidad de género propone lo siguiente:

“UNICEF reconoce que la discriminación de las niñas arraiga desde muy temprano en la estructura social de la familia y la comunidad. Para lograr la igualdad entre los géneros, niños y niñas han de practicar la igualdad de derechos y compartir responsabilidades desde una edad temprana (...) UNICEF promueve la igualdad en el seno de la estructura familiar, lo que en ocasiones exige una transformación de los papeles asignados por razón de género. Resulta beneficioso, tanto para los hombres y mujeres como para los niños y niñas que integran la familia, determinar el papel que corresponde a cada uno en el seno de la misma y decidir juntos cuáles son las responsabilidades adecuadas para cada miembro de la familia. El

---

<sup>1</sup> Traducido por la autora

UNICEF reconoce que gracias a la promoción de los derechos de las mujeres y las niñas, los hábitos tradicionales que refuerzan la desigualdad comienzan a desintegrarse y a ser suplantados por nuevos valores” (UNICEF: The Child in the Family)

En el siguiente capítulo dedicado a la percepción y comunicación, veremos cómo en la familia se desarrollan los primeros patrones de conocimiento que llevan a los estereotipos.

### **2.1.5 Nuevas femineidades, nuevas masculinidades, nuevos retos**

La sociedad ha continuado evolucionando y parecen que los conocidos dualismos, junto con el aporte de la tercera ola del feminismo, se han ido rompiendo para formar nuevas maneras de percibir qué es ser hombre y qué es ser mujer. Esto es llamado “nuevas masculinidades” y “nuevas femineidades” (Montecino: 74, 2002). Gracias a estas nuevas formas, se ha logrado grandes victorias en búsqueda de la equidad. Sin embargo, tal como se menciona en el documental “Miss Representation” (Siebel & Acquaro: 2011), muchas veces estas nuevas formas son usadas para enmascarar los mismos patrones. Entonces por ejemplo, tienes en una película el papel de una mujer en la esfera pública, pero su historia gira en torno a un hombre.(Siebel & Acquaro: Miss Representation, 2011)

Estas cifras de la película describen una realidad aun alarmante, tomando de caso Estados Unidos:

- 53% de las niñas de 12 años se sienten insatisfechas con sus cuerpos. 78% de las mujeres de 17 años se sienten insatisfechas con sus cuerpos y 65% de las mujeres presentan un desorden alimenticio.
- Los rangos de depresión en mujeres han aumentado (a nivel mundial) al doble entre el 2000 y 2010
- Las niñas están aprendiendo a verse a si mismas como objetos. De acuerdo a la Sociedad Americana de Psicología, la auto-objetificación se ha convertido en una epidemia nacional (EEUU). Esta epidemia se traslada a bajos desempeños académicos y falta de ambición.
- En EEUU las mujeres componen (al 2010) el 17% del congreso.
- Sólo 67 países en el mundo han tenido una presidenta o primera ministra

Estas cifras continúan demostrando una disparidad con las nuevas masculinidades y femineidades. Si bien la sociedad está cambiando, tenemos un elemento crucial para el



mantenimiento de dichas percepciones sobre género: los medios de comunicación. Su impacto será analizado a lo largo de la tesis.

## **2.2 LA PERCEPCIÓN: CONSTRUYENDO UNA IMAGEN A PARTIR DE UN MENSAJE COMUNICACIONAL**

### **2.2.1 Definición y asociación a la comunicación**

La percepción es el desencadenante del acto de la categorización social, un proceso básico de la existencia humana para reconocer, medir y ordenar el mundo (Stangor: 17, 2000).

La percepción deriva de un proceso cognoscitivo ya que decodificamos mensajes externos que sentimos con nuestros sentidos, se trata en un inicio de un proceso biológico. Así mismo, tiene un dimensión interpersonal o comunicacional, cuando decodificamos el mensaje que nos brinda el emisor. Esta fase de la percepción se llama “percepción social” (Roca: 12 s/f). De esta forma, podemos recibir, procesar e interpretar información mediante el mensaje dado por otro. La consecuencia de esta acción es la respuesta del receptor frente al mensaje.

La percepción es un acto evolutivo que nos brinda estructura mental. Es imposible percibir, sin ordenar, y es imposible ordenar sin un juicio previo. La vida social depende enteramente de este proceso, es inevitable (Stangor: 27, 2000).

Esta relación percepción-juicio previo-orden nos lleva al proceso de categorización, que cuenta con cinco importantes características (Stangor: 27, 2000):

1. La categorización forma grandes clasificaciones y grupos de conocimiento para guiar nuestros ajustes diarios. Por ejemplo, en nuestra categoría de “precauciones” si vemos el cielo gris y el viento está fuerte, asumimos que lloverá y llevamos paraguas. Si vemos un perro enojado, asumimos que nos atacará, y nos alejamos. Si bien las categorías no son 100% fiables, agrupan conceptos.
2. La categorización nos ayuda a resolver problemas. Y nosotros como seres humanos lo tratamos de hacer de la forma más fácil y rápida (ventaja evolutiva para huir del peligro). Si tenemos categorías de resolución de problemas, se nos hace más fácil llegar a la solución.

3. Las categorías nos ayuda a identificar un objeto relacionado. Esto se hace por descarte. Identificamos algo nuevo tratando de compararlo con lo que es y no es de los objetos que ya conocemos.
4. Las categorías nos llevan a emociones categorizadas. Así como agrupamos conceptos, también les damos una emoción en torno a esos. Si “serpiente” es símbolo de peligro, si vemos algo similar en forma/ tamaño/ color, reaccionaremos de la misma manera: huyendo.
5. Las categorías no son 100% reales. Si bien es un tema evolutivo, para realizar una categoría y pasarla a otra generación, debe de haber experiencia de por medio y esa suele ser subjetiva. Aun cuando la categorización es una respuesta biológica del ser humano para aprender. La categorización en sí, es producto de la socialización y experiencia.

La categorización como resultado de la percepción ha probado ser (por sus características) un excelente factor cognitivo-social para la evolución del ser humano. Las dimensiones cambian cuando entramos al plano social y lo que ha significado este proceso.

## 2.2.2 La percepción, la sociedad y el *status quo*

Realmente no debería de haber problemas con la categorización, una herramienta cognitiva que deriva de un percepción que tenemos como humanos, sin embargo, ¿qué sucede cuando ésta impide el desarrollo potencial de la sociedad?.

Al categorizar, nos olvidamos del peligro de la percepción basada en juicio previo subjetivo que muchas veces nos lleva al territorio de la homogenización de grupos humanos (Stangor: 323, 1999). Al homogenizar se invisibilizan las particularidades y diferencias y suele repercutir en el nivel de oportunidades y acceso que tendrá ese grupo humano (de acuerdo a la negatividad/positividad de su categoría). (Arneil: 10, 1999).

Este proceso afecta a su vez la percepción social, que es nada más que la versión generalizada y consensuada de procesos individuales cognitivos. Como vimos anteriormente, la percepción social nos permite decodificar de manera consensuada el mundo y emitir un mensaje comunicativo en torno a este (Roca: 12 s/f). La comunicación es transversal en nuestra vida. Si usando la comunicación se refuerzan categorías (negativas o positivas) sobre un grupo, y ésta (la comunicación) es transversal a la sociedad, pues tenemos una crisis de concepto que suele ser muy difícil

de cambiar. Así se refuerza y mantiene el *status quo*, o el estado de las cosas en un determinado momento.

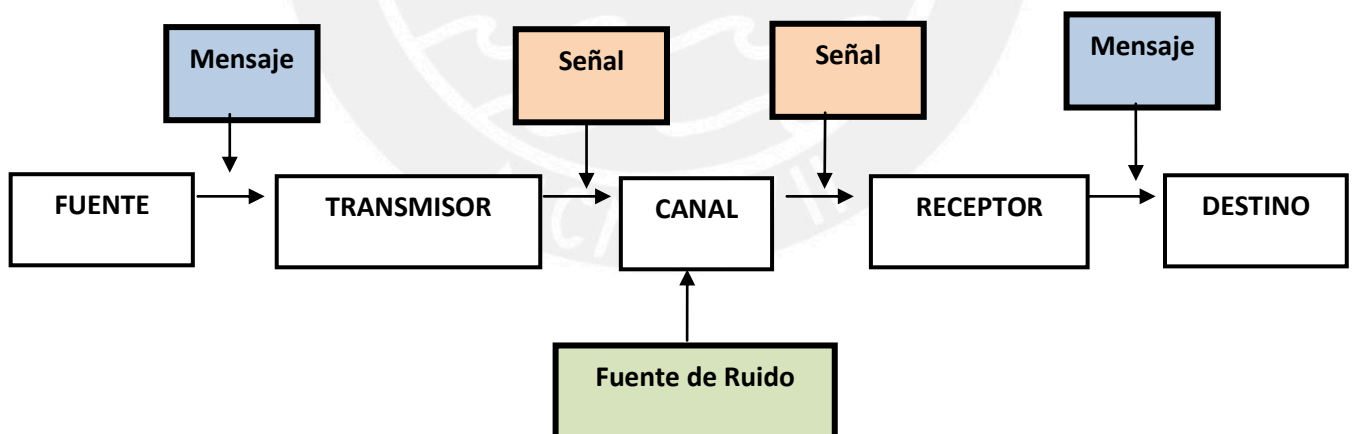
### 2.2.3 La construcción del mensaje y decodificación

Ahora que ya se ha definido la manera en la cual la percepción y la comunicación se relacionan y compenetran, es necesario analizar el proceso que permite esto: la construcción y decodificación del mensaje.

El proceso de comunicación puede describirse de una forma simple que es la emisión de un conjunto de señales con el fin de enviar un mensaje a un receptor. Este receptor debe de contar con las habilidades necesarias para decodificar el mensaje enviado por el emisor y así establecer una comunicación exitosa. Luego el receptor responde al mensaje transformándose en emisor en un proceso conocido como retroalimentación.

Algunas teorías sobre el proceso de comunicación y construcción del mensaje:

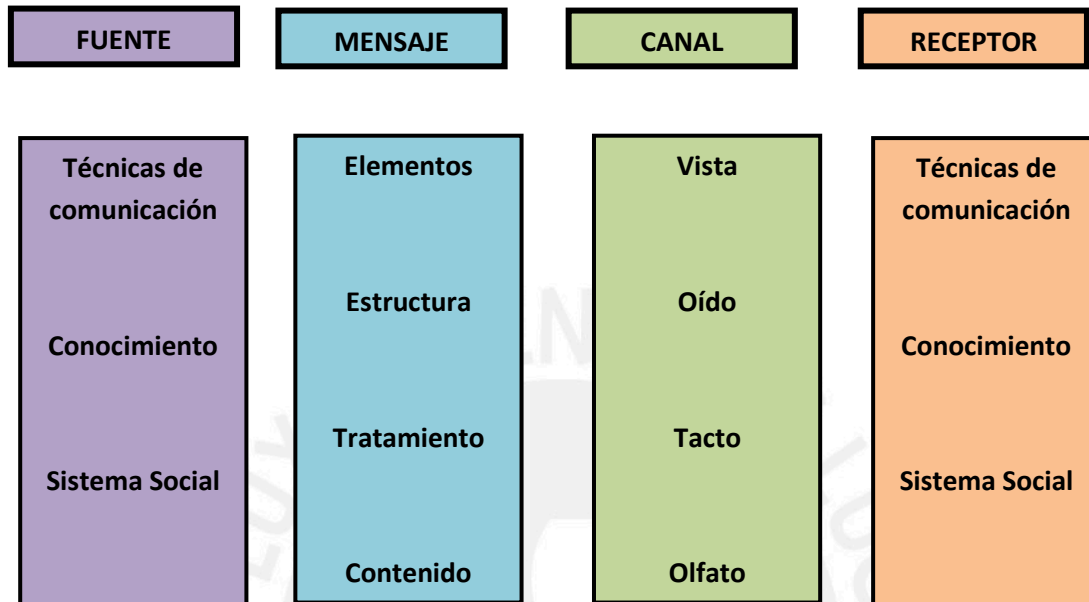
#### Modelo de Shannon y Weaver (Hovland, Lumsdaine & Sheffield: 81, 1949)



Este modelo es claramente un modelo lineal de comunicación. En este, se parte de una fuente que es un componente que determina el tipo de mensaje y su grado de complejidad. Luego pasa a un transmisor que transforma el mensaje en una señal y mediante un canal que transporta la señal, el mensaje llega al receptor que transforma la señal en un mensaje (Hovland, Lumsdaine & Sheffield: 81, 1949). Dentro de ese canal hay un proceso de ruido, en el cual algunas complicaciones pueden distorsionar

la señal. Finalmente el mensaje llega a su destino. Este es el componente decisivo para pronunciarse sobre la fidelidad de la comunicación (Hovland, Lumsdaine & Sheffield: 81, 1949).

**Modelo de Berlo**



El modelo de Berlo es similar al de Shannon y Weaver pero toma la dimensión psicológica y social del individuo que en definitiva, tiñe el contenido del mensaje y la forma de decodificación de éste (Otero: 100, 1999).

De acuerdo con estos modelos, la construcción y decodificación del mensaje es un proceso en el cual es necesario el compartir códigos culturales entre el emisor y receptor. Este proceso sucede entre dos individuos y es claramente interpersonal. Sin embargo, ¿qué sucede cuando estos modelos son trasladados a un plano grupal y por qué no, social? En una sociedad también manejamos códigos culturales comunes, como lo mencionamos anteriormente: categorización, percepción social; por lo que los mensajes entre masas pueden ser construidos enviados y decodificados, generando conocimientos generales. En el siguiente subcapítulo entraremos al mundo de la comunicación en masa y los estereotipos.

#### 2.2.4 Los estereotipos y el prejuicio: cuando la percepción se generaliza

La comunicación es una facultad del ser humano que nos ayuda a sobrevivir. Previamente se ha analizado el lado interpersonal de ésta, sin embargo, uno no debe olvidar que el ser humano está destinado a vivir en sociedad para asegurar su posteridad. En consecuencia, es necesario que dicha sociedad funcione según un conjunto de reglas y maneje códigos en común que permita que aquellos que la conforman se integren y transfieran tanto códigos como reglas a las siguientes generaciones. En ese sentido, los seres humanos manejamos percepciones personales, pero también sociales, así cada uno de los integrantes tiene esquemas en común con los cuáles decodificar información. Como se mencionó previamente, si bien es una ventaja evolutiva, suele ser una herramienta peligrosa de homogenización. Bajo este último punto nace el concepto de estereotipo.

Los estereotipos se forjan en nuestra mente desde pequeños, como vimos en la primera parte, la familia suele ser el núcleo informativo donde el infante tiene su primer contacto con las clasificaciones.

Charles Stangor en su libro “Estereotipos y prejuicios” menciona que si bien los estereotipos son aprendidos por el simple acto de la observación, es imposible pensar que sólo en la familia son forjados. Existen familias que rompen estereotipos y sin embargo los niños y niñas muestran conocimiento sobre éstos y comportamientos en torno a éstos (Stangor: 139, 2000). Los estereotipos son parte de la cultura, están tejidos en la base de ésta. Si bien la familia en un principio y la escuela en un segundo momento son claves para la socialización y aprendizaje del ser humano, no son los únicos.

Conocemos gracias a la comunicación, así como vimos que ésta funciona de forma transversal y por eso suele ser peligrosa, pues es aquí donde los estereotipos suelen entrelazarse tanto con la cultura.

El gran emisor de información y construcción de “etiquetas” son los medios de comunicación. El medio de comunicación es capaz de reproducir una realidad alterada y normalizar ciertas conductas que en definitiva pueden llevar a la creación de ciertos estereotipos (Lozano: 122, 2007) -pero- ¿cómo funcionan los medios? Lasswell y Wright proponen que los medios tienen cuatro funciones:

1. Supervisión del entorno: recopilar y distribuir información dentro y fuera del entorno.
2. Correlación: interpretación de la información y sugerencia sobre cómo reaccionar
3. Transmisión de cultura: comunicar las normas sociales y valores de generación a generación.
4. Entretenimiento: elemento de distracción independientemente del efecto del medio en sí. (Lozano: 26, 2007)

De acuerdo con estas cuatro funciones, los medios tienen un gran poder en la transmisión de valoraciones y construcción de percepciones generalizadas. Además, ahondando en la función número tres –transmisión de cultura- tienen el poder de hacer cuajar los estereotipos y “normalizarlos” al nivel de uno aceptarlos sin hacer mayor crítica, o, sorprenderse cuando se rompe la norma.

Cabe resaltar que el medio no produce mensajes de la nada, o parte de un vacío. La sociología de la producción de mensajes (Lozano: 36, 2007) señala que un mensaje comunicacional en los medios parte de factores externos e internos de la sociedad misma que afectan el contenido que tendrán los mensajes. Sociedades desiguales, discriminatorias, machistas, etc., teñirán sus mensajes comunicacionales en los medios con éstas características.

Esto lleva al siguiente punto: ¿quién decide sobre la producción de mensajes? Cuando hablamos de la discriminación, por ejemplo, mostrada en los medios, estamos hablando de un grupo de poder que establece su *agenda setting* de acuerdo a su percepción de la realidad y la transmite a los demás de forma masiva, generando una distorsión de ésta (Lozano: 110, 2007). La manera en la cual esta distorsión conlleva a la formación de etiquetas sociales y percepciones generalizadas se debe a dos teorías: la teoría de influencias de largo plazo y la teoría de aprendizaje social (Lozano: 122-124, 2007). Ambas tienen en común para “normalizar” una etiqueta es necesaria la variable generacional, es decir, transmitir de generación a generación esta etiqueta, reforzándola constantemente.

En cuanto a la teoría de la influencia a largo plazo para ejecutar una conducta se tiene que pasar por cuatro etapas: la creación del mensaje en los medios, la asimilación a nivel cognoscitivo, la formación paulatina de actitudes y finalmente la ejecución de

conductas y formación de patrones. Sobre la teoría del aprendizaje social, esta establece que:

“Como los seres humanos tienen la capacidad de conceptualizar, pueden aprender mediante la imitación o modelación de las conductas de otros quienes observan. El individuo advierte algo externo, y gracias a la repetición de lo visto empieza a incorporarlo y a imitarlo.” (Lozano: 123, 2007)

Es así entonces como los medios, en su constante muestra y repetición de mensajes juega un papel crucial en la definición de roles sociales. El medio trabaja ideológicamente para naturalizar significados, que no necesariamente son reales, y convertirlos en sentido común (Lozano: 158, 2007).

¿Cuál es la consecuencia de naturalizar estos estereotipos? Como ya lo dijimos, la homogenización de valores, la cual es una gran tara para una sociedad común y cualquiera en donde los valores, visiones del mundo, creencias, características demográficas, sociales y económicas muestran diferencias significativas (Lozano: 133, 2007)

Los medios de comunicación no están obligados a reflejar los porcentajes de la vida real, el problema es que con la omisión y sobre representación de algunos grupos se fomentan patrones discriminatorios contra minorías sociales (Lozano: 133, 2007). Es así como tenemos a la mujer mayoritariamente en el rol de madre, cuidadora del hogar y en comedias situacionales en la televisión; y a minorías étnicas como villanos en series de acción (por mencionar algunos ejemplos).

Es así como los medios de comunicación juegan un rol tan importante en la creación de estereotipos. Estos estereotipos son representados en nuestra realidad y para los grupos afectados significan barreras que definen desde sus conductas cotidianas a decisiones más trascendentales como la elección de una carrera.

## 2.3 GÉNERO Y COMUNICACIÓN: ELIGIENDO UNA CARRERA PROFESIONAL

### 2.3.1 La comunicación y la construcción de género

La comunicación sólo es posible cuando hay otro. Ese otro no sólo nos da mensajes, sino que decodifica los nuestros. A partir de ese intercambio se genera una relación, y en esa relación interpersonal se genera la sociedad. La comunicación es la expresión mínima del ser humano social. Sin comunicación no habría relaciones, y sin relaciones la raza humana se hubiese extinguido hace miles de años. Por eso, la comunicación en un primer nivel, es esencial para nuestra supervivencia.

En un segundo nivel, la comunicación le brinda al ser humano orden. En lo que José Carlos Lozano llamaría “sociología de la producción de mensajes”, dotamos de niveles sociales a nuestras maneras de comunicar (Lozano, 36 2007). Es decir, ordenamos el mundo, porque le tememos al caos. La comunicación nos permite ponernos de acuerdo exactamente qué orden vamos a elegir. Esto nos lleva a un tercer nivel de comunicación, y tal vez hoy en día el más importante, el poder.

El poder, expresado comunicacionalmente en relaciones de poder, da fruto a una serie de mensajes y contenido que rigen el mundo y además de orden le dan sentido. El sentido que tenemos del mundo, nos lleva al campo de la percepción. Entonces, percepción y poder van más juntos que separados. El poder de los mensajes llevó a una Alemania nazi percibir que existía una raza superior a la otra. El poder de los mensajes llevó a una sociedad conservadora a percibir a la enfermedad del SIDA como una enfermedad exclusiva de homosexuales. La percepción puede superar muchas veces la ciencia.

Es en este contexto donde se sitúa uno de los debates más trascendentales de la humanidad: el género. Las teorías de género muestran siempre relaciones de poder y percepción sobre la mujer y el hombre. El aspecto comunicacional de las teorías de género es fundamental para comprender la forma en la que el mundo opera. Un hombre y una mujer, ya no son exclusivamente estas categorías según las características biológicas. Para comprenderlo mejor, las características biológicas son el esqueleto de una entidad mucho mayor, compuesta principalmente por la sociedad. Volviendo a citar a Simone de Beauvoir “uno nace con las características biológicas de mujer para luego convertirse socialmente en mujer femenina” (Arneil: 163, 1999).

Entonces, ¿cómo entra la comunicación en las teorías de género? De acuerdo con la autora de *Essential Papers on the Psychology of Women*, Claudia Zanardi, las diferencias de género no son absolutas ni abstractas, sino que son socialmente



creadas. Ese ejercicio de creación de diferencias de género se sitúa en el campo de las relaciones, un campo enteramente comunicacional. El género se crea de forma relacional, es decir, en la forma de una relación, no podemos pretender entender las diferencias de género sin esta construcción relacional (Zanardi: 421, 1990).

Género se refiere a las conductas, características y actitudes que se consideran masculinas o femeninas (Plaza & Delgado: 13, 2007). Como se dijo anteriormente, estas traducciones del género dependen de la percepción y la percepción cambia cultural e históricamente. El género se traslada a absolutamente todos los ámbitos de nuestras vidas como seres humanos ya que esta enlazado a los estereotipos, los cuales dependen de la comunicación que a su vez funciona de forma transversal. Desde nuestra ropa, elección de pareja, acceso a oportunidades, desarrollo de la sexualidad, desarrollo del campo emocional, hasta –para fines de esta tesis- pasar inevitablemente por el ámbito de las profesiones.

### **2.3.2 Las carreras profesionales y la equidad de género: percepción y posicionamiento de las profesiones con respecto al género.**

Cuando se trata de una carrera profesional, la variable de género influye en la forma en la que ésta es percibida por el otro y en definitiva, posicionada en la sociedad. Es un tema de relaciones entre individuos que construyen dicha percepción, es en suma, un tema de comunicación y construcción de mensajes. Las carreras profesionales se encuentran en un componente del sistema de género llamado “la división sexual del trabajo” (Plaza & Delgado: 18, 2007).

La división sexual del trabajo se refiere a las tareas asignadas socialmente de acuerdo a tu masculinidad o femineidad, también socialmente establecida mediante estereotipos. Por ejemplo: el hombre debe trabajar, la mujer debe quedarse en casa cuidando a los hijos. Esta división sexual del trabajo es consecuencia también de lo que previamente identificamos en la investigación como dualidades de género.

En el campo de nurtura vs. natura se utiliza pretextos biológicos para justificar roles socialmente (y subjetivamente) establecidos. La mujer, al biológicamente ser la que da a luz, es su deber desempeñarse en todos los roles que adjudican conducta de maternidad y cuidado (Arneil: 10, 1999) Por otra parte el hombre, al ser el “cazador” debe proveer a su núcleo familiar.

En cuanto al campo privado vs público la relación va con el primer campo, pues la “maternidad” es un rol privado (familia) y la caza se desarrolla en el espacio público (búsqueda de status/protección/ sustento/ poder).

En una sociedad más compleja, la división sexual del trabajo se filtra en decisiones más personales, pero trascendentes en la realización del ser humano: la profesión. Ya que somos una sociedad establecida, se necesita diversificación del trabajo, ahora la mujer puede estudiar una profesión tanto como lo puede hacer un hombre. Sin embargo, ¿es posible que existan unas profesiones más inclinadas a un género que a otro? Si la división sexual del trabajo apunta a una fragmentación de la labor debido a dualidades entre géneros, pues todo apunta a que de la misma manera sucedería en las inclinaciones (o en todo caso-percepciones) sobre ciertas profesiones.

¿Por qué sucede esto? Porque el ámbito privado dominado por la mujer y el ámbito público dominado por el hombre, han sufrido un cambio, coincidente con el cambio de las relaciones de poder en cuanto al género, pero sin embargo, ha sabido insertarse en temas en donde aparentemente no deberían de estar presentes. Es aquí en donde entra el término acuñado por Pierre Bourdieu, el coeficiente femenino y masculino (Plaza & Delgado: 45, 2007). De acuerdo con estos coeficientes y aplicándolos al caso de las profesiones se obtiene lo siguiente:

- Las funciones (ya sea carrera profesional) de las mujeres deben ser una prolongación del ámbito privado o doméstico.
- No existen características neutras (en el caso de una carrera profesional). La significación cambia cuando se trata de un hombre o una mujer.
- Los hombres deben tener el monopolio de las profesiones que tengan que ver con objetos y maquinaria.
- Este es un tema de percepción, del cual sin embargo, no estamos conscientes. (Plaza & Delgado: 45-46, 2007)

Entonces, cada carrera profesional sufre una percepción sesgada de acuerdo a sus características. Si son consideradas como una proyección del ámbito privado se asocia a la mujer, si son consideradas como una proyección del ámbito público, se asocia a los hombres. La repercusión de estas percepciones (no conscientes) genera que existan carreras femeninas y carreras masculinas. Vemos aquí como sutilmente se establecen formas de comunicación que determinan la ubicación del género en ciertas funciones sociales, como sería en este caso, el trabajo. El rol que juega la comunicación es

crucial para que dichas percepciones se establezcan en el imaginario como una “verdad” y se trasladen entre cada generación.

### **2.2.3 La elección de una carrera profesional: mensajes comunicacionales detrás de éstas. Carreras femeninas. Carreras masculinas.**

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, las carreras femeninas son un complemento del ámbito privado, mientras que las carreras masculinas son un complemento del ámbito público. ¿Cuáles son las características de ambos ámbitos? Las siguientes características son un compilado de los libros de Zanardi, Plaza & Delgado, Marchand & Sisson:

Ámbito privado: (usualmente relacionado a lo femenino)

- Cuidado de los hijos
- Sensibilidad para el trato de hijos
- Cuidado del hogar (cuidador)
- Capacidad de escucha ligado a la sensibilidad
- Enseñanza a los hijos (crianza)
- Reproducción de la vida

Ámbito público: (usualmente asociado a lo masculino)

- Poder
- Reconocimiento
- Prestigio
- Proveedor
- Decisorio (líderes)

De acuerdo con Zanardi, dichas características las asociamos con diversas profesiones. Para el ámbito público esta sería una breve lista:

- Doctor
- Ingeniero
- Abogado
- Empresario
- Economista
- Político

Por otro lado, las carreras femeninas son las que socialmente son reconocidas con las características mencionadas del ámbito privado. Algunos ejemplos:

- Profesor de inicial
- Enfermería
- Pediatría
- Trabajado social
- Terapeuta físico

El problema de homogenizar un grupo humano vía los estereotipos, es que percibimos de forma consensuada que aquello es “normal” por lo que muchas veces no estamos dispuestos a indagar formas de generar mayor equidad profesional. La percepción sobre éstas carreras claramente indican una percepción previa a ciertos roles que no son exactos con la realidad. Una vez que éstos profesionales salgan al campo laboral, la percepción de la profesión en sí continuará en la esfera pública, independientemente del género del profesional (no es por nada que nos sorprendemos al ver mujeres obreras y hombres profesores de inicial).

#### Definiciones importantes según el capítulo (a modo concluyente)

Al haber planteado inicialmente en la hipótesis que las características “sensibilidad” y “compromiso social” eran un factor determinante en la predominancia de mujeres sobre hombres en la carrera, es necesario hacer un paréntesis y definir ambas características de acuerdo la revisión teórica abarcada hasta el momento. Estas definiciones permitirán concluir de manera más concisa.

- Sensibilidad:** La expresión de los sentimientos, empatía a los demás y reconocimiento emocional personal y de los demás (Sánchez: 4, 2008). De la misma manera, esta habilidad es desarrollada con más detenimiento en la infancia en donde se le enseña al individuo a desarrollar su inteligencia emocional mediante la comunicación interna y externa, que incluye reconocer y comunicar sus sentimientos y reconocer el de otro. (Sánchez: 4, 2008).
- Compromiso social:** Viene de la palabra compromiso, que de acuerdo al diccionario de la RAE, significa: “una palabra dada, promesa u obligación hacia alguien o algo” (RAE, 2015); es decir un promesa hacia su sociedad para el bienestar de ésta. Se muestra como una convicción hacia el cambio y es un valor que demuestra ser mejor cuando es inculcado desde pequeños, ya que

requiere del desarrollo de una inteligencia emocional que reconozca al *otro*.  
(Sánchez: 4, 2008)

- c) **Masculinidad:** Sería según el repaso de todos los autores estudiados hasta este momento, las características sociales que se atribuyen al género masculino.
- d) **Femineidad:** Las características sociales que se le atribuyen al género femenino (haciendo hincapié en que se trata de construcciones sociales –no biológicas-.)

## 2.4 LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO: TEORÍA Y PROFESIÓN

*“Para el cambio social, se requiere de un modelo de comunicación cíclico, relacionista y que conlleve al cambio mutuo, en vez de un cambio individual y de un solo lado.”*

(The Communication for Social Change Working Paper Series No.1: 4)<sup>2</sup>

### 2.4.1 Inicios y primeras teorías

Finalizada la Segunda Guerra Mundial, las Naciones Unidas estimularon las relaciones entre los países independizados (incluyendo las recientes ex colonias) y así iniciaron las primeras dimensiones de poder y percepción sobre las distintas naciones. Las diferencias entre países de primer, segundo, y tercer mundo se hicieron evidentes, así como la aproximación hacia el otro a partir de su poder económico. Las primeras transnacionales norteamericanas fueron creadas y con ellas, se impartió un modelo cultural, económico y cultural occidental. Este fue el llamado mensaje de la modernidad y fueron varios los países seducidos por esta nueva manera de competir en una economía cada vez más dura y excluyente. La modernidad se transformó en un credo y pasó a llamarse desarrollo. Para alcanzar dicho desarrollo (que no era más que crecimiento económico) la sociedad necesitaba seguir unos pasos:

“Para ser una sociedad moderna, tienen que ser modificadas las actitudes de las personas “atrasadas” —su tradicionalismo, mal gusto, superstición, fatalismo, etc.— que constituyen obstáculos y barreras de las sociedades tradicionales. Las diferencias entre naciones son explicadas en términos del grado de desarrollo antes que por la

---

<sup>2</sup> Traducido por la autora

naturaleza básica de cada una. Por lo tanto, el problema central del desarrollo se pensaba en torno a la cuestión de “cubrir la brecha” y “actualizarse” por medio de un proceso de imitación entre los sectores modernos y tradicionales, entre retrasados y avanzados o entre sectores y grupos “bárbaros y civilizados”, con ventajas para estos últimos.” (Servaes: 3, s/f)

Esta realidad de evolución hacia la modernidad se vivió hasta la época de los sesentas, en donde las primeras críticas se hicieron escuchar en América Latina (Servaes s/f: 4). Diversos críticos afirmaban que el ideal de desarrollo era inalcanzable y la supuesta brecha nunca podría ser alcanzada bajo los parámetros establecidos. Nacen así, otras teorías de aproximación al desarrollo, en donde el crecimiento económico deja de ser el factor decisivo. En este clima de cambios es donde inicia la Comunicación para el Desarrollo.

### Primeras teorías

Las primeras teorías de la Comunicación para el Desarrollo se basan en una necesidad de reivindicar la identidad y cultura de países del tercer mundo. Las une la idea de la multiplicidad (u otro desarrollo) (Servaes: 7, s/f). La multiplicidad plantea las siguientes ideas: (1) el Otro Desarrollo es generado para la satisfacción de necesidades, comenzando con la erradicación de la pobreza; (2) el Otro Desarrollo es endógeno y autónomo; y (3) el Otro Desarrollo está en armonía con el medio ambiente (Servaes: 7, s/f). Esta nueva forma de aproximación al desarrollo pronto fue ganando adeptos, principalmente en América Latina. Aquella que más caló fue la idea del desarrollo como autónomo y endógeno. Esto significaba que cada nación era responsable de adecuar el desarrollo a partir de sus necesidades particulares. Ya no eran necesarios modelos importados que no entendían la especificidad de cada país. El factor ambiente también probó ir en contra de la idea de desarrollo como crecimiento económico, porque ahora era necesario recapacitar la forma y la medida con la que el país crecía.

#### **2.4.2 Teorías Actuales**

Las teorías actuales de la Comunicación para el Desarrollo se basan en algunos principios esenciales hacia el abordaje al desarrollo. Tales principios son resaltados en una investigación desarrollada por la Universidad John Hopkins llamada “*Communication for Social Change: An Integrated Model for Measuring the Process and Its Outcomes*” (Comunicación para el cambio social: un modelo integrado para la medición del proceso y los resultados):

- La sostenibilidad del cambio social se da cuando los individuos y/o comunidades se apropian del proceso de comunicación y el contenido.
- La Comunicación para el Desarrollo debe empoderar, ser horizontal y brindarle una voz a aquellos que no han sido escuchados. Esa voz debe ser imparcial y seguir las reglas culturales de cada comunidad.
- Las comunidades deben ser agentes de su propio cambio de acuerdo a estrategias de comunicación que respeten su visión de desarrollo.
- El énfasis debe cambiar: en vez de la persuasión y transmisión de información de técnicos expertos de afuera, se debe incidir en el diálogo, el debate y la negociación en temas que le afectan a los miembros de la comunidad según sus propios testimonios.
- El énfasis de los resultados de los procesos de Comunicación para el Desarrollo, debe ir más allá del comportamiento individual y trascender a normas sociales, políticas públicas, cultura y el medio ambiente<sup>3</sup>. (Figuroa, Kincaid, Rani & Lewis: 5, 2002)

La Comunicación para el desarrollo toma entonces las características que ya la definían en las primeras teorías y las profundiza en los procesos de interiorización, apropiación y trascendencia del desarrollo. El factor de la transformación de la comunicación se debe principalmente al cambio de paradigma, de comunicación de una vía vertical, al diálogo doble vía horizontal. Las dimensiones de las relaciones humanas cambian, así como la percepción del otro en contextos de proyectos de desarrollo.

### **¿Qué es hoy la Comunicación para el desarrollo?**

La Comunicación para el desarrollo, en estos días, podemos definirla como una comunicación orientada al diálogo y la dimensión de las relaciones humanas orientada al desarrollo, el cuál es definido a partir de la definición cultural, social, política y económica del grupo humano con el cual se trabaja. La Comunicación para el desarrollo es necesaria para un proceso de crecimiento socialmente inclusivo y apunta a mejorar la calidad de vida de los integrantes de un grupo, ya sea una minoría o una

---

<sup>3</sup> Traducido por la autora.

nación. Se basa en la premisa de que sin comunicación, no hay desarrollo (Alfaro: 11, 2006 ).

### **2.4.3 La disciplina profesional**

La Comunicación para el Desarrollo como disciplina profesional es relativamente joven ya que el concepto es en sí joven y está sujeto a constantes cambios de paradigma y teorías. La disciplina profesional conjuga las teorías y las prácticas de Comunicación para el Desarrollo en una serie de cursos metodológicos, teóricos, de trabajo de campo, de estrategias y de desarrollo de proyectos comunicativos. De acuerdo con la facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú, “la especialidad de comunicación para el desarrollo promueve el análisis y la gestión de estrategias de comunicación con la finalidad de generar o mejorar procesos de comunicación interpersonales, grupales y masivos que apunten al desarrollo social” (PUCP 2013: <http://facultad.pucp.edu.pe/comunicaciones/carreras/comunicacion-para-el-desarrollo/>).

Ya sea en una campaña o en un proyecto de desarrollo estatal, la comunicación predomina con la característica de que esta está destinada al cambio social. Se trabajan las relaciones humanas y en ellas se encuentran las respuestas para resolver problemas comunicativos.

#### **Perfil del profesional**

El profesional de la Comunicación para el desarrollo, tiene, entre sus habilidades principales, la capacidad de escucha y sensibilidad hacia el otro. (Figuroa, Kincaid, Rani & Lewis: 15, 2002). Sólo así uno es capaz de generar un desarrollo que parta del grupo con el que se trabaja, un desarrollo endógeno, participativo e inclusivo. Son estas tres características lo que hacen de esta especialidad distinta a las otras carreras de Comunicaciones y el profesional debe ajustarse a estos requerimientos. El profesional se entrena para trabajar en ambientes de alto nivel de conflicto comunicativo, en democratización de información, generación de contenidos inclusivos, medios culturales y proyectos de desarrollo social con corte comunicacional.

#### **Campo laboral**

El comunicador para el desarrollo puede desempeñarse en el estado o en empresas privadas como organismos no gubernamentales. Instituciones y empresas, en consultoras o de forma independiente como freelance. De acuerdo con el Informe de la



Bolsa de Valores de la Pontificia Universidad Católica del Perú sobre la carrera de Comunicación para el Desarrollo, las principales actividades y funciones que puede desempeñar un comunicador para el desarrollo son:

- Gestión de las comunicaciones
- Diseño de proyectos
- Diseño de estrategias de comunicación e incidencia
- Metodologías de investigación cualitativa/ cuantitativa
- Metodologías de evaluación y monitoreo
- Facilitación de dinámicas socio culturales
- Diseño y producción de contenidos comunicativos (Bolsa de trabajo de la Pontificia Universidad Católica del Perú: 12, 2013)

## **2.5 INTRODUCCIÓN AL CASO DE ESTUDIO: LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO EN LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

### **2.5.1 Historia de la carrera en la Pontificia Universidad Católica del Perú**

La carrera nace junto con la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación en el año 1998. Además de esta carrera, surgen las especialidades de Periodismo, Artes Escénicas, Publicidad y Comunicación Audiovisual (Entrevista realizada por la autora a Jorge Acevedo). De acuerdo con Jorge Acevedo, docente de la carrera, la especialidad de Comunicación para el Desarrollo nace por tres principales motivos:

1. El fundador de la facultad Luis Peirano junto con la visión de sus acompañantes deciden formular una carrera que responda a los problemas, retos y necesidades del país. Se plantean preguntas como ¿Qué comunicadores y comunicadoras? ¿Con qué perfil? ¿Para qué? En respuesta a estas interrogantes se opta por crear esta nueva especialidad.
2. El mundo de la cooperación para el desarrollo tenía mucho vigor. Los ministerios en el país tenían como enfoque el desarrollo social y proyectos de desarrollo social. Lo acompaña el “boom” de las ONG’s y la cooperación internacional. Esto da pie a un vacío de empleadores con espina y contexto social que a la vez sean capaces de comunicar a la población los nuevos proyectos de desarrollo. Esta especialidad se inicia pensando en el estado y el mundo no lucrativo.

3. Se necesitaba lograr una simetría entre el campo de teoría y el campo de la práctica. De las 5 especialidades, Comunicación para el Desarrollo es la más académica y busca equilibrar teoría y métodos de investigación con la práctica y la creatividad. Busca simetría entre el lado analítico y el lado práctico (Entrevista realizada por la autora a Jorge Acevedo).

En cuanto a la trayectoria histórica de la carrera, el docente Hugo Aguirre, quien ha sido coordinador de la carrera por 10 años afirma que la especialidad ha cambiado junto con el enfoque de desarrollo. Ha pasado de ser asistencialista a ser participativa. Esto ha requerido de una transformación en la consciencia y enfoque de los egresados de la carrera (Entrevista realizada por la autora a Hugo Aguirre).

En los últimos 20 años nuestro modelo económico ha pasado de ser rentista a ser extractivo. Se ha pasado de producción agrícola a producción minera. Este cambio en la economía ha generado una tensión muy fuerte (por temas medioambientales y de carácter socioambiental sobre todo).

El reto está en formar comunicadores para el desarrollo que bajo el contexto de esta economía extractiva hagan un esfuerzo por mantener y hacer sostenible el modelo de desarrollo y el medio ambiente. Dicho reto es grande ya que la comunicación para el desarrollo tiene dimensiones equitativas, participativas e igualitarias, sin embargo, el modelo económico no comparte estas dimensiones. Eso genera tensión. Frente a esta tensión, el modelo curricular, fortalece la sensibilidad social de los alumnos y alumnas pero sin descontextualizarlos de la realidad nacional, tanto política como social y económica (Entrevista realizada por la autora a Hugo Aguirre).

### **2.5.2 Perfil del estudiante**

De acuerdo con un estudio realizado por la Bolsa de Trabajo de la Pontificia Universidad Católica del Perú, titulado: “Perfil profesional de los y las egresadas de la Especialidad de Comunicación para el Desarrollo y su inserción en el mercado laboral”, el perfil del estudiante de dicha carrera es el siguiente: (citado en desorden)

- Compromiso y sensibilidad con los objetivos institucionales y la responsabilidad social integral.
- Capacidad de análisis crítico de la realidad política y social integral.
- Liderazgo, creatividad y responsabilidad.
- Habilidades para la gestión de calidad y proyectos.

- Capacidad para el diseño de estrategias y planes de comunicación. (Bolsa de Trabajo de la Pontificia Universidad Católica del Perú: 24, 2013)

Por otro lado, de acuerdo a las entrevistas a los docentes Hugo Aguirre y Jorge Acevedo, el perfil de los comunicadores para el desarrollo también supone:

- Ser planeador, estratega y relacionista con actores sociales y públicos. Esto sucede mediante la capacidad para entender al otro mediante el diagnóstico y gestión de las relaciones con los públicos. (Jorge Acevedo)
- Ser un profesional con capacidad de crítica y capacidad de acción/ capacidad de hacer y de transformar. (Jorge Acevedo)
- Promover la participación para defender la democracia participativa. (Hugo Aguirre)
- Aquel que estudia esta carrera es sensible hacia mejorar el mundo y está preocupado por hacer un mundo mejor. (Hugo Aguirre)

### 2.5.3 Composición del alumnado en la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación

Esta investigación inició en el año 2013 y por consiguiente presenta las cifras del alumnado al momento de iniciada la investigación. Las cifras fueron conseguidas mediante la DIRINFO (Dirección de Informática) de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

**Composición general de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación en el año 2013: Alumnos y alumnas matriculados, separación de acuerdo a género:**

| Unidad académica                                 | Sexo      | Año   | 2013   |        |
|--|-----------|-------|--------|--------|
|  |           | Ciclo | 2013-1 | 2013-2 |
| FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACION. | FEMENINO  |       | 604    | 624    |
|  | MASCULINO |       | 376    | 364    |

Composición de las especialidades de la facultad según género en el año 2013, alumnos y alumnas matriculados:

| Especialidad                                | Sexo      | Año   | 2013   |        |
|---|-----------|-------|--------|--------|
|   |           | Ciclo | 2013-1 | 2013-2 |
| PREGRADO EN ARTES ESCENICAS                 | FEMENINO  |       | 52     | 55     |
|   | MASCULINO |       | 27     | 28     |
| PREGRADO EN COMUNICACION AUDIOVISUAL        | FEMENINO  |       | 168    | 181    |
|   | MASCULINO |       | 152    | 143    |
| PREGRADO EN COMUNICACION PARA EL DESARROLLO | FEMENINO  |       | 144    | 147    |
|   | MASCULINO |       | 52     | 54     |
| PREGRADO EN PERIODISMO                      | FEMENINO  |       | 53     | 53     |
|   | MASCULINO |       | 51     | 50     |
| PREGRADO EN PUBLICIDAD                      | FEMENINO  |       | 187    | 188    |
|   | MASCULINO |       | 94     | 89     |

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 3.1 METODOLOGÍA

Se desarrolló una investigación en el campo de comunicación, tratando principalmente el tema de percepciones, construidas a partir del mensaje comunicacional entre un emisor y un receptor. Por consiguiente, se aplicó el método de inducción para comprobar la hipótesis planteada a través de las experiencias (el trabajo de campo). Al final de la investigación, se hizo una retroducción para replantear la hipótesis una vez completada la investigación. Ambos métodos fueron usados para recolectar al mínimo detalle la información y poder aplicarla en la comprobación y posible replanteamiento de la hipótesis de investigación. Ambos métodos, si bien son usados para confirmar la hipótesis, se debe reconocer que situaciones como ésta son parte de un contexto cultural y por consiguiente evolucionan constantemente (son fenómenos socio comunicacionales vivos). Lo que quiere decir que no podemos descartar que esta tesis cambiará con el tiempo y se reformulará de forma distinta a lo recolectado en el trabajo de campo.

### 3.2 UNIVERSO Y MUESTRA

El universo y muestra que fueron utilizados para la investigación se basan en fuentes del 2013, año en el que se conceptualizó y diseñó la metodología.

De acuerdo a los registros de la Pontificia Universidad Católica del Perú, en el ciclo 2013-1 estaban registrados 196 alumnos y alumnas en la carrera de Comunicación para el Desarrollo (del total de 988 en la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación). Se tomó una muestra de 3% (6 personas) para las entrevistas a profundidad, variando el ciclo de estudios para obtener diversas perspectivas y de 2% (4 personas) para las entrevistas mixtas grupales. Para la encuesta, la muestra fue de 30% (60 personas).

En cuanto a los egresados y egresadas de la carrera, se tomó la información brindada por el estudio de la Bolsa de Trabajo ejecutado por miembros de la especialidad de Comunicación para el Desarrollo (Bolsa de trabajo de la Pontificia Universidad Católica del Perú, 2013) en donde se planteó el universo de 260 egresados y egresadas. La muestra utilizada para la tesis fue de 3% (6 personas) en las entrevistas a profundidad

y 2% (4 personas) en las entrevistas mixtas grupales. Los profesionales habían egresado como máximo hace tres años.

Finalmente, en cuanto a los profesores de la especialidad, se tomó el universo de 15 profesores que dictan cursos matrices de la especialidad (no generales compartidos obligatorios ni electivos de la especialidad, sino más bien, cursos pilares.)<sup>4</sup> La muestra para este caso fue de un 27% (4 personas).

A partir de este universo y muestra, esto fue lo que se pretendió encontrar para cada grupo estudiado:

- a) **Profesores de Comunicación para el Desarrollo:** Se buscó contrastar las visiones de la carrera de acuerdo al género y armar un mapa de cómo se percibe la carrera en su imaginario y a la vez como afecta el mensaje que promueven de la carrera tanto a sus colegas como a sus alumnos.
- b) **Profesionales con experiencia en temas de género:** Se buscó desarrollar conceptos claves sobre percepción y género y tener una opinión sobre los retos que aún quedan para generar equidad en las carreras profesionales.
- c) **Alumnos de Comunicación para el Desarrollo:** Este fue el grupo central de la investigación. Se generaron tendencias cuantitativas respecto a género y la carrera, así como imaginarios que se tiene sobre la carrera y en definitiva, la forma en la que la perciben.
- d) **Egresados de Comunicación para el desarrollo:** Se generaron imaginarios que se tiene sobre la carrera y en definitiva, la forma en la que la perciben.

---

<sup>4</sup> Registro realizado vía la intranet con clave y usuario de la autora de la tesis. Información disponible para alumnos, ex alumnos, profesores registrados en la intranet de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación.

### 3.3 HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

Ya que la investigación es sobre percepciones, se utilizó principalmente técnicas cualitativas para recoger la información. Este cuadro presenta al actor involucrado, el tipo de técnica cualitativa aplicada, el tamaño de la muestra y el objetivo específico al cual responde:

| Actor  | Metodología cualitativa              | Muestra    | Objetivo                      |
|--|--------------------------------------|------------|-------------------------------|
| Estudiantes de género femenino de Comunicación para el Desarrollo              | Entrevistas a profundidad            | 3 personas | Objetivo específico (b) y (c) |
|  | Entrevista grupal mixta              | 2 personas |                               |
| Estudiantes de género masculino de Comunicación para el Desarrollo             | Entrevistas a profundidad            | 3 personas | Objetivo específico (b) y (c) |
|  | Entrevista grupal mixta <sup>5</sup> | 2 personas |                               |
| Profesores de género masculino de Comunicación para el Desarrollo              | Entrevistas a profundidad            | 2 personas | Objetivo específico (b) y (c) |
| Profesores de género femenino de Comunicación para el Desarrollo               | Entrevistas a profundidad            | 2 personas | Objetivo específico (b) y (c) |
| Profesionales de género femenino egresados de Comunicación para el Desarrollo  | Entrevistas a profundidad            | 3 personas | Objetivo específico (b) y (c) |
|  | Entrevista grupal mixta              | 2 personas |                               |
| Profesionales de género masculino egresados de Comunicación para el Desarrollo | Entrevistas a profundidad            | 3 personas | Objetivo específico (b) y (c) |
|  | Entrevista grupal mixta <sup>6</sup> | 2 personas |                               |
| Expertos en temas de género  | Entrevista a profundidad             | 2 persona  | Objetivo específico (b)       |

<sup>5</sup> Luego de la investigación y la valiosa información obtenida tanto en calidad como en cantidad, se decidió no utilizar este instrumento ya que no aportaba nada nuevo ni relevante y la tesis ya contaba con una gran cantidad de información determinante para soportar la hipótesis.

<sup>6</sup> Luego de la investigación y la valiosa información obtenida tanto en calidad como en cantidad, se decidió no utilizar este instrumento ya que no aportaba nada nuevo ni relevante y la tesis ya contaba con una gran cantidad de información determinante para soportar la hipótesis.

De la misma manera se utilizó a menor escala técnicas cuantitativas para generar datos estadísticos que permitan fortalecer la investigación mediante las tendencias. El siguiente cuadro presenta a los actores involucrados, la técnica cuantitativa aplicada el tamaño de la muestra y al objetivo específico al cual responde:

| Actor   | Metodología cuantitativa | Muestra     | Objetivo                |
|---|--------------------------|-------------|-------------------------|
| Estudiantes de género femenino de Comunicación para el Desarrollo de la PUCP  | Encuesta                 | 30 personas | Objetivo específico (a) |
| Estudiantes de género masculino de Comunicación para el desarrollo de la PUCP | Encuesta                 | 30 personas | Objetivo específico (a) |

### 3.4 MATRIZ DE CONCEPTO

El objetivo de esta matriz fue poder llegar a preguntas concepto que me permitieron justificar la definición de las variables de investigación previamente planteadas en el marco teórico. La preguntas concepto fueron las grandes preguntas a responder durante la investigación, pero no se hicieron de forma directa con la muestra ya que eran muy abstractas y/o de carácter sensible. Para cada pregunta concepto se desarrollaron preguntas clave que fueron consideradas, desagregadas y focalizadas al momento de aplicar los instrumentos. Así, las preguntas clave fueron respondidas por la muestra, las de concepto con el análisis de la última y la variable con la definición justificada en el resultado final.

| Preguntas clave   | Preguntas concepto   | Variable (s)        |
|---|--|---------------------|
| ¿Cuál es la relación del género y la comunicación?<br>¿Por qué es importante tener comunicadores para el desarrollo en la sociedad?<br>¿Cree que los valores de la sociedad de infiltran en las carreras? ¿Cree que existan percepciones sociales sobre algunas carreras que escapan la malla curricular de éstas?<br>¿Cree que la visión de género en la sociedad afecte la percepción de algunas carreras? ¿De qué manera? ¿Por qué?<br>¿Qué efecto tiene esta manera de percibir | ¿Cómo construyen la sensibilidad a partir de los valores de género de la sociedad?<br><br>¿Cómo comunican sobre esta valoración?<br><br>¿Cuál es la percepción de la | <b>Sensibilidad</b> |



|   |  |                                 |
|---|--|---------------------------------|
| <p>una carrera?</p>   | <p><b>sensibilidad en la carrera?</b></p>  |                                 |
| <p>¿Cuál es la relación del género y la comunicación?<br/>                 ¿Por qué es importante tener comunicadores para el desarrollo en la sociedad?<br/>                 ¿Cree que los valores de la sociedad de infiltran en las carreras? ¿Cree que existan percepciones sociales sobre algunas carreras que escapan la malla curricular de éstas?<br/>                 ¿Cree que la visión de género en la sociedad afecte la percepción de algunas carreras? ¿De qué manera? ¿Por qué?<br/>                 ¿Qué efecto tiene esta manera de percibir una carrera?</p> | <p><b>¿Cómo construyen la sensibilidad a partir de los valores de género de la sociedad?</b></p> <p><b>¿Cómo comunican sobre esta valoración?</b></p> <p><b>¿Cuál es la percepción de la sensibilidad en la carrera?</b></p> | <p><b>Compromiso social</b></p> |
| <p>¿Cuáles son los retos/beneficios/dificultades/enseñanzas que enfrentas día a día?<br/>                 ¿Crees que hay destrezas que la sociedad adjudica sólo a mujeres?<br/>                 ¿Cómo se traslada la relación de género a distintos campos de la vida diaria?</p>  | <p><b>¿Cómo se percibe que sean mujeres y estudien esta carrera?</b></p> <p><b>¿Cómo construyen el mensaje de género en la carrera?</b></p>  | <p><b>Femineidad</b></p>        |
| <p>¿Cuáles son los retos/beneficios/dificultades/enseñanzas que enfrentas día a día?<br/>                 ¿Crees que hay destrezas que la sociedad adjudica sólo a hombres?<br/>                 ¿Cómo se traslada la relación de género a distintos campos de la vida diaria?</p>  | <p><b>¿Cómo se percibe que sean hombres y estudien esta carrera?</b></p> <p><b>¿Cómo construyen el mensaje de género en la carrera?</b></p>  | <p><b>Masculinidad</b></p>      |

## CAPÍTULO IV: PROCESAMIENTO ANALÍTICO DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a la información recolectada durante el trabajo de campo, se trabajó las respuestas cuantitativas y cualitativas de los grupos investigados según temáticas directamente relacionadas a la hipótesis y objetivos planteados al inicio. Cada temática fue desarrollada según el tipo de público: estudiantes, egresados, profesores y expertas en temas de género. Se decidió procesar los datos de esta manera debido a la cantidad de información y la calidad de ésta. Existió el caso en que dos grupos se unieron debido al parecido en las respuestas (por motivos como la proximidad de edad entre ambos). Posteriormente en las conclusiones se hicieron los contrastes necesarios entre cada tema y público para responder a la incidencia de mujeres sobre hombres en la especialidad de Comunicación para el Desarrollo. Siguiendo la secuencia lógica de las entrevistas se desarrollaron los siguientes puntos: lo que significa ser mujer y ser hombre en el Perú, particularmente en lima; lo que significa el género en el ámbito profesional y laboral; y finalmente, el traslado de dichos temas a la especialidad de comunicación para el desarrollo y como se desenvuelve el rol de género en ese entorno.

### 4.1 SER MUJER EN EL PERÚ: CONSTRUCCIÓN DE LA FEMINEIDAD SEGÚN LOS ESPACIOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN ACCESIBLES EN NUESTRO DÍA A DÍA.

Según los estudiantes y egresados<sup>7</sup>:

De acuerdo a los estudiantes entrevistados (los doce en total), tanto varones como mujeres, consideraron que viven en una sociedad machista. Igualmente, todos afirmaron que les es grato saber que poco a poco está cambiando.

Siguiendo con las tendencias, todos los entrevistados afirmaron que la mujer continúa siendo vista como un objeto y también como vulnerable, especialmente en el espacio

---

<sup>7</sup> Se decidió agrupar tanto a los estudiantes como a los egresados debido a su afinidad en las respuestas. La cercanía en la edad supone dicha afinidad.

público, en donde coincidieron todos, que es el varón el que domina ese espacio. Por ejemplo, en esta cita, María Pía (estudiante) afirmó lo siguiente: “Me parece que todavía las mujeres somos vistas como objetos que se vulneran....si una persona (mujer) quiere ir a un sitio dicen “que te lleve tu hermano, tu papá””. Igualmente, Lucas (estudiante) afirmó “(...) el hombre no está en una situación de peligro en el espacio público (...) siento que esta sociedad es machista y sí, está cambiando, pero más lento en comparación con otras sociedades.” En ambos casos se reafirmó en el espacio público al varón como el que lo lidera, y la mujer es vulnerable en éste.

El tema del poder (en cuanto a seguridad) en el espacio público fue uno muy comentado tanto por varones como por mujeres. Fue el tema que mayoritariamente fue discutido en cuanto a quién lideraba el espacio público (al pedirles un ejemplo, la gran mayoría mencionó la seguridad en las calles). Por ejemplo, Paloma (egresada) en esta cita explicó el tema “no podemos movernos con total libertad en el espacio público. Desde pequeñas nos han enseñado que los hombres tienen un poder, por ejemplo, el de expresarse hacia ti con toda la libertad del mundo. Tenemos un doble miedo: movernos solas en calles oscuras y en temas de seguridad.” En este caso, Paloma explica como la comunicación que se tiene dentro de la familia, puede trasladarse a cómo una mujer se apropia (o no) del espacio público. En este caso, y para varios entrevistados, el mensaje de comunicación sobre quién lidera el espacio público, se comunica desde el espacio privado y se refuerza en un mensaje colectivo sobre la seguridad.

Otro espacio público tomado en cuenta fue el laboral. De acuerdo con algunos entrevistados, como Renzo (estudiante), él consideró que el tema salarial “es una realidad en este país. A veces hay personas del mismo cargo, pero se paga distinto según género.” Dos entrevistados más se sumaron a esta misma idea e igualmente consideraron que hay desigualdad salarial en el espacio laboral.

En cuanto a los medios de comunicación, todos afirmaron que juegan un papel crucial en la comunicación de los roles de género, principalmente por su impacto masivo. Específicamente sobre los efectos de los medios, las opiniones variaron. Algunos afirman que fomentan el machismo, otros, que es un espacio de comunicación perfecto para construir y re construir la femineidad. Un ejemplo de fomento de machismo se encuentra en la cita extraída de la entrevista a Daniel (estudiante), en donde explica: “Los medios de comunicación influyen bastante en general. La mujer no es protagonista por temas académicos, si no por protagonizar escándalos o cuando es un objeto sexual, siempre intentan demostrar que la mujer está abajo del hombre.”

Igualmente, César (egresado) afirma “los medios tienen un rol importante, imponen este rol machista.”

Sin embargo, Marita (estudiante) consideró que “de alguna forma, hace unos pocos años la publicidad con respecto a la venta de cerveza usaba a la mujer como cosificación (...) sin embargo ahora el discurso ya no es tan directo (...) ha cambiado y ya no cosifica tanto a la mujer.” De la misma manera, Ximena (egresada) consideró el poder de los medios para la construcción del mensaje de la femineidad desde el aspecto político, explicando “(...) si nos evocamos al tema de los medios de comunicación y pensamos en la pareja presidencial, los medios a quien le dan el poder y la gestión es a la esposa del presidente (...) si vemos desde esa perspectiva el análisis que hace la prensa vemos que el rol de la mujer está cambiando.”

En cuanto al espacio privado, la tendencia en las entrevistas apuntó a que la mujer desempeña un rol más activo y participativo que en el público. Específicamente, coincidieron en que la mujer en el espacio privado, nutre, cuida, y es: madre. El rol de la maternidad, se consideró, por el 100% de los entrevistados, el que con mayor fuerza define la construcción de la femineidad en el Perú y se desarrolla a su plenitud en el espacio privado, con consecuencias de jugarse ese rol en el espacio público. Se puede apreciar, de forma breve, como cada uno de los entrevistados explicó el mensaje que se emite en la sociedad sobre el rol materno:

| <b>Estudiante</b> | <b>Mensaje comunicacional sobre el rol materno</b>  | <b>Espacio de desenvolvimiento del rol</b> | <b>Palabras claves</b> |
|-------------------|---|--|------------------------|
| Marita            | “Las mujeres son las que están pendientes de la familia.”   | Privado                                    | Pendiente              |
| Manuela           | “El rol es casi histórico: la mujer cuida.”   | Privado                                    | Cuidar                 |
| María Pía         | “Definitivamente a la mujer se le asigna el rol de estar a cargo de los hijos, ocuparse de las actividades de sus hijos (...).” | Privado                                    | Estar a cargo          |
| Renzo             | “Aún existe una presión muy fuerte porque las   | Privado                                    | Mantener               |

|        |   |         |                      |
|--------|---|---------|----------------------|
|        | mujeres, aún si son profesionales, deben mantener el hogar (cuidar a los hijos), se sigue pensando que esa es su prioridad” |         |                      |
| Daniel | “A la mujer se le exige que esté pendiente de su familia, que la cuide.”  | Privado | Pendiente            |
| Lucas  | “El supuesto rol de la mujer es quedarse en su casa, cuidar: nutrir a los hijos, cuidar al marido, dedicarse al otro.”      | Privado | Cuidar,<br>dedicarse |

| <b>Egresado/a</b> | <b>Mensaje comunicacional sobre el rol materno</b>  | <b>Espacio de desenvolvimiento del rol</b> | <b>Palabras clave</b> |
|-------------------|---|--|-----------------------|
| Ximena            | “Las mujeres por un tema social todavía tenemos mucha más carga doméstica que los hombres.”                   | Privado                                    | Doméstica             |
| César             | “Las mujeres socialmente son consideradas como: la pendiente de los hijos, de la casa, del marido.”           | Privado                                    | Pendiente             |
| Warren            | “El rol de la mujer continúa siendo el de madre; y todo lo que acarrea con esa palabra: el cuidado, el amor.” | Privado                                    | Cuidar, amor          |

|          |  |         |        |
|----------|--|---------|--------|
| Raisa    | “La mujer hace las labores del hogar, es cálida, cuida a los hijos y al marido.”   | Privado | Cuidar |
| Paloma   | “Sabem cocinar, cuidan a los hijos, limpian, siempre se ven perfectas.”  | Privado | Cuidar |
| Santiago | “Creo que en la casa las cosas no están cambiando tanto: el hombre sí o sí tiene que trabajar, para la mujer es opción porque su rol principal es ser madre y cuidar a los hijos.” | Privado | Cuidar |

Según las expertas

De acuerdo a las expertas en temas de género de la UNFPA (Fondo de Población de las Naciones Unidas) Melissa Bustamante e Hilda Cárcamo, ambas consideraron que la construcción de la femineidad está enlaza fuertemente con los espacios y medios de comunicación. Ambas sostuvieron, al igual que el grupo anterior, que el tema de la seguridad y libertad de la mujer en el espacio público es latente en la sociedad específicamente con respecto al acoso sexual callejero. La mujer no puede expresarse con total libertad en el espacio público porque es ahí en donde el hombre ejerce el poder. Luego de las entrevistas realizadas, se rescatan algunos comentarios de estas expertas:

Melissa Bustamante consideró además que es necesario abrir campo para que la mujer tenga protagonismo en el aspecto político.

En cuanto al espacio privado, Hilda Cárcamo sostuvo que debería reconocerse el trabajo de las mujeres en el hogar, abriendo servicios de cuidado para que las mujeres puedan participar tanto como los varones en el aspecto profesional.

En cuanto al rol de los medios de comunicación ambas consideraron que son fomentadores y roles y espacios perfectos, a la vez, para reconstruir y fomentar nuevos mensajes respecto a la femineidad. Hilda Cárcamo por un lado, afirmó que la comunicación y el género están fuertemente enlazados en el tratamiento de las noticias, los titulares, fotografía periodística y publicidad. En ambos casos pueden usarse para afirmar roles negativos hacia la mujer y hasta omitirlas en el mensaje, como también usarse para dar mensajes adecuados en donde no se enfatizan roles. Melissa Bustamante también sostuvo el rol importante de los medios que al utilizarse bien, podrían ser “una mina de oro para promover cambios culturales”.

Finalmente, en cuanto al tema de la maternidad, afirmaron que existe una presión porque la mujer “cumpla sus primeros deberes” es decir su rol prioritario, la maternidad y la familia. Otros deberes, tales como políticos o participativos, son relegados y pueden ser cumplidos, siempre y cuando se cumpla el rol de madre.

#### **4.1.1 La sensibilidad: la disposición al otro.**

De acuerdo a la hipótesis planteada en la investigación, fue necesario investigar sobre el concepto de “sensibilidad” que tenían tanto los estudiantes como los egresados. Las percepciones que tenían respecto a lo que se comunica sobre dicho concepto fueron necesarias para construir la definición de la “sensibilidad” y su relación con la construcción de la “femineidad”.

##### Según los estudiantes y egresados<sup>8</sup>:

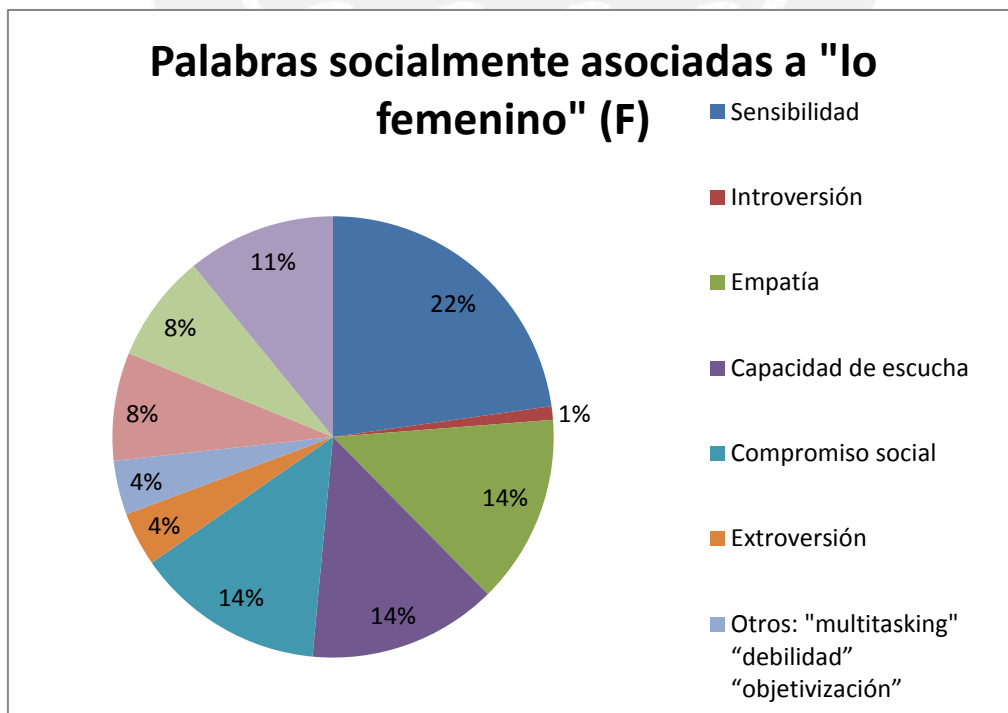
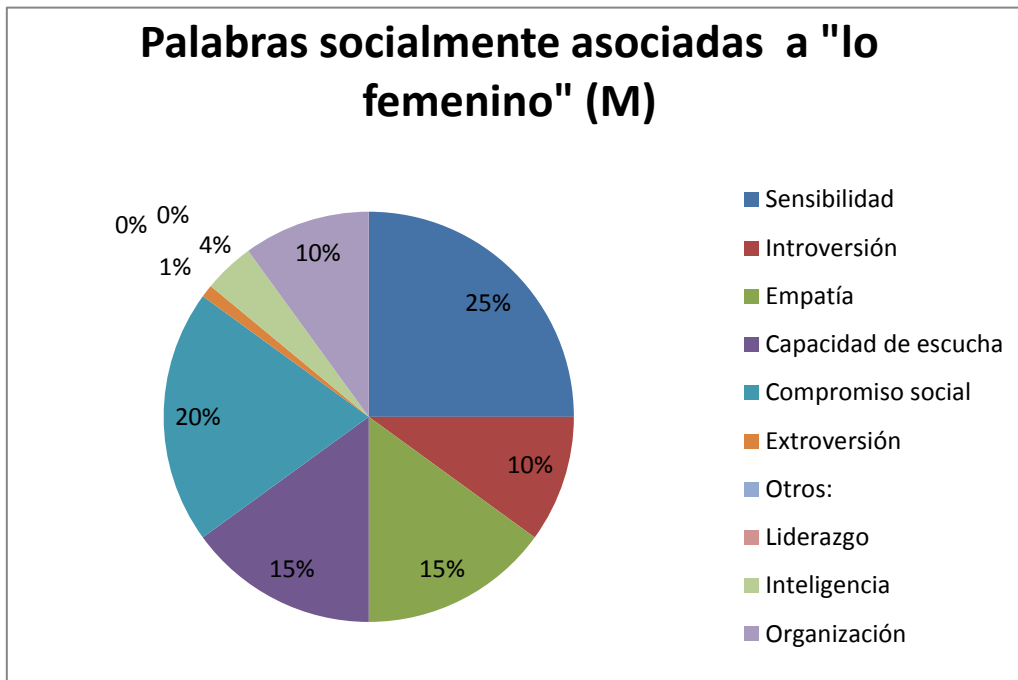
Previamente se hizo énfasis en la importancia del rol materno en la construcción de la femineidad. La palabra “cuidar” fue la más empleada para retratar lo que significa ser madre. El cuidado para los entrevistados siempre se relacionó con otro. Para ellos y ellas, la madre está a disposición del otro. Ese otro bien puede ser los hijos, el hogar, el marido. Esa disposición necesariamente está ligada a un elemento de sensibilidad, en donde la madre está alerta al entorno.

Las encuestas tuvieron un resultado que afirmó justamente a la “sensibilidad” como una característica netamente “femeninas”. Dichas encuestas fueron realizadas siguiendo el compilado de características de diversos autores en cuanto a los ámbitos privados y públicos (capítulo 2.2.3 de la investigación). En los siguientes gráficos se puede apreciar en contraste las respuestas de 30 estudiantes varones (título del

---

<sup>8</sup> Idem

gráfico seguido de la letra "M") frente a 30 estudiantes mujeres (título del gráfico seguido de la letra "F") cuando se les preguntó sobre cuáles consideraban eran las características atribuidas socialmente a lo "femenino" de acuerdo a su experiencia cotidiana en diversos espacios y medios de comunicación:





Tal como se aprecia en las respuestas de los estudiantes, la gran mayoría en ambos casos, 25% de los varones y 22% de las mujeres, califica a la “sensibilidad” como la principal característica asociada socialmente a la femineidad. De la misma manera, consideraron un 15% de varones y 14% de mujeres que la “empatía” también es un rasgo característico de la mujer. Curiosamente a manera de empate entre ambas características, los estudiantes consideraron que “la capacidad de escucha” es igualmente un elemento fuertemente característico de la mujer (15% de varones/ 14% de mujeres). César (egresado) en su entrevista expresó una idea del por qué podría suceder este concepto: “El primer contacto de la vida es el de la madre con el hijo en la lactancia. Ese contacto, vínculo biológico-emocional, se traslada socialmente y genera que la mujer tenga el papel de la cuidadora, la protectora física y emocional de ese *otro*, el hijo.”

Justamente, la “sensibilidad” se desarrolla junto con la disposición hacia el otro y viene acompañado de características como “empatía” y “capacidad de escucha” en un paquete de mensajes comunicativos y percepciones desarrollados para definir “madre”. Entonces, ¿qué sucede con aquellas mujeres que intentan escapar de ese estereotipo o rol?, Ximena (egresada) afirma que esa es una gran traba para las mujeres, el desarrollo en otros ámbitos que no sean exclusivamente el maternal: “Localmente todavía que una mujer no tenga hijos es un elemento de juicio. Se hace mucho juicio de valor porque se considera que no es una mujer completa.”

Entonces, la realización de una mujer, según las entrevistas a profundidad y lo analizado anteriormente, va de la mano con la maternidad. En el concepto de femineidad, según los encuestados, la sensibilidad es la principal característica y en las entrevistas a profundidad dicha característica se desarrolla en el rol de madre. El ser “sensible” para la gran mayoría de los estudiantes y egresados es el pilar de la definición del rol principal al cual están sujetas las mujeres a desarrollar en el espacio público y privado.

#### **4.1.2 El compromiso social: la vocación de servicio y el traslado del rol de “madre” al espacio público.**

Así como sucedió con la definición de “sensibilidad”, fue necesario definir la segunda variable crucial formulada en la hipótesis: “compromiso social” y su relación con la construcción de la “femineidad”.

### Según los estudiantes y egresados<sup>9</sup>:

Considerando los gráficos anteriores, el compromiso social fue una de las características más resaltadas que los estudiantes asocian con “lo femenino”. Para los varones, significó un 20%, mientras que para las mujeres, un 14%. Mediante las entrevistas a profundidad, los egresados y estudiantes expresaron de manera más detallada por qué el compromiso social es asociado con lo femenino, explicando la tendencia de las encuestas.

Para la gran mayoría, lo que acompañaba a la sensibilidad, desarrollada en el rol de maternidad principalmente desenvuelto en el espacio privado, era la vocación de servicio o cuidado. Esta vocación, al igual que la sensibilidad, está volcada hacia el “otro” pero en el espacio público. En el siguiente extracto de la entrevista a Marita (estudiante) ella lo expresó de la siguiente manera:

“La sensibilidad sí es crucial porque es parte de vincularse con el desarrollo de tu país. El hecho de que escuches y sientas empatía por la realidad de tu país en diferentes ámbitos y también por los miembros está más favorecido. Al parecer, sí, las mujeres tienen más compromiso social. En los barrios, por el mismo hecho de que las mujeres están pendientes de sus familias, están pendientes de la vida dentro de sus barrios y están más involucradas en cosas como el Vaso de Leche que se convocan ahí mismo (...).”

Entonces, esta sensibilidad y necesidad de cuidar socialmente impuesta como “rol femenino” se traslada a las calles, a organizaciones de base, política, profesión, etc. Todos los roles que una mujer pueda jugar en el espacio público pueden correr el riesgo de “teñirse” con construcciones de género en el espacio privado. Ciertamente el compromiso social, que puede ser una vocación indistinta a mujeres u hombres, al asociarse con “cuidado”, “servicio”, “el otro”, se comunica socialmente como un tema “femenino”. Tanto los varones, como las mujeres en la encuesta, así lo consideran.

## **4.2 SER HOMBRE EN EL PERÚ: CONSTRUCCIÓN DE LA MASCULINIDAD SEGÚN LOS ESPACIOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN ACCESIBLES EN NUESTRO DÍA A DÍA.**

### Según los estudiantes y egresados<sup>10</sup>:

De acuerdo a la totalidad de los entrevistados, socialmente se comunica que el hombre es el que lidera el espacio público. Así como se mencionó que la mujer no puede tener la total libertad de transitar en el espacio público sin sentir alguna

---

<sup>9</sup> Idem

<sup>10</sup> Idem

agresión en la forma de acoso callejero, el hombre tiene el poder de ejercer su libertad sin restricciones, y se espera que lo haga. Como lo expresó Daniel (estudiante): “Lamentablemente la posición del hombre como líder sigue siendo más fuerte. Tenemos la seguridad de caminar por las calles sin miedo.” Lucas (estudiante) también compartió una posición similar, opinando: “ser hombre en Lima, en comparación con ser mujer en Lima creo que es un beneficio, el hombre no está en una situación de peligro en el espacio público.”

En cuanto a los medios de comunicación las opiniones variaron. Algunos afirmaron que los medios proyectan la imagen del hombre líder, poderoso, físicamente atractivo, como lo comentó Ximena (egresada), y que eso “cosifica la imagen tanto de la mujer como la del hombre, no sólo como solía ser la de la mujer. Creo que hay más equidad en ese aspecto.” Otros entrevistados, como César (egresado), afirmaron que los medios, como los noticieros, siempre usan la imagen del agresor como la de un hombre. Igualmente, Warren (egresado) expresó que por ejemplo, la imagen del agresor pedófilo siempre es un varón. La relación varón (victimario) y mujer (víctima) ambos la ven bastante en los noticieros y titulares. Eso sólo enfatiza el poder (agresivo) del hombre sobre la mujer en el ambiente público y privado.

Un tema que emergió bastante y la gran mayoría de los entrevistados mencionó fue el tema laboral y salarial. Cuando se ahondó en dicho tema, las respuestas comunes eran que ser hombre significaba que te paguen más que a una mujer, que tengas más rápido el acceso a puestos directivos y altos cargos, que avances más rápido que una mujer y principalmente que tengas éxito. La palabra éxito al tratar de definirla, todos la asociaron con nivel de liderazgo dentro del rubro laboral e ingreso económico. En el sector privado, para Renzo (estudiante), por ejemplo, la imagen de éxito siempre es retratada por un hombre. Es necesario hacer énfasis en que dicho éxito se espera de ellos, eso quiere decir, que existe una gran presión de cumplir ese rol. Cuando se les preguntó a los entrevistados si percibían que socialmente se ejercía una presión sobre los varones a tener éxito económico el 100% contestó que sí. Daniel (estudiante) en esta cita lo compartió: “tenemos el rol de tener y mantener el éxito laboral y económico. La presión es grande, se espera mucho. Eso nos define mucho como hombres.”

¿Qué sucede cuando no es así? La gran mayoría de los entrevistados lo retrató como una negación del rol que deben de cumplir socialmente, lo cual los lleva a disociarse de su realidad frente a los otros, consecuentemente perder el “poder” y convertirse en objeto de burla. Manuela (estudiante) en su entrevista, contó una experiencia al

trabajar en un proyecto: “(...) de hecho en mi proyecto final de desarrollo, era en Ventanilla y el dirigente comunal no trabajaba, se dedicaba a ser dirigente comunal y se ocupaba de su casa y su mujer trabajaba en el mercado. Era el hazme reír del sitio donde estaba. Todos se burlaban.”

La presión del éxito laboral y económico es consecuencia del rol por excelencia que afirmaron el 100% de los entrevistados: el hombre es el proveedor del hogar. Este rol es el que todos consideraron como el más fuerte y el primero que decían cuando se les preguntó qué se espera socialmente de un hombre. Una vez más, al igual que el rol materno, se juega principalmente en el espacio privado. El hombre es la “cabeza de la familia”, “el que provee económicamente al hogar y su familia”. Todos sienten que eso está cambiando en su generación, pero que actualmente, necesariamente se espera que el hombre trabaje. Si la mujer también lo hace, no hay problema, siempre y cuando el hombre lo haga, y como lo comentó Manuela en su entrevista “siempre y cuando ella gane menos que él y tenga un puesto menor, sino el rol del poder cambia.”

A continuación, se puede apreciar de forma breve como cada uno de los entrevistados explicó el mensaje que se emite en la sociedad sobre el rol del proveedor:

| <b>Estudiante</b> | <b>Mensaje comunicacional sobre el rol del proveedor</b>   | <b>Espacio de desenvolvimiento del rol</b> | <b>Palabras claves</b> |
|-------------------|--|--|------------------------|
| Marita            | “Doy gracias porque mi hermano no sienta la presión que sienten la gran mayoría de hombres de que con su carrera tiene que proveer a una familia.” | Privado                                    | Proveer                |
| Manuela           | “Hay más presión para el hombre (...) ellos de todas maneras tienen que encargarse.”   | Privado                                    | Encargarse             |
| María Pía         | “El papá es el que lleva el pan a la casa.”  | Privado                                    | Proveedor              |
| Renzo             | “Siento una presión de éxito laboral pero más ligado a mi rendimiento  | Privado                                    | Mantener               |

|        |  |         |            |
|--------|--|---------|------------|
|        | académico, igual sale eso de “oye tengo que mantener una familia”, aún cuando sé que ahora es mucho más normal que las mujeres trabajen (...)” |         |            |
| Daniel | “(…) por ejemplo si un padre no paga los gastos del hogar no sería un hombre o “el hombre de la casa.””  | Privado | Encargarse |
| Lucas  | “El papá es el proveedor (...) hay presión siendo hombre de proveer a tu familia (...)”  | Privado | Proveedor  |

| <b>Egresado/a</b>    | <b>Mensaje comunicacional sobre el rol del proveedor</b>                          | <b>Espacio de desenvolvimiento del rol</b> | <b>Palabras clave</b> |
|----------------------|---|--|-----------------------|
| Ximena               | “De repente para muchos hombres es el rol profesional primero que el de la casa.” | Público                                    | Profesional           |
| César                | “Eres el hombre, el jefe de familia, tienes que aportar con el pan a la casa.”    | Privado                                    | Aportar/Jefe          |
| Warren <sup>11</sup> | -   | -  | -                     |
| Raisa                | “El hombre es el proveedor. La mujer puede estar misia pero                       | Privado                                    | Proveedor             |

<sup>11</sup> Sólo habló del rol de la mujer y no profundizó en los roles masculinos

|          |   |         |            |
|----------|---|---------|------------|
|          | el hombre nunca porque automáticamente se convierte en un perdedor.”  |         |            |
| Paloma   | “Los hombres tienen que encargarse económicamente de la familia y si no, pues también de la pareja.”  | Privado | Encargarse |
| Santiago | “El hombre sí o sí tiene que trabajar (...) es una familia está mal visto que una mujer gane más que un hombre. A ese hombre se le considera “vago”.” | Privado | Trabajar   |

Según las expertas

De acuerdo con las expertas en género Hilda Cárcamo y Melissa Bustamante, el tema del proveedor es un mensaje comunicacional que se imparte con fuerza hacia el hombre. Por ejemplo, si un hombre decide quedarse en el hogar y cuidar a los hijos, pues automáticamente lo llaman “mantenido”.

En cuanto a los medios de comunicación, al tratarse sin perspectiva de género, sucede que se juegan roles como el hombre que “sorprende en su casa preparando una torta” es sorpresa porque justamente no se lo retrata cocinando y jugando el rol del “cuidador”.

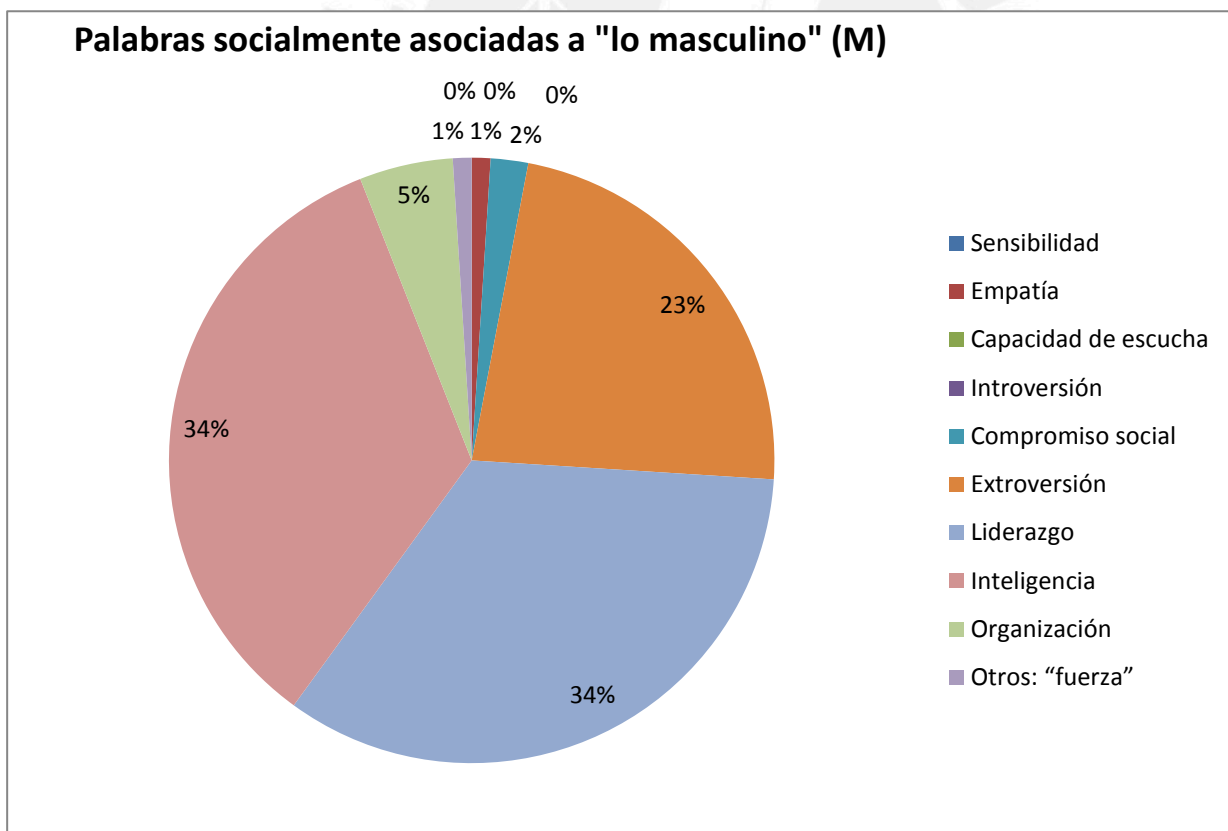
**4.2.1 La negación de la sensibilidad: “los hombres no lloran”.**

Así como fue necesario investigar el concepto de “sensibilidad” y la construcción de la femineidad con el fin de responder a la pregunta de investigación de la cual nace la hipótesis, fue necesario hacerlo en el caso de la construcción de la masculinidad.

Según los estudiantes y egresados<sup>12</sup>:

De acuerdo al análisis anterior, el rol del proveedor fue el más resaltante al describir la construcción de la masculinidad en la sociedad por parte de los entrevistados. El proveedor, según la gran mayoría: se encarga, provee, mantiene y aporta. Estas características mencionadas suponen una presión por tener una posición de líder en el espacio público que refleje un buen puesto laboral con grandes beneficios económicos, o como lo llamaron, la definición del “éxito”.

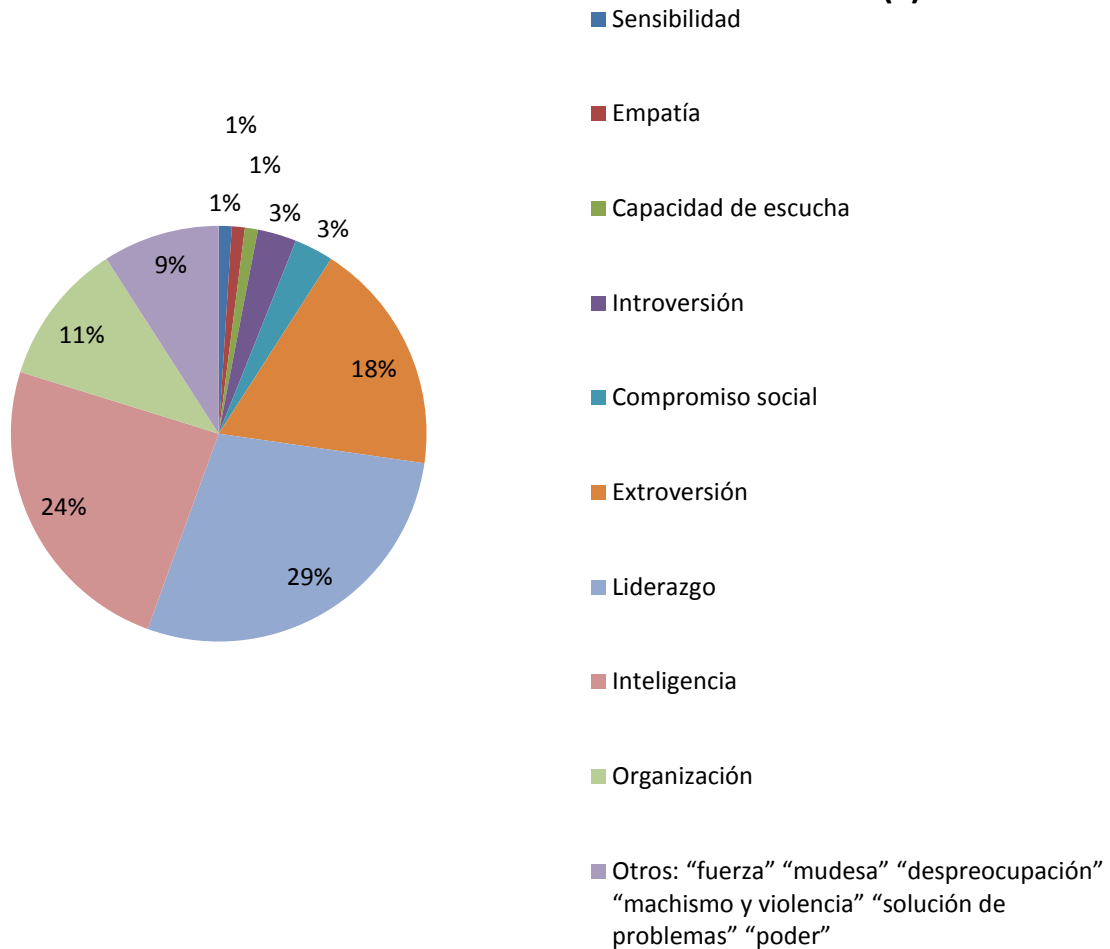
En el siguiente gráfico, los estudiantes encuestados respondieron sobre las características que socialmente se les atribuye a los hombres<sup>13</sup> y al igual que en el caso de las características consideradas como femeninas, se les pidió que respondan según lo que ven en los medios y en el espacio público y privado. El gráfico con el título seguido de la letra “M” corresponde a las respuestas de los 30 varones encuestados, mientras que el gráfico con el título seguido de la letra “F” corresponde a las respuestas de las 30 mujeres encuestadas:



<sup>12</sup> Idem

<sup>13</sup> Una vez más, estas características fueron tomadas de acuerdo al punto 2.2.3 del marco teórico, que muestra un compilado de características según varios autores.

### Palabras socialmente asociadas a "lo masculino" (F)



En contraposición con los gráficos que señalaban las características femeninas, la sensibilidad que en ese caso fue la más escogida, en este caso, un 0% de los varones la considera y sólo un 1% de las mujeres la considera. Prácticamente parece ser una negación a la sensibilidad. La más escogida fue "liderazgo", 34% en caso de los varones y 29% en caso de las mujeres, seguido de "inteligencia", 34% en caso de los varones y 24% en caso de las mujeres. La figura de "líder" se traslada tanto al espacio público (puesto laboral, ingreso económico) como al privado (jefe de familia, proveedor del hogar).

Aparentemente, según la tendencia de las encuestas, un hombre al ser retratado como esa figura, pierde otras características que sí resaltaban cuando en el caso de la construcción de la femineidad: capacidad de escucha y empatía. El máximo porcentaje para ambos casos y para ambos grupos encuestados es de 1%. Ambas características, como se analizó anteriormente, construyen la sensibilidad, ya que



suponen una relación con el “otro”. De acuerdo con la tendencia de las encuestas y la profundización en las entrevistas, al hombre se le exige negar esta cualidad, ya que justamente lo hace mostrar “débil” y perder liderazgo.

Paloma (egresada) expresó que eso sucede con hombres de generaciones anteriores, pero que con la suya, las cosas están cambiando: “El hombre no puede expresar sus emociones, llorar o sentirse afectado, porque no es socialmente bien visto. Ahora, en nuestra generación sí siento que se ha dado un cambio”. Igualmente, Manuela (estudiante) afirmó que así como hay roles que están cambiando, ella siente que aún no se da la suficiente cabida al hombre para desarrollar su sensibilidad. Daniel (estudiante) opinó que esa característica no se fomenta en la mayoría de los niños en las etapas de crecimiento, es como una regla general decir “los hombres no lloran”.

#### **4.2.2 El compromiso social vs. la lucha por el poder económico y el status.**

Igualmente como en el caso de la construcción de la femineidad, fue necesario para responder a la pregunta de investigación como se trabaja el compromiso social desde la construcción de la masculinidad.

##### Según los estudiantes y egresados<sup>14</sup>:

Utilizando la comparación de los gráficos anteriores, parece ser que el compromiso social no es considerado como una característica socialmente atribuida a la construcción de la masculinidad. Un 2% de los varones encuestados y un 3% de las mujeres encuestadas lo consideran. Si se compara con la construcción de la femineidad, es “el compromiso social” la segunda característica femenina más votada por los encuestados, mientras que en este caso dista de eso. Tal parece ser que la “sensibilidad” definida como alerta al entorno y los que lo componen y “el compromiso social” como compromiso hacia el *otro* (ya sea mi comunidad, familia, barrio, país) van de la mano. Los varones al no ser catalogados socialmente como “sensibles” pierden también, socialmente, el poder estar pendientes del desarrollo de su familia, comunidad y país.

El hombre, como se analizó anteriormente, debe proveer, lo cual se consigue mediante el éxito económico y profesional. Ese éxito individual parece ser lo que lo merma de adentrarse en el aspecto colectivo y en el espacio público tener un compromiso social activo. Parece como si ambos espectros entraran en conflicto. El

---

<sup>14</sup> Idem

individualismo del éxito económico y profesional vs. el colectivo y compromiso social. Al entrevistar tanto a los estudiantes como egresados, ambos grupos sienten que la presión por el éxito es grande, por más que ellos personalmente la sientan o no, socialmente se espera que un hombre “socialmente respetable” haga eso. Otra opción que no sea esa, tal como quedarse en casa con los hijos, o tener una esposa que sea el sueldo fuerte en el hogar es ridiculizarse socialmente.

Por más que los entrevistados pertenezcan a una nueva generación que siente que esos modelos están cambiando, todos consideran que actualmente, se presiona mucho al varón por ese status y poder.

### 4.3 UNA CARRERA DE MIL PALABRAS<sup>15</sup>: DEFINIENDO LA “COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO”.

Con el propósito de encontrar la causalidad entre la carrera y el desbalance de género en ésta, se buscó definir la especialidad, según las palabras de los entrevistados, así como su interpretación de la definición que brinda la misma Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación en su página web<sup>16</sup> sobre el perfil de Comunicador para el Desarrollo.

#### Según los estudiantes

La gran mayoría de los estudiantes define al Comunicador para el Desarrollo como un facilitador, una especie de “puente” entre dos actores para generar lazos comunicativos positivos o reparar conflictos debido a un mal manejo comunicativo. Se espera que las herramientas de comunicación que han aprendido y vayan a aprender generen procesos de cambio. Todos afirman que se busca un cambio social, pero no necesariamente en escenarios multiculturales o de conflicto, puede ser también en el núcleo familiar o en la empresa privada, por ejemplo.

Al preguntarles sobre el perfil que brinda la página web de la Facultad, sólo una estudiante lo considera adecuado. Los demás expresaron que dicho perfil es demasiado general, no define realmente la carrera y escapa del verdadero campo laboral que existe actualmente. Por ejemplo, Manuela en su entrevista, afirmó que “es

---

<sup>15</sup> Como una anécdota durante la investigación, para el 100% de los entrevistados fue difícil explicar la carrera en una oración, varios usaron ejemplos, historias personales, experiencias laborales, por ello el título “una carrera de mil palabras”.

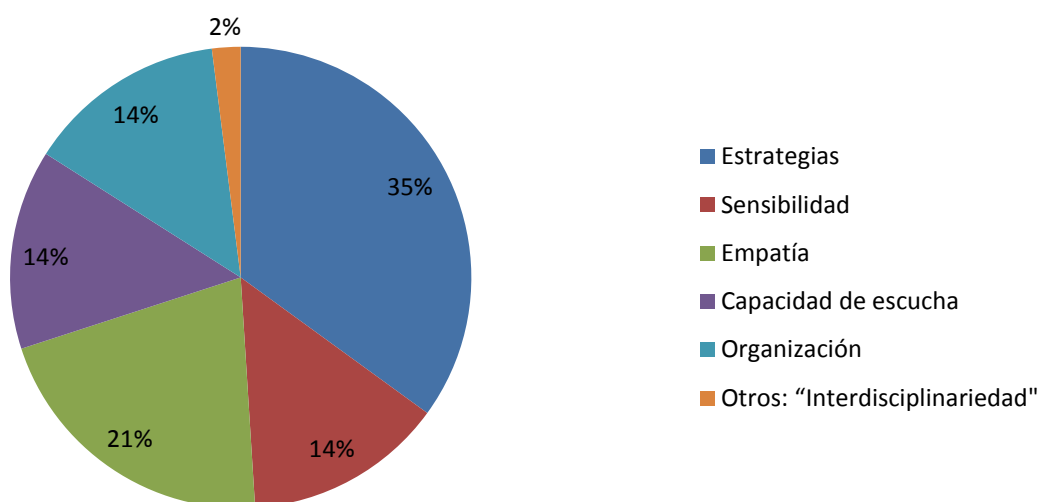
<sup>16</sup> Según la web (<http://facultad.pucp.edu.pe/comunicaciones/carreras/comunicacion-para-el-desarrollo/perfil-del-estudiante/>) se define el perfil del estudiante: **“Deberá poder actuar en escenarios multiculturales y realizar propuestas concretas de comunicación que se ajusten a diversos públicos objetivos, en territorios, culturas y temas variados”**

un poco amplia. Propuestas concretas de comunicación puede ser cualquier cosa.” Igualmente, Renzo expresó la misma idea “Es súper general. De por sí tiene unos conceptos que deben ser definidos y pueden ser interpretados de muchas maneras, inclusive el tema “desarrollo”.”

Igualmente, otros estudiantes compartieron la misma idea sobre la falta de integración del nuevo mercado laboral al que responde la carrera. Citando al Estudio de la Bolsa de Trabajo de la PUCP, en el Informe sobre el perfil profesional de los y las egresadas de la carrera y su inserción en el mercado laboral, la segunda categoría con mayor convocatorias laborales es “Comunicación Corporativa” (la primera está catalogada como “otras vinculadas”) (Bolsa de Trabajo de la Pontificia Universidad Católica del Perú: 59, 2013). Supone el 22.1% de las convocatorias en total, un porcentaje bastante mayor a las demás categorías (Bolsa de Trabajo de la Pontificia Universidad Católica del Perú: 59, 2013). Justamente aquellos estudiantes que mencionan el campo laboral, hablan sobre la Comunicación Interna y Corporativa.

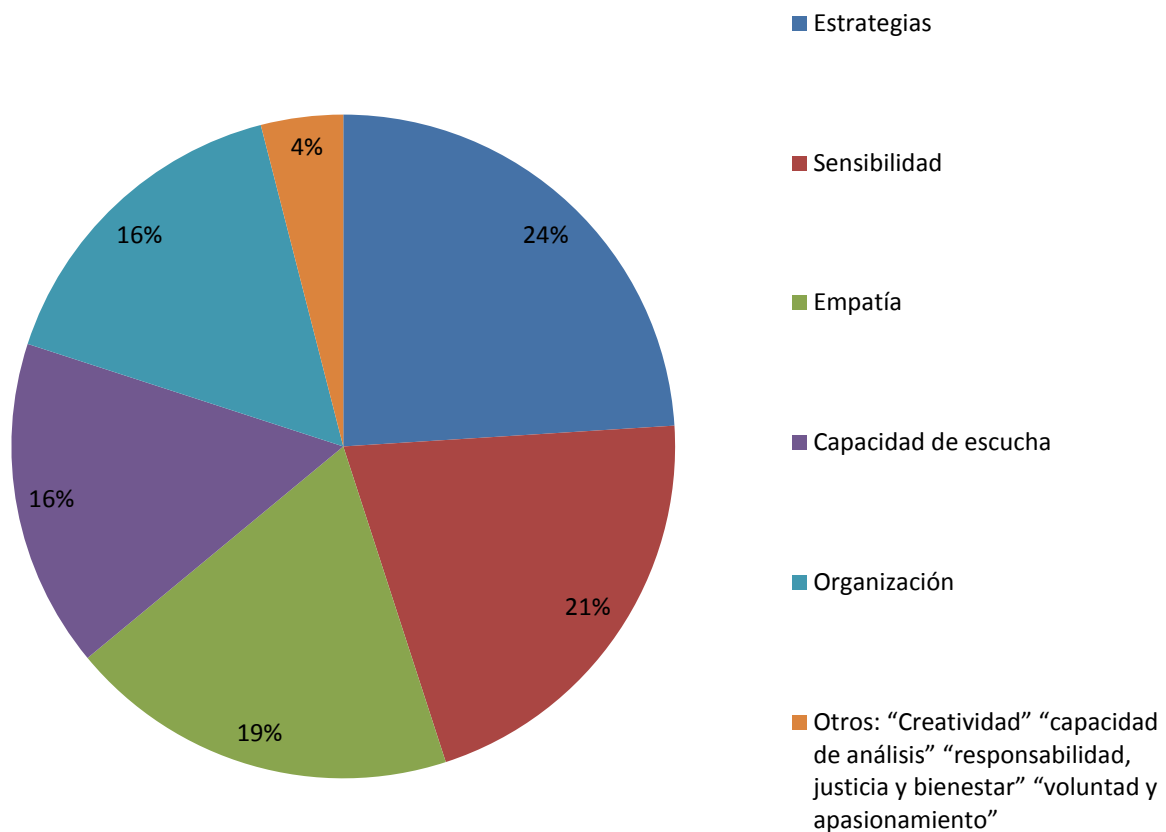
Se realizaron también encuestas para encontrar tendencias entre los estudiantes sobre cuáles creían eran las características asociadas a la carrera, para que de forma cuantitativa puedan hacer un “perfil” de la especialidad de acuerdo a su percepción de ésta<sup>17</sup>. Los gráficos con la (M) seguida del título son las encuestas aplicadas a estudiantes varones, mientras que los gráficos con la (F) seguida del título representan las respuestas de las estudiantes mujeres encuestadas:

### Características asociadas a la carrera (M)



<sup>17</sup> Las características fueron tomadas de acuerdo al perfil ofrecido en la web.

## Características asociadas a la carrera (F)



Como puede verse en los gráficos, tanto varones como mujeres consideran que la principal característica de la carrera son las "estrategias". 35% de los varones la consideran y 24% de las mujeres. Entienden, entonces, que la carrera principalmente tiene un lado estratégico bastante predominante. En cuanto a la segunda característica resaltante de la carrera, las opiniones entre ambos géneros varían. Por un lado, el 21% de los encuestados varones afirma que "Empatía" es la segunda característica más importante, mientras que el 21% de las mujeres encuestadas afirman que es "Sensibilidad".

Justamente, al contrastarlo con las definiciones de los estudiantes sobre la carrera, tanto la "sensibilidad" como la "empatía" son necesarias para entablar las relaciones entre ambos actores y ser un "puente". Las "estrategias" son las herramientas de comunicación empleadas para garantizar que dicho puente conlleve a un desarrollo, o cambio.

### Según los egresados

Los egresados tuvieron una definición mucho más detallada y precisa sobre la carrera. Esto se debe tal vez, a los años de experiencia en el mundo laboral, ya que al poner en práctica la carrera, saben mejor cómo y hacia qué se perfila. Por ejemplo, la gran mayoría de egresados definió el desarrollo, concepto que no fue muy definido por los estudiantes, más bien, fue considerado etéreo. Warren, por ejemplo, en su entrevista definió el desarrollo de la siguiente manera:

“(…) es empezar de un estado previo a un estado posterior y que la intervención que uno haga, que tenga un impacto positivo. Pero este “positivo” todavía no está definido que es desarrollo, así que depende de lo que cada comunidad o grupo humano defina qué es desarrollo.”

Aquellos que no definieron “desarrollo” no lo mencionaron. Usaron más bien la frase “cambio social” y se refirieron a grupos humanos específicos. Usaron las frases “estrategias”, “intervención”, “análisis”, “crítica”. Sólo un entrevistado usó la palabra “mediador”, palabra que fue bastante popular entre los estudiantes.

Cuando se les preguntó sobre el perfil brindado por la web de la Facultad, solo uno estuvo totalmente de acuerdo. La gran crítica, al igual que los estudiantes, fue lo efímero de la definición y la omisión de la Comunicación Interna y Corporativa, que consideran que es un campo que se está abriendo para los egresados de la especialidad. Ximena en su entrevista, consideró que faltaba “integrar los distintos campos de acción: sector público, empresarial.” Raisa, igualmente, consideró que el perfil restringe el ámbito de desempeño laboral: “según ese perfil mi única oportunidad de trabajo serían ong’s o relaciones comunitarias.”

### Según los profesores

La definición de los profesores sobre la carrera puede verse en el siguiente cuadro:

| <b>Profesor/a</b>       | <b>Definición de la carrera</b>  |
|-------------------------|--|
| <b>Gabriel Calderón</b> | La comunicación para el desarrollo sería una especie de forma de generar condiciones de carácter comunicacional por cierto que puedan facilitar procesos de desarrollo para lo cual, evidentemente, se hace una intervención estrictamente comunicacional. |
| <b>Mirtha Correa</b>    | Enfoque de mediación, puente entre actores que aparentemente tiene diferencias. Puente entre el estado y la ciudadanía, entre generaciones. Accesibilidad, generación de contenidos.   |

|                       |  |
|-----------------------|--|
| <b>Javier Ampuero</b> | <p>Hasta donde yo entiendo hay dos cosas que trabajamos los comunicadores para el desarrollo que nos vincula a los objetivos propiamente de desarrollo. Uno es que buscamos transformar o potenciar lo negativo o positivo de lo que tiene que ver con el sentido común que circula en la sociedad o comunidad específica. Sus percepciones sobre sexualidad, el ambiente o la política. Todo lo que tiene que ver con percepciones, maneras de cómo se siente, vive o piensa o un tema. Un tema debe ser transformado, eso tiene que ver con comunicación porque es construir relatos que cuestionen esas percepciones o que potencien las percepciones que nos parecen positivas. Otro cambio que tiene que ver con el creer: en qué creemos. Los comunicadores y comunicadoras para el desarrollo ayudamos a que ese creer se oriente hacia el sentido, el bienestar común, que puedan vivir el cambio social o lo que fuere. El otro aspecto que vincula el desarrollo como comunicadores tiene que ver con las relaciones. Nuestra labor es aproximar, a ayudar a comprender a desterrar prejuicios o estereotipos entre unos y otros. Finalmente, es contribuir a que pueda haber un diálogo, un sentarse en la mesa a decidir cosas de manera conjunta pero eso solo es posible si se bajan esas barreras de desconfianza, de estereotipos.</p> |
|-----------------------|--|

Para los profesores, el carácter de “mediador” es de suma importancia. Ese vínculo que se genera entre actores teniendo a la comunicación como eje que promueve el cambio. Esta creación de “puentes” se lleva a cabo, “aproximando”, mediante “accesibilidad de contenidos” e “interviniendo de forma comunicativa”. Un comunicador para el desarrollo sería entonces aquel que acerca a otros con el fin de impactar positivamente en la realidad.

Los tres grupos de investigación mostraron en sus opiniones sobre la definición de la especialidad un abordaje hacia la realidad de una manera crítica, estratégica, empática, sensible, mediadora y comprometida. Ahora bien, ¿qué los motivó a incurrir en ese camino profesional?

#### 4.4 EL CORAZÓN DEL “DESARROLLERO”: PRINCIPALES MOTIVACIONES PARA ESTUDIAR LA ESPECIALIDAD.

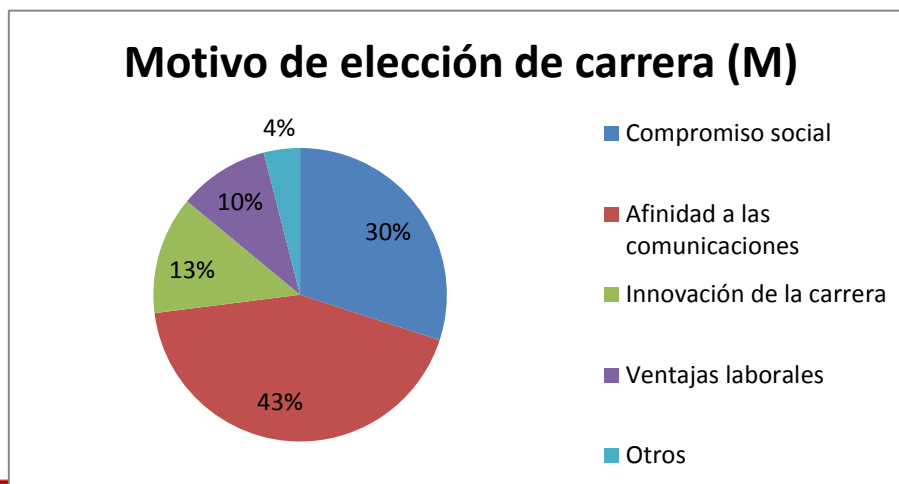
##### Según los estudiantes

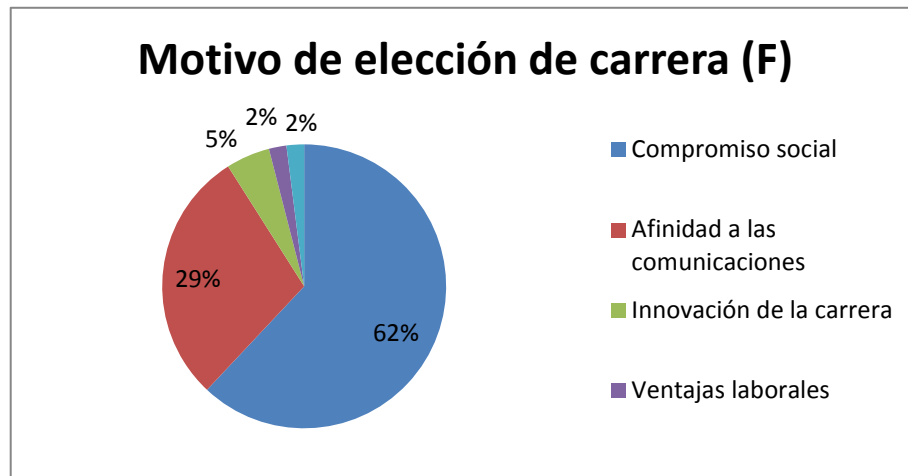
La gran mayoría de los estudiantes entrevistados respondió que lo que los atrajo principalmente a la carrera fue una motivación social (en diversas áreas como educación, política, género, medio ambiente, salud, etc.) mezclado con el estilo “puesto en práctica” de la carrera. Esto quiere decir que les llamó la atención que la especialidad le diera tanto énfasis a la práctica tanto como la teoría.

Para algunos eso fue un elemento decisivo cuando se trató de escoger otras carreras con enfoque social o de desarrollo humano. Por ejemplo, Manuela contó en su entrevista: “yo entré primero a Ciencias Políticas. La diferencia está en la practicidad de las Comunicaciones, las Ciencias Políticas eran muy teóricas.” Renzo también expresó una idea similar: “Estaba inscrito en Ciencias Sociales pero sentí que era muy teórico y quería algo más práctico. Esta carrera hacer trabajo de campo real (...).”

Igualmente, otro elemento decisivo fue la amplitud que brindaba estudiar Comunicaciones. Tal fue el caso de Daniel en donde para él sucedió lo siguiente: “yo antes iba a Economía, pero cuando conocí la carrera me gustó que tuviera una visión amplia de las Comunicaciones y el Desarrollo.”

En la encuesta se puede apreciar una tendencia similar en cuanto a los factores que los llevaron a estudiar la especialidad. Los siguientes gráficos muestran las principales motivaciones. El gráfico con el título seguido de la letra (M) se refiere a las respuestas de estudiantes varones, mientras que el gráfico con el título seguido de la letra (F) se refiere a las respuestas de estudiantes mujeres.





Las motivaciones varían según el género. Mientras que una clara mayoría de estudiantes mujeres, 62%, consideran que la principal motivación fue el compromiso social, un 30% de los estudiantes varones lo consideran como factor de motivación. Justamente, en el caso de los hombres, la motivación principal, con un 43%, fue la afinidad a las Comunicaciones. Para las mujeres, esa fue la segunda motivación, con un 29%.

Unos porcentajes que varían drásticamente entre ambos géneros es la percepción de la profesión en temas de innovación y campo laboral. Un 13% de los estudiantes varones consideraron la innovación de la carrera como un motivador, a diferencia de un 2% de estudiantes mujeres. Igualmente, en cuanto a ventajas laborales, el 10% de los hombres la consideran como una motivación frente a un bajo 2% de mujeres.

Retornando a los entrevistados, al preguntarles sobre la necesidad de Comunicadores para el Desarrollo en la sociedad, todos coincidieron en la visión amplia y crítica que brinda la carrera. Consideraron que tratar un problema social desde la comunicación, permite canalizar mejores soluciones y comprender mejor a los actores involucrados en el proceso de desarrollo. Otra cualidad que mencionan es que uno es formado para pensar estratégicamente, ver el problema de forma macro y generar espacios y plataformas comunicativas en lugares y grupos humanos que no los tienen.

#### Según los egresados



Así como los estudiantes, los egresados escogieron la carrera debido a la percepción de que esta era “amplia”. Asimismo, consideraron que el aspecto “práctico” de la carrera fue lo que más los llevó a estudiarla y desmotivó (para aquellos que corresponde) de estudiar carreras que consideraban más teóricas, como Ciencias Políticas. Por ejemplo, Paloma, contó su motivación principal para estudiar la especialidad: “Siempre me han gustado los temas sociales y la comunicación. La carrera fue el punto intermedio perfecto. Me gustaba la Sociología, pero me parecía que se quedaba mucho en la teoría.” En cuanto al tema de la amplitud de la carrera, Santiago consideró lo siguiente al tomar la decisión de estudiarla: “las comunicaciones me permitían tener una carrera más general para más adelante especializarme”.

Adicionalmente, según el Informe “Perfil profesional de los y las egresadas de la Especialidad de Comunicación para el Desarrollo y su inserción en el mercado laboral” de la Bolsa de Trabajo de la Pontificia Universidad Católica del Perú, los factores que motivaron a los 114 egresadas y egresados encuestados fueron los siguientes (en escala de mayor a menor) (Bolsa de Trabajo de la Pontificia Universidad Católica del Perú: 10, 2013):

- **50%** Sensibilidad social
- **25%** Información sobre la especialidad antes de ingresar a la misma
- **10%** Experiencia en proyectos
- **9%** Otros (diversas opciones de trabajo, integra distintas disciplinas, no tenía otras opciones)
- **4%** Experiencia negativa en otras especialidades
- **2%** Influencia de los padres de familia

Retornando a las entrevistas, al preguntarles sobre la necesidad de Comunicadores para el Desarrollo en la sociedad, todos contestaron que se debe la mirada distinta que aporta el estudiar la carrera frente a un problema social. Ximena consideró que “nosotros competimos en el mercado con sociólogos, psicólogos y hasta con educadores. El comunicador siempre tiene un factor de destaque porque esperan de ellos una propuesta más creativa.” Raisa también se apoyó de esta idea, afirmando “los comunicadores para el desarrollo, manejan una comunicación de doble vía. Cuestionan la realidad y la investigan. Conocen muy bien a su público.” En general consideran los egresados que el mayor peso que tienen como profesionales es ese abordaje “diferente” a los problemas y al desarrollo.

Según los profesores

En cuanto a los profesores, ya que ellos no estudiaron la especialidad, se les pidió definir lo que ellos consideran que debe ser el perfil de un profesional de la carrera. Las respuestas se encuentran en el cuadro a continuación:

| Profesor/a              | Definición de un comunicador para el desarrollo  |
|-------------------------|--|
| <b>Gabriel Calderón</b> | Tener una gran sensibilidad social, ese es el común denominador de todas las generaciones de desarrollo que voy conociendo. Un sentido del compromiso social que se deriva de ello y un honesto deseo de revolucionar o cambiar las cosas que parece su capital más envidiable, por decirlo así.   |
| <b>Mirtha Correa</b>    | Tiene que ser un estratega y un mediador. A este país le falta mediadores. Que desarrolle capacidades para generar modelos de gestión, herramientas, metodologías de trabajo y un gran investigador de los públicos y entornos.  |
| <b>Javier Ampuero</b>   | Lo común en la mayoría de casos es que tienen una sensibilidad social, sienten que hay que cambiar algo, sienten que las ciencias sociales (sociología, antropología) se quedan en estudiar y no en actuar. Sienten que el arte y otras cosas, porque muchos han venido de distintas rutas, les permiten la creatividad pero que no los encuentra en el campo de tratar de hacer cambios. Entonces, yo siento que vienen con las ansias de cambiar y encuentran en la Comunicación para el Desarrollo herramientas para hacerlo. Yo creo que sí es necesario un compromiso con el cambio para el comunicador para el desarrollo. Sí tienen que tener un compromiso con el cambio. ¿Cómo entienden el cambio y cuál es su perspectiva del cambio? Eso, obviamente, está abierto a la discusión. |

Los profesores están de acuerdo en que se debe tener una sensibilidad social, compromiso con el cambio y habilidad para interconectar actores. Justamente, coinciden con la gran mayoría de las motivaciones de estudiantes, egresados y egresadas, así como sus opiniones sobre la importancia de comunicadores para el desarrollo en la sociedad.

#### 4.5 COMUNICACIÓN, GÉNERO Y PROFESIÓN: LA RELACIÓN ENTRE LOS ESTEREOTIPOS SOCIALES DE GÉNERO Y LAS ELECCIONES PROFESIONALES.

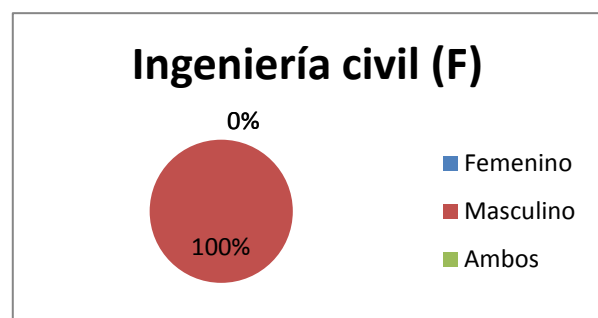
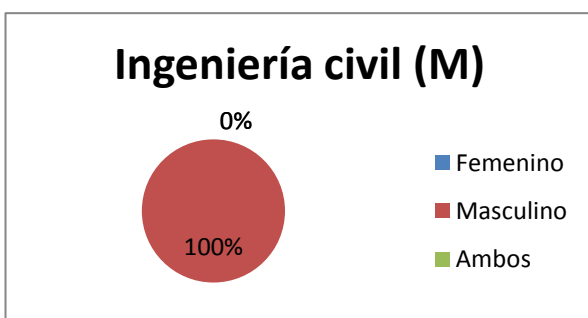
Según los estudiantes

Fue necesario en este caso no ir directamente a enfrentar la pregunta ¿Por qué hay carreras socialmente percibidas “femeninas” o “masculinas”? Sino más bien, pedirles primero que, sin pensarlo, respondieran si la sociedad consideraba “femenina” y/o “masculina” un listado de determinadas carreras, para luego indagar en el *por qué*.

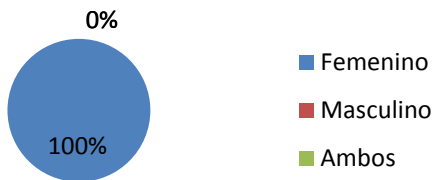
A continuación, el listado de las respuestas de los estudiantes:

| Profesión                  | Femenina | Masculina | Ambos |
|----------------------------|----------|-----------|-------|
| Ingeniería civil           | 1        | 5         | -     |
| Enfermería                 | 6        | -         | -     |
| Educación Inicial          | 6        | -         | -     |
| Psicología                 | 6        | -         | -     |
| Cocina                     | 1        | 4         | 1     |
| Arquitectura de Interiores | 5        | -         | 1     |
| Biología                   |          | 3         | 3     |

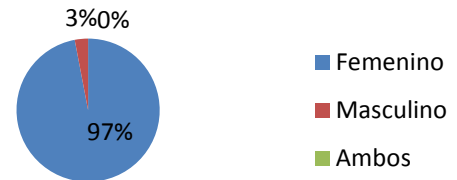
Igualmente en las encuestas, se les pidió a los estudiantes que hicieran el mismo ejercicio, y las respuestas fueron bastante similares (los títulos seguidos de la “M” corresponde a las respuestas de estudiantes varones, mientras que los títulos seguidos de la letra “F” corresponden a las estudiantes mujeres):



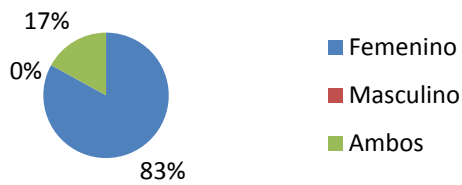
### Enfermería (M)



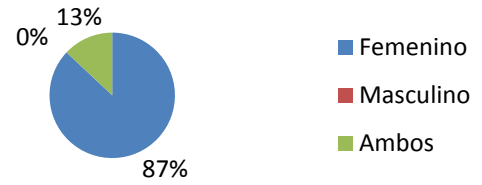
### Enfermería (F)



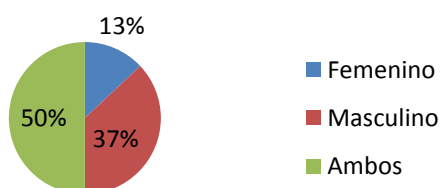
### Psicología (M)



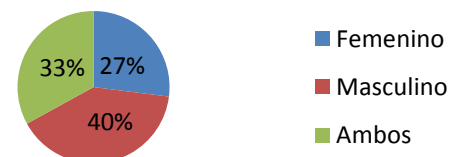
### Psicología (F)



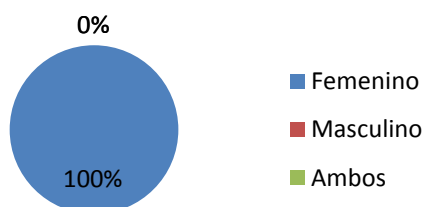
### Cocina (M)



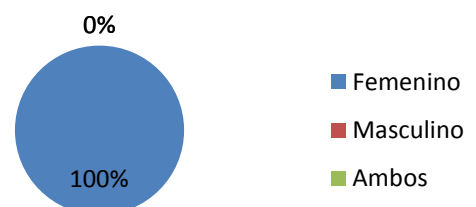
### Cocina (F)



### Educación inicial (M)



### Educación inicial (F)



Los resultados son bastante similares entre ambos géneros, salvo en el caso de “Cocina” en donde para las mujeres, predomina una caracterización “masculina” de la carrera mientras que para los varones predomina una caracterización “neutral”. Esta misma carrera igualmente generó debate en las entrevistas, ya que algunos estudiantes consideraban que al ganar “status” la carrera (alta cocina) se desplazó la idea de “el/la cocinero/a”, que se realizaba mayoritariamente en el espacio privado y por mujeres y se trasladó al público, como chef.

Continuando con las entrevistas, al preguntarle a los estudiantes sobre el *por qué* de estas categorizaciones respondidas casi de forma automática, las respuestas encontradas fueron bastante interesantes. La gran mayoría de los estudiantes sienten que las nuevas generaciones están cambiando en cuanto a la percepción de una carrera según género, sin embargo, el mercado laboral aún no lo refleja, falta que esa generación tome los puestos gerenciales. De forma general, todos están de acuerdo que los juegos de roles impartidos por la sociedad se trasladan no solo a la división de trabajo doméstico, familiar y público, sino también al laboral. Manuela en su entrevista, mencionó que “los estereotipos se mantienen y se mantienen en el ámbito laboral y en los estudios. Los roles son históricos, las mujeres han cuidado y los hombres proveen.”

Estos “roles históricos” como los llama Manuela, para los estudiantes son los motivos por los cuáles carreras que demandan cierto tipo de cuidado, sensibilidad o dedicación a un *otro*, sean consideradas femeninas. Mientras que carreras más individuales, dirigenciales y con status sean consideradas masculinas. Por ejemplo, María Pía lo expresó de la siguiente manera “se considera que la mujer tiene un lado más maternal, que puede ser profesora y estar al tanto de los niños. Es como una extensión de un rol que ha sido creado y lo usan para una profesión.” Daniel también tuvo una opinión similar: “por cualidades que se consideran socialmente como “masculinas” y “femeninas”, carreras con fortaleza, matemática, ciencias, liderazgo sería para hombres, mientras que carreras de cuidado y servicio, para mujeres.”

Igualmente, el tema del “status” en una carrera es la característica elemental que los estudiantes consideraron para que una carrera sea considerada como “masculina”. Por ejemplo, Renzo lo explicó de la siguiente manera: “Un hombre tiene que ser doctor, ingeniero, abogado, médico, si es algo de letras, máximo administración. Esas carreras son, en el imaginario, carreras que dan plata y status, curiosamente son carreras que más incidencia tienen de hombres”.

### Según los egresados

Al igual que con los estudiantes, se les pidió a los egresados que brinden una respuesta casi automática al mismo listado de carreras. Las respuestas fueron las siguientes:

| <b>Profesión</b>                  | <b>Femenina</b> | <b>Masculina</b> | <b>Ambos</b> |
|-----------------------------------|-----------------|------------------|--------------|
| <b>Ingeniería civil</b>           | -               | 6                | -            |
| <b>Enfermería</b>                 | 5               | -                | 1            |
| <b>Educación Inicial</b>          | 6               | -                | -            |
| <b>Psicología</b>                 | 4               | -                | 2            |
| <b>Cocina</b>                     | -               | 1                | 5            |
| <b>Arquitectura de Interiores</b> | 6               | -                | -            |
| <b>Biología</b>                   | 1               | -                | 5            |

Como puede apreciarse, las respuestas fueron similares a la de los estudiantes. Al profundizar en las entrevistas sobre el *por qué* de estas categorizaciones, las respuestas también fueron similares. Efectivamente para los egresados, los roles socialmente adjudicados a hombres y mujeres se trasladan al ambiente profesional. Por ejemplo, Paloma en su entrevista habló sobre la “naturalización” de los estereotipos: “es justamente por lo roles atribuidos a los hombres y mujeres. Yo nunca he visto a un profesor de inicial hombre. El estereotipo es tan naturalizado que los padres jamás aceptarían a un profesor varón. La normalidad es que sea mujer.” Justamente, Santiago en su entrevista afirmó al igual que Paloma esta “naturalización” al explicar que las respuestas del listado de carreras las dijo casi sin pensarlas porque en la sociedad ya es “algo totalmente normal”.

Warren profundizó aún más en su respuesta, confiriendo la “naturalización” de los estereotipos de género en el ambiente laboral a los medios de comunicación. Tal como él lo explicó:

“Hay estigmas que tienen que ver con lo que ves en los medios. Los medios juegan un papel importante en la percepción femenina/ masculina de las carreras. Por ejemplo, la publicidad de Institutos de Enfermería, ¿cuántos hombres ves ahí? Se vuelve tan normal, que nadie lo critica, lo ve pero no lo critica. Otro ejemplo es Educación Inicial: en el imaginario no hay pedófilas. El pedófilo es el hombre. Sólo mira las propagandas anti pedofilia”

### Según los profesores

De acuerdo con los profesores, efectivamente existe un traslado de roles de género adjudicados socialmente al ámbito profesional. Como si se jugaran los roles del espacio público y privado (en cuanto a división de trabajo) a la realidad laboral y académica. El tema de la crianza tanto en el hogar como en la escuela, es un tema que para Javier fue de suma importancia, así como las presiones inherentes que genera tanto la sociedad como la familia:

“Yo creo que es no es que las mujeres y los hombres tengan per se por el hecho de nacer hombre o mujer una inclinación sobre una cosa u otra en general en lo que puedes hacer en la sociedad. Yo creo que, de algún modo, te alientan desde pequeño o pequeña a determinadas cosas en función de lo que tus padres creen que es lo conveniente y lo que encuentran en el contexto. Es decir, que siempre (las mujeres) van a estar preocupadas por lo que le pasa al otro, a quien esté a su lado, sea un amigo, una pareja, un hijo, un anciano, una persona que requiere de la mujer. Y que un hombre ha sido alentado, fomentado, se le ha promovido que la búsqueda del éxito de demostrar que es más. Esas son presiones que influyen para hombres y mujeres. Son presiones porque, por ejemplo, un hombre que decide ser para los demás: dedicarse a sus hijos y no tener éxito en el mundo profesional, va a ser visto como un pisado, disminuido, insatisfecho, que no ha logrado sus objetivos, etc. No respetado. Una mujer que en lugar de dedicarse a los otros se afana por salir adelante sola y tener sus objetivos personales por encima de todo va a ser vista como insensible, que no ha logrado su maternidad, etc. Entonces, esas presiones incluyen y hay carreras vinculadas a esos afanes.”

Por otro lado, al preguntarle a Mirtha si creía que existieran carreras socialmente consideradas como “masculinas” y “femeninas” su respuesta fue la siguiente: “Sí claro, por ejemplo, educación, salud, están vinculadas a lo femenino. La asistencia social también. Las carreras vinculadas al servicio se asocian mucho a la mujer.”

### Según las expertas

De acuerdo con las expertas de la UNFPA, Hilda Cárcamo y Melissa Bustamante, existen efectivamente percepciones sociales, específicamente de género, que se trasladan al ámbito profesional. Dichas percepciones se generan dependiendo de la sociedad y las oportunidades que se te van (o no) dando y abriendo en la vida. Esas oportunidades pueden desarrollar habilidades o inhibir otras. Si a una niña se le desarrolla el aspecto sensible y de cuidado como su habilidad principal y se inhiben otras, pues se estaría fomentando una posible inclinación profesional por estudiar alguna carrera relacionada al cuidado.

Esto significa, como mencionó Melissa que “los roles, espacios y atributos que se asignan a hombres y mujeres a lo largo de nuestra vida determinan nuestro comportamiento, nuestro lugar de desarrollo y los distintos mandatos que tendremos en nuestra vida social; esto incluye nuestra visión de las profesiones.”

Al preguntarles sobre los potenciales riesgos que tendría en una sociedad que consideran machista (como lo mencionaron en capítulos anteriores), de forma teórica, ya que consideran que debe de realizarse estudios más macro económicos sobre el tema, respondieron que podría existir una posible fuga de talentos. Hilda explica como en su época de estudiante “las mujeres se iban a Rusia a estudiar ingeniería porque ahí era más equitativo y más fácil. Esta fuga de talentos no es a futuro, ya nos está pasando.” Melissa lo considera además como una inhibición de un talento (y también siente que es una pérdida) “definitivamente cualquier persona que corte sus decisiones de carrera profesional en función de un mandato cultural, de todas maneras está bloqueando alguna actitud o aptitud y no aprovechándolo. Podría significar una pérdida para un campo profesional, pero nunca lo sabremos.”

#### **4.6 LA COMUNICACIÓN DENTRO DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO: PERCEPCIÓN Y GÉNERO.**

##### Según los estudiantes

Para poder generar una percepción sobre la carrera de acuerdo a los estudiantes, se les pidió responder una serie de preguntas: *¿Qué piensan tu familia y amigos sobre tu carrera? ¿Qué se siente ser un hombre/mujer y estudiar Comunicación para el Desarrollo? ¿Por qué sientes que existan más mujeres que hombres en la carrera? ¿Sientes que la afecta?*

Con respecto a la primera pregunta, las respuestas variaron muy poco y en realidad la línea lógica fue bastante similar. En definitiva, la gran mayoría de los padres no comprenden la carrera, no la conocen, por lo que existe el temor generalizado de que los hijos al estudiarla, no ganen dinero. Como lo explicó Manuela en su entrevista “La familia no la entiende. Más bien, las personas mayores no entienden. Nadie sabe qué es y explicarlo tampoco es tan simple (...)”. Renzo también brindó una perspectiva similar “sí conocen la carrera, pero no la entienden. Ellos comprendían Ciencias Políticas y preferían esa carrera, pensaban que había más campo laboral ahí.”



En cuanto a la segunda, las respuestas variaron entre género. Las mujeres por un lado, como Marita y María Pía, afirmaron que la carrera permite que una tenga autonomía, ya que antes las mujeres ni si quiera iban a la universidad. Manuela explicó que más bien, ella sentía que era difícil estar en una carrera con tanta desigualdad de género ya que ella sentía que en los trabajos grupales se llevaba mejor con los hombres: “estar en una carrera donde tienes que hacer muchos trabajos en grupo con mujeres es complejo. Tenemos otros códigos, otras formas.”

Por otro lado, los varones sintieron que tuvieron dificultades al principio, como contó Renzo: “Fue difícil para mis padres, más cuando tanto mi hermano como yo nos cambiamos de carreras con “status” (...) el cambio fue duro, mis padres se preocupaban porque encontremos trabajo, y uno que nos de sustento.” Igualmente, Daniel sintió que debía medirse más ya que tenía salones llenos de compañeras: “es medio raro, siento que me mido y tengo más cuidado con lo que digo para no incomodar a mis compañeras.”

En cuanto a la tercera pregunta, *¿Por qué sientes que existan más mujeres que hombres en la carrera?* Las respuestas fueron similares en ambos géneros. Primero, coinciden en que efectivamente la carrera posee características que socialmente se cree que las mujeres son mejores para desempeñarlas, como la sensibilidad y el compromiso social. Como lo explicó Manuela en su entrevista: “El comunicador para el desarrollo es alguien que ayuda a que mejore. Entonces, los hombres no son de cuidado. Ellos más bien salen, consiguen, dirigen, hacen, arreglan.” Igualmente, coinciden en que existe presión hacia los varones por encontrar carreras que les brinden “status” y solvencia económica. Esa presión se traduce en un mensaje comunicativo ligado a la posibilidad de escoger *o no* la carrera. Como lo explicó Renzo:

“Existe un tema de legitimidad de la carrera. Esta carrera es joven y encima no está bien definida y yo diría desactualizada en su campo. El mundo laboral no nos conoce mucho, no hemos explorado campos nuevos bastante atractivos donde tendríamos gran éxito. Mientras tanto la carrera no será vista como rentable, eso sumado a la presión del hombre por tener éxito y solvencia económica creo que es un gran motivo.”

Los tres varones entrevistados no empezaron estudiando la especialidad, sino más bien, carreras más “convencionales” lo que trajo como consecuencia dudas de sus padres sobre el futuro de sus hijos.

Finalmente, con respecto a la cuarta pregunta *¿Sientes que afecta la carrera?* Las opiniones variaron. La gran mayoría no sentía un efecto negativo directo en el presente, pero sí podría proyectarse como un efecto negativo en el futuro, ya que podría inhibir nuevos talentos y terminar cuajando en el imaginario como una carrera “femenina” como lo que sucede con Educación Inicial. Consideran que dichos imaginarios, efectivamente pueden romperse, pero es un trabajo generacional. Como lo mencionó Daniel: “siempre la equidad es buena, nos permite interpretar los mensajes según la diferencia de género, así como lo sería de edad, lugar de origen, creencia religiosa, etc.”

### Según los egresados

Para este grupo fueron usadas la misma secuencia de preguntas que para los estudiantes: *¿Qué piensan tu familia y amigos sobre tu carrera? ¿Qué se siente ser un hombre/mujer y estudiar Comunicación para el Desarrollo? ¿Por qué sientes que existan más mujeres que hombres en la carrera? ¿Sientes que la afecta?*

Con respecto a la primera pregunta, las respuestas fueron similares a las que dieron los estudiantes. Efectivamente, la gran mayoría de sus padres no entendieron la carrera en un principio, especialmente debido a que no existe una clara definición y posicionamiento de ésta en el espacio público-profesional. Ximena, resumió ese pensar de la siguiente manera:

“Primero, mi familia, pensaban que iba a morir de hambre. Luego se han dado cuenta que en mi carrera me han dado varias ventanas para poder trabajar. Mis amigos hacían bromas de que en mi carrera llevaba "Corte de papel 1"; "Forrar el cuaderno 2". Creo que la mayoría de personas no conocen la carrera. Creo que en los últimos años han logrado tantas posiciones importantes que cada vez se hace una carrera más importante, más respetada.”

El tema de la legitimidad es más frecuente en este grupo, justamente debido que se encuentran ya laborando. Saben que la carrera no es muy conocida pero que se está abriendo paso en campos laborales nuevos en donde podría tener gran éxito. Sienten que el temor inicial que tuvieron sus padres fue normal.

En cuanto a la segunda pregunta, *¿Qué se siente ser un hombre/mujer y estudiar Comunicación para el Desarrollo?* Las respuestas variaron de acuerdo a género. En cuanto a las egresadas, ninguna dentro de la carrera ha sentido algún tipo de

problema en particular, pero tanto Paloma y Raisa, han sentido que probablemente cuando continúen creciendo en el mundo laboral pueda pasar. Como lo expresó Raisa:

“Siento que por ser joven y ser mujer me ha costado llegar a espacios y ocupar puestos laborales. Cuando te mueves en ambientes machistas no es fácil, te mandan a hacer cosas por ser mujer y no le piden a alguien en tu mismo puesto y con tus mismas facultades si ese alguien es otro hombre. Si viajas, por ejemplo, se espera que resistas “igual que un hombre”. Una comunicadora para el desarrollo tiene que estar preparada para viajes donde pruebas tu resistencia.”

Por otro lado, los egresados sintieron al principio de ingresar a la carrera cierta extrañeza por el entorno tan marcadamente femenino, algunos, como Santiago, no esperaban que fuese así:

“Nunca la vi como una carrera donde podía ser tan grande la población de mujeres, por lo que me sorprendió cuando me di cuenta que así sería. Es algo que continúa sorprendiéndome y que cuestiono bastante. No es que sea una carrera “de mujeres” pero es lo que está sucediendo. Percibía educación y psicología como carreras más de “mujeres” pero jamás pensé que esta sería así.”

César, igualmente, sintió que debía medirse un poco más con sus compañeras:

“Me sentí intimidado por un momento. No es lo mismo la relación que puede tener uno siendo hombre con otro hombre como con una mujer. Uno tiene que cuidar que dice y como trata. Al principio intimidó, la diferencia es muy marcada.”

Siguiendo esa misma línea, Warren contó que hasta sufrió en algún momento discriminación por ser varón y ser Comunicador para el Desarrollo:

“Muchos perfiles laborales piden que los comunicadores que entran sean mujeres, y a mi me han discriminado por ser hombre. Era un puesto de comunicación interna. Con la promoción con la que egresé eran tres mujeres por hombre.”

En cuanto a la tercera pregunta *¿Por qué sientes que existan más mujeres que hombres en la carrera?* Los egresados profundizaron, al igual que los estudiantes, en el tema de la extensión del estereotipo de la mujer y el hombre al campo profesional. En las siguientes citas de Ximena y César, respectivamente, se explica:

“Porque todavía las mujeres tienen esta necesidad de ayudar a otros. Una lógica más solidaria, de cuidado, esta carrera está muy vinculada al tema social. Creo que las mujeres se encuentran ahí un espacio donde puedes ser profesional y exitosa ayudando a otros. Mientras que, de repente, la lógica de los varones es de lucro, de carreras que les puedan dar beneficios individuales. Creo que por eso hay una proporción más grande. Creo que es un tema de estereotipos sociales. ¿Cómo te venden a ti a las personas exitosas? Casi siempre bajo la figura de un

hombre, no de una mujer. ¿Quiénes son los principales CEO de las compañías más grandes peruanas? Hombres.”

“Yo creo que es por el aspecto de responsabilidad social, de sensibilizar a la población. Estos dos aspectos creo que identifican más al rol de la mujer en el Perú que al del hombre. Trabajo con poblaciones vulnerables tiene que ver más con un rol materno.”

Como puede apreciarse, las respuestas fueron bastante similares a la de los estudiantes.

Finalmente, con respecto a la cuarta pregunta *¿Sientes que afecta la carrera?* La gran mayoría respondió que tal vez en un futuro, especialmente si la tendencia determina que otros varones se inhiban a estudiar la carrera. Santiago, por su parte, indicó que se trata más de un tema de conocer el potencial de la carrera y posicionarla en el espacio público, y así no tengamos que hacer la pregunta de “si la afecta o no”:

“Tal vez la afecte, pero lo que se necesita es que la carrera sea validada, reconocida y tenga el status que merece y eso se resuelve conociendo el verdadero potencial de lo que estamos haciendo y en donde podemos desempeñarnos. Se puede ganar bien y ayudar al otro, puedes tener un buen puesto y no ser necesariamente un voluntario o alguien con baja paga. Falta, además, y es importantísimo, interdisciplinariedad. Un ingeniero trabaja con economistas, abogados, etc. Nos falta socializar con otras carreras y otros mundos laborales. Nos hemos movido sólo entre nuestros pares o entre sociólogos y antropólogos que miran la carrera de forma despectiva. Lo bueno es que poco a poco, mientras vamos yendo por nuevos campos laborales, más nos van conociendo.”

### Según los profesores

En cuanto a la percepción de los profesores, el siguiente cuadro muestra sus respuestas frente a dos preguntas esenciales: *¿Cree que la Comunicación para el Desarrollo es percibida como una carrera con cierta inclinación a un género? ¿Por qué? ¿Por qué no? y ¿A qué se debe la incidencia mayoritaria de mujeres con respecto a hombres en la carrera?*

| Profesor/a | ¿Cree que la Comunicación para el Desarrollo es percibida como una carrera con cierta inclinación a un género? ¿Por qué? ¿Por qué no? | ¿A qué se debe la incidencia mayoritaria de mujeres con respecto a hombres en la carrera? |
|------------|---|---|
| Gabriel    | Eso es otro asunto. En realidad, los chicos son   | Puede ser la fortaleza del estereotipo que fortalece                                      |

|                      |  |   |
|----------------------|--|---|
|                      | <p>pocos pero yo los veo bien posiciones a muchos de ellos (laboralmente). Bajo qué criterio el empleador busca un perfil donde ya tiene una expectativa del género que debe pertenecer, yo no sabría decirte cuál sería el criterio que predomine ahí en esa decisión, que parece estereotipada y que crea precisamente los estereotipos y desconocimientos que se tiene sobre el comunicador para el desarrollo.</p>   | <p>esas opciones. Es cuestión de reforzar la idea que te compartí hace un momento, la necesidad de se conozca la especialidad para que empleadores y futuros estudiantes de la especialidad puedan realmente saber de qué se trata y si empata con sus ideas, necesidades y tomar la decisión que competa.</p>  |
| <p><b>Javier</b></p> | <p>De alguna manera, yo siento que la Comunicación para el Desarrollo erróneamente es asociada al ser para otros. Digo erróneamente porque sí tiene una dimensión de ser para otros , lo que busca es empoderar a otros, no hacer las cosas por otros. Al mismo tiempo, eso es difícilísimo; por lo tanto, lograrlo sería un éxito. Entonces, curiosamente, a mi me llama mucho la atención que en todas las aulas desde el 2011 hasta ahora, me ha tocado hacer</p> | <p>Lo que sí es importante es ser conscientes de si hay diferencias en los aportes, en la sensibilidad, en la forma de entender las cosas en el campo de la comunicación para el desarrollo con respecto a si eres hombre o mujer. No lo he pensado con detenimiento, pero si es cierto que en buena parte de los casos en el campo laboral, en el trabajo que he hecho con otros grupos, han sido más mujeres, que varones, las interlocutoras. Puede tener que ver con el tema social</p> |

|               |   |   |
|---------------|---|---|
|               | <p>el curso, nunca ha habido 50/50. Siempre ha sido muchas mujeres, incluso siempre ha habido problemas porque los pocos hombres eran disputados para que no sean solo grupos de mujeres en algunos casos.</p>  | <p>de ser formadas para otros, pero también puede tener que ver con que se han desarrollado más habilidades en la formación de las mujeres para trabajar en estos temas.</p>  |
| <b>Mirtha</b> | <p>Porque es una carrera donde se piensa en el otro y con vocación social. Es considerada en el imaginario como una carrera de “servicio”. Ese imaginario no comprende la maravillosa dimensión estratégica y organizacional que tiene la carrera (característica asociada bastante socialmente a los hombres).</p> | <p>Existe presión muy grande en los hombres por tener una carrera legitimada y con dinero. Nuestra carrera aun no es muy reconocida en el campo laboral. Hemos sido formadas (las mujeres) por una huella de socialización teñida de machismo que hasta se infiltra en nuestras elecciones, incluyendo la elección laboral.</p> |

Efectivamente, la tendencia para todos los grupos entrevistados suele ser que existen valores socialmente establecidos y comunicados sobre cada género que ejercen presión directa o indirecta sobre los individuos y de algún modo consciente o inconsciente, los lleva a tomar decisiones sobre distintos campos de su vida, como el laboral. Tal como lo explicó Gabriel, el “estereotipo de sensibilidad”, por ejemplo, tan arraigado a la Comunicación para el Desarrollo es socialmente catalogado y motivado como característica femenina.

Las conclusiones que siguen a continuación desarrollan a más detalle éstas ideas.

## CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El propósito de esta investigación tal como se mencionó al inicio, está basado en la percepción de género en la especialidad de Comunicación para el Desarrollo, debido a que se presenta como una profesión en donde la incidencia de mujeres es mayor a la de hombres. Es así como se parte de la percepción y de la comunicación y luego se particulariza en el tema puntual del caso de estudio, como se ve a continuación:

### **Sobre la hipótesis inicial**

Luego de una extensa investigación, retomemos la hipótesis inicial:

*En la especialidad de Comunicación para el Desarrollo, la percepción de género como mensaje comunicacional permite que exista una mayor incidencia de estudiantes mujeres sobre varones. Esto se debe a dos características de la carrera percibidas en el mensaje detrás de ésta: compromiso social y sensibilidad. Ambas características socialmente asociadas a lo “femenino”.*

Efectivamente, existe una relación entre las características de la carrera con la incidencia de mujeres sobre hombres en ésta, pero no es determinante en todos los casos y para algunos de los entrevistados, la situación está cambiando y sólo esperan que siga ese camino de cambio. Mientras la sociedad cambie, así cambiará la percepción de la carrera. Este es un motivo para reflexionar y analizar la situación. Este planteamiento de hipótesis trajo consigo una serie de posibles futuras investigaciones y nuevas dudas despertaron que, incentivo de manera personal, deberían ser analizadas para entender la complejidad del grupo humano en su lucha por la equidad.

La hipótesis sugiere que el grupo humano no es determinante por igual. Si bien socialmente actuamos como un consenso (percepción social), individualmente cada uno enfrenta su propia lucha por entender su día a día y la sociedad en la que vive. Sugiero considerar las conclusiones a continuación para abrir nuevos campos de investigación y lograr comprender como la generación está cambiando sus visiones de género, aún si no es a la par de lo que dicta la sociedad en estos días.

## **Sobre la construcción de la femineidad y masculinidad según los espacios y medios de comunicación accesibles en nuestro día a día.**

### Espacios de comunicación

Como resultado del trabajo de campo se constata, que tanto los estudiantes, egresados y expertas, aseguran que efectivamente la mujer en el espacio público no tiene la seguridad que puede tener un varón. Aún se necesita cierta dependencia hacia otro cuando se sale a las calles, especialmente por el tema de acoso.

En cuanto a la percepción que tuvieron sobre los varones, el espacio público es en donde ejercen su poder, y no deben de preocuparse por la seguridad. El hombre en el espacio público es percibido como totalmente independiente y dominante del espacio. Se muestra como se comunica la importancia de lo masculino sobre lo femenino en el espacio público.

En el aspecto político la situación es distinta, aun cuando quedan caminos largos por recorrer, las mujeres tienen más presencia política en nuestro país especialmente en este último gobierno. En el imaginario eso cala a nivel profundo y si la tendencia continua, las brechas de acceso a la política pueden disminuir.

En el caso de los varones, el espacio político es bastante importante ya que ahí juegan roles cruciales que socialmente los caracterizan: altos mandos y puestos clave para toma de decisiones. Actualmente, los grupos investigados afirman que es el varón el que aún domina este espacio.

Los medios de comunicación, por otro lado, son uno de los principales causantes de promover y/o romper un determinado estereotipo. El potencial es grande, sin embargo, la tendencia actual es que aún continúa reforzando estereotipos de la mujer: víctima, objeto sexual, etc. y del varón: victimario, status, poder.

### Roles determinantes

La investigación muestra que la percepción general del rol principal de la mujer, es el de madre. Justamente esta necesidad de cuidar al otro y velar por el otro es una de las razones por la cuáles a la mujer aún le cuesta ganar campo en el espacio público y político, ya que mientras los hombres se les pide independencia y capacidad de decisión, a la mujer se le pide que piense en ese *otro*: sus hijos, su marido. Ese es el primer rol que debe cumplir, los demás son secundarios.



Al varón, por otro lado, se le exige que sea el proveedor. Este rol los determina en las decisiones, especialmente profesionales y laborales, ya que deben no sólo de solventar a su familia, sino tener cierto “status” económico que le permite mantenerse a la cabeza de la familia. De acuerdo a las percepciones de los entrevistados, que en una familia en el Perú una mujer gane más que un varón, o que el varón se quede en casa cuidando a los hijos podría significar todavía burla y emasculación simbólica del poder (entrevista realizada a Manuela, estudiante de Comunicación para el Desarrollo, ver anexo 3).

### Sensibilidad y Compromiso Social

En cuanto a la sensibilidad y compromiso social, estas características tanto de forma cuantitativa como cualitativa con los grupos investigados, son las que consideran que más se usan socialmente para catalogar a las mujeres. La sensibilidad es entendida como la disposición al otro y el compromiso social es el ayudar a ese otro, específicamente cuando en la definición brindada en el marco teórico se menciona que ese ayudar es como una vocación de servicio. Ambas características van de la mano. Ambas características van asociadas al rol por excelencia que (aún) más se le adjudica a la mujer: ser madre. Ambas características se desarrollan, como se vio en el marco teórico, en los primeros años de vida, junto con la inteligencia emocional. El rol socializador dentro del núcleo familiar puede inhibir o fomentar dichas características. De acuerdo a diversos autores previamente citados, en esa etapa, la mujer es socializada para desarrollar una sensibilidad más profunda (preparación para maternidad) y al varón a inhibirla ya que puede ser señal de debilidad.

Por un lado, la sensibilidad parte desde el primer núcleo de socialización del ser humano y se manifiesta y fomenta en el espacio privado para explayarse al espacio público mediante la caracterización de la mujer en los medios. Por otro lado, el compromiso social se juega en el espacio público y puede tomar el político también. El rol político no es necesariamente de decisiones, sino más bien de liderazgo en la comunidad (vasos de leche, juntas vecinales), es decir, se explaya el rol maternal.

Por otro lado, cuando estas características son mencionadas para construir el imaginario del hombre en la sociedad, son, en su medida, negadas, principalmente la sensibilidad. La percepción general del público investigado que se tiene es que los varones no son motivados a desarrollar ese lado emocional. Al fomentarles constantemente que deben de “proveer” se inhibe el lado emocional que no va de la

mano con la idea de persistencia, liderazgo y búsqueda de poder que se circunscribe dentro del rol del “proveedor”. Durante los primeros años, como se menciona en el marco teórico, se motiva al varón a percibir valores de competencia y liderazgo, que de alguna manera, son la antítesis de la sensibilidad (por lo menos así se ha construido en la sociedad) y los valores pilares para alcanzar el del “proveedor”.

En cuanto al compromiso social, la idea parece ser que no está en sintonía con la definición de éxito económico. Ambos actúan como opuestos. El compromiso social, al tener dentro de su definición a otro, genera disonancia entre el “camino” o “valores” necesarios para lograr el “status” (valores más “individualistas” tal como aparecen en las entrevistas). Esto sucede aun cuando todos los encuestados consideran que el compromiso social como vocación de servicio es indiferente del género (a contraposición de la sensibilidad) por más que esté relacionado con el *otro*. Sin embargo, el valor del status es el que vence la supuesta cualidad “neutral” del compromiso social. Sigue sin embargo, una percepción de los encuestados hacia su sociedad en donde sienten que el “compromiso social” necesita necesariamente de sensibilidad y eso indirectamente puede hacer que se considere socialmente “femenino”.

### **Sobre la definición de la Comunicación para el Desarrollo y principales motivaciones para estudiarla**

En cuanto a la definición y motivación de los estudiantes, egresados y egresadas, parece ser que ambas en esencia son parecidas. Al fin y al cabo, la esencia de la carrera es emplear la comunicación con el fin de motivar o dirigir un cambio social en un determinado grupo humano. Sin embargo, tal como está planteada la carrera en la definición del perfil del estudiante genera disonancia con la realidad, en menor medida de los estudiantes, pero principalmente de los egresados y egresadas.

Una vez en el campo laboral, los egresados y egresadas no están enteramente de acuerdo con el planteamiento de la carrera, específicamente en la información disponible en la web que es una fuente de consulta muy popular para futuros estudiantes. Dicha información, siendo tal vez un primer contacto de un o una joven con la carrera, da una imagen totalmente distinta a la que los egresados compartieron.

Efectivamente, el campo laboral está cambiando, tal como se pudo apreciar en las citas del Informe de la Bolsa de Trabajo con respecto al campo laboral de la carrera,

se están abriendo espacios interesantes en el sector privado y en el estado. Algunos estudiantes también afirmaron esta propuesta, ya que muchos se encuentran practicando. Sienten que la definición no incluye estos nuevos campos, y más bien parece centrarse en cooperación y ONG, campos que en la actualidad ya no son amplios.

Igualmente, al profundizar en las motivaciones, la inclinación a las comunicaciones y el compromiso social fueron los factores más resaltantes. Sin embargo, profundizando en las entrevistas, puede apreciarse una gran diferencia entre los estudiantes y los egresados. Un gran porcentaje migro de distintas carreras con el fin de buscar practicidad y amplitud, virtudes que consideran tiene la carrera. Una vez fuera de las aulas y en el mundo laboral, las motivaciones permanecen, pero la forma de aplicarlas ha cambiado. Todos los egresados sintieron que entraron con una motivación clara, pero que fue transformándose en el proceso y curtiéndose una vez finalizada la carrera.

Este proceso de transformación fue clave para comprender por qué no estaban de acuerdo con el perfil que se ofrecía en la web. La conclusión fue que si ellos se transformaron y aprendieron y adecuaron a las demandas del mercado, la carrera debería de hacer lo mismo. Cabe destacar que los egresados no catalogaron esto como conformismo, sino como adaptación estratégica para poder brindarle a la carrera el status que necesita y el reconocimiento que merece.

Los estudiantes también compartieron esta noción, sin embargo, reconocen que se están insertando cursos que suplen la demanda del mercado laboral. Les gustaría que el proceso sea más rápido ya que la demanda está creciendo.

Justamente esta disonancia entre la definición y la aplicación actual de la carrera es lo que tanto los profesores, los estudiantes y los egresados sienten que genera confusión en el mercado laboral y la atracción de nuevos talentos y tiene como resultado una falta de reconocimiento claro de que es la carrera y para qué sirve. Solo al preguntarles como definirían la comunicación para el desarrollo se generaba una discusión de varios minutos. Una definición clara y precisa sumándole una estrategia que no cambie la esencia de la carrera, si no que la adapte a la nueva realidad, podría convertirse en un factor clave para proyectar una identidad sólida. Una identidad sólida, seria para muchos de los entrevistados, lo mejor que podría hacerse para la carrera.

Continuando con las motivaciones, si bien ya se mencionó en el subtítulo anterior como se percibe el compromiso social, la inclinación a las comunicaciones es también una clave motivación para la gran mayoría. La inclinación a las comunicaciones cuando se trabajó en las entrevistas, tuvieron una clara relación con la inteligencia emocional, capacidad para expresarse, comprender y cuestionarse sobre el mensaje, el receptor y el emisor. De acuerdo con Charles Stangor, autor consultado en el marco teórico, la percepción que se fomenta para generar estereotipos, inicia con la enseñanza sobre uno mismo y qué rol le corresponde jugar durante la socialización en la primera infancia. Cuando se profundizó el tema en el marco teórico se llegó a la conclusión que está relacionado con la inteligencia emocional desarrollada a esa edad (y durante toda la vida) y la habilidad para expresarse, comunicarse y conectarse tanto inter como intra personal. La inclinación a las comunicaciones derivaría de cómo el sujeto ha sido expuesto a esta habilidad (la de comunicarse) para sentir la intriga y motivación para que sea un factor clave en un proceso de decisión tan importante como la profesión. Las investigaciones (en el marco teórico) afirman que es la mujer la que tendría mayor desarrollo de habilidades comunicativas debido a un desarrollo de la sensibilidad. Sin embargo, la gran mayoría de entrevistados afirman que esa habilidad se “trató” (porque igual todos sentían la distinción, especialmente cuando veían la crianza comparada entre hermanos y hermanas) de fomentar en el núcleo familiar para los varones y para las mujeres. Esta última afirmación solo concluye el importante rol de la familia -como primer paso ya que sigue la escuela y el espacio público- para el desarrollo de habilidades que en el futuro pueden llevar al sujeto a tomar decisiones importantes en su vida.

### **Sobre Comunicación, Género, Percepción y Comunicación para el Desarrollo**

Tomando en cuenta las conclusiones anteriores, se puede afirmar que, efectivamente, debido al poder del estereotipo generado por percepciones sociales fomentadas desde la primera infancia, el género y sus roles como mensaje comunicacional transmitido posibilitan la mayor incidencia de estudiantes mujeres sobre varones en la especialidad de Comunicación para el Desarrollo. Esto se debe a una sucesión de características atribuidas socialmente a los femenino, en donde, para motivos de esta tesis, se incluye compromiso social y sensibilidad; características importantes que todo

comunicador para el desarrollo debe tener (como se afirmó en las entrevistas y encuestas).

Sucede que comunicacionalmente, nuestra sociedad, despliega una serie de mensajes que generan percepciones bastante marcadas sobre diversos temas. Las características atribuidas al género es una de ellas. Esta percepción puede ser comunicada de forma interpersonal, como en la familia, como intergrupala. Es difícil romper ciertas percepciones cuando pasan a convertirse en estereotipos. Los estereotipos, como se analizó en el marco teórico, necesitan un componente generacional. Cuando un mensaje se comunica de generación en generación, es más difícil romper el ciclo. Actualmente en el Perú, estos cambios están sucediendo, pero a manera macro, aún seguimos actuando, educando y viviendo según estereotipos de género. Resalto que el cambio está sucediendo y se fomentará aún más con el paso de las generaciones.

Sin embargo, actualmente, para la gran mayoría de los encuestados y entrevistados el enunciado “la mujer madre, el hombre proveedor” es una situación real que sienten se vive en la sociedad peruana. Son estigmas claros presentes en el país que han moldeado una serie de actividades y actitudes que en teoría no deberían de ser afectadas. Los grupos entrevistados, muchos de ellos jóvenes pertenecientes a este ola de cambio, siguen pensando que estos roles marcan muy fuerte la construcción de la sociedad peruana. Estos roles parten del espacio privado, en donde la separación de tareas es clara según “maternidad” y “proveedor” y luego pasan a ser reproducidos en el espacio público y político, en donde se torna más complicado.

El fin de esta tesis fue averiguar el juego de estos roles en el espacio público, específicamente el laboral. Investigaciones que se pueden apreciar en el marco teórico junto con la encuesta sobre la percepción de las carreras al grupo de estudio, demostraron que la tendencia de profesiones con características evocadas al cuidado, asistencia, y relación con los demás eran mayoritariamente estudiadas por mujeres, mientras que profesiones asociadas con liderazgo, status y poder eran estudiadas mayoritariamente por varones. A esto se suma la composición de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación, en donde pudo verse una clara mayoría de mujeres sobre varones (604 mujeres inscritas en el 2013-1 vs. 376 varones inscritos en el 2013-1). Igualmente específicamente en la composición de cada especialidad, la incidencia de mujeres es mayor que la de varones, en algunos casos siendo más del doble, como la especialidad de Comunicación para el Desarrollo (144 mujeres inscritas en el 2013-1 vs. 52 varones inscritos en el 2013-1). Si a esto adicionalmente se incluye

que la inclinación a las comunicaciones y compromiso social fueron las características principales para la elección de la carrera y ambas características según los autores en el marco teórico, son desarrolladas en el núcleo familiar en donde la sensibilidad hacia el otro, expresión y comunicación se incentivan más en las mujeres.

Es cierto que no es determinante, como dirían varios en el trabajo de campo, que la nurtura del individuo sea crucial para decidir sobre una profesión, pero sí es válido afirmar, contrastándolo con la infancia de los entrevistados, que aún criamos a las niñas para ser más sensibles y dispuesta al otro y en definitiva, afecta decisiones cotidianas y puede afectar una decisión profesional. No es anormal que un individuo elija una profesión por talentos que consideran propios. Todos los alumnos/as y ex alumnos/as se consideraban personas sensibles a la realidad, consideraban la habilidad de la comunicación para solucionar problemas y sentían un compromiso social. Si bien en la hipótesis se afirma y cumple que la comunicación genera una imagen femenina de la carrera que motiva a un género sobre el otro a elegirla, y en definitiva afecta a la carrera ya que también otros la consideran femenina (afectando la percepción de contratistas, jefes de decisión, imagen pública) quedaría como futura inquietud con soporte multidisciplinario en el área educativa y psicológica, analizar qué tanto el efecto de la crianza de estos alumnos/as y ex alumnos/as los llevó a un camino profesional.

Cabe resaltar que aunque los varones entrevistados consideraban que la carrera era socialmente percibida como femenina y en consecuencia podía ser más atractiva para ese género, eso no los desanimó a seguirla, porque sentían que apelaba a talentos que ya tenían y/o querían desarrollar a profundidad. Igualmente, contaban con el apoyo de sus familiares, aun cuando estos tenían sus dudas del éxito económico que podría traer la carrera (este caso fue diametralmente más fuerte para los varones que para las mujeres). Sin embargo, resaltaron que casos como el suyo eran limitados y la imagen del “proveedor” continuaba siendo un estigma para la gran mayoría de los hombres en el Perú.

Podemos ver que el mismo caso le pasa a otras profesiones, y es un tema recurrente al parecer. Claros ejemplos fueron: educación inicial e ingeniería civil. La asociación “femenina” a la educación inicial sucedió debido a que perseguía lo patrones del rol de “madre”: cuidado, relación con otros, compromiso con los niños, sensibilidad. Por otro lado, la asociación “masculina” a la ingeniería civil respondía a las características del rol del “proveedor”: status, poder económico, reconocimiento.

Según cuentan los varones entrevistados, aunque las cosas estén cambiando si existe, tal vez no su entorno, pero definitivamente en otros, presión por mantener a sus familias y solventar los gastos del hogar. Carreras con una imagen que proyecte status y poder son un atractivo muy grande.

El status ha sido tal vez un tema que no fue considerado al principio de la investigación, pero que fue determinante para muchos entrevistados. ¿Cómo se vende la imagen del éxito? ¿Quiénes son los CEO's en el Perú? Para ambas preguntas la respuesta es: el hombre. Carreras que sintonizan en el imaginario con estas preguntas: abogados, ingenieros, economistas, doctores. Estas cuatro profesiones, consideradas por la mayoría, como carreras socialmente catalogadas como "masculinas".

Ahora bien, Comunicación para el Desarrollo, según su malla curricular y la opinión del 100% de los entrevistados, no tendría por qué ser catalogada de esta manera. El problema es la imagen que proyecta y el discurso que comparte, es decir, parece ser que es un problema comunicativo. El tema estratégico de la carrera es un pilar esencial de la formación de futuros comunicadores para el desarrollo que debería de ser explotado aún más. Igualmente, es necesario definir la carrera de manera más clara y tratar de sintonizarla con las demandas actuales del mercado. Es una carrera bastante joven que aun lucha con temas de definición como lo hicieron otras en el pasado, sin embargo, este es el momento para reordenar las ideas sobre la carrera y adaptarlas a un discurso uniforme.

Ciertamente, según el Informe de la Bolsa de Trabajo, nos espera un gran futuro y el presente es bastante prometedor. La demanda por profesionales de esta especialidad, crece cada día, y cada profesional está brindando su propia definición de lo que podemos hacer. El temor a "no tener éxito" que puede ser un factor determinante como ya se ha visto en la decisión de profesión de un varón, puede cambiar, primero definiendo una nueva manera de éxito en donde el campo de desarrollo social sea atractivo y segundo con una clara dirección de hacia dónde va la carrera. Esta última apela a, por ejemplo, por qué los varones sí apuntan hacia la sociología, una carrera bastante similar a la comunicación para el desarrollo.

No es determinante que un conjunto de características de una profesión pueda generar más atractivo en un género por sobre el otro. Como dijeron algunos en la entrevista "es así porque es así". Hay factores que serían interesantes ser estudiados, como la relación entre el status y la legitimidad para la construcción de una imagen sólida de una profesión. Sin embargo, lo que sucede actualmente con la Comunicación

para el Desarrollo es bastante claro y las voces de los involucrados en la investigación delatan que se trata de un tema de imagen con percepciones sociales, presiones sociales y educación, mezclado con inclinaciones personales. Esas percepciones, en este caso “femeninas”, quieran o no generan una imagen, y esa imagen en consecuencia, quiera o no, puede ser causante de decisiones determinantes sobre la especialidad. Será que nacemos inclinados a determinados campos profesionales? O es la sociedad la que nos motiva y desmotiva a seguir nuestros caminos profesionales? El eterno debate sobre natura vs. nurtura<sup>18</sup> fue la motivación principal por la que decidí iniciar esta investigación.

Finalmente, la hipótesis se comprueba a nivel comunicativo: efectivamente estas características mencionadas en la hipótesis son asociadas socialmente a lo femenino y en consecuencia asocian la imagen de la carrera hacia ese género en particular y pueden crear una tendencia en la incidencia de mujeres sobre varones en la especialidad. Es necesario resaltar el nivel comunicativo de la investigación y como con esta ciencia se pueden encontrar hallazgos relevantes para la sociedad. Si bien es una disciplina joven en carácter de investigación, es necesario motivarlo y profundizarlo más para crear un pilar sólido científico de nuestra profesión. La tesis ha demostrado también la importancia de abordar este tema de forma multidisciplinaria, ya que escapa de las líneas comunicativas y entra en psicológicas y pedagógicas, especialmente cuando se profundiza en la socialización familiar y la forma como gracias a ésta vemos el mundo.

Un tema tan humano que vivimos tan cotidianamente nos hace pensar en qué más está siendo afectado por la división de género. Yo siendo comunicadora, ¿es porque en mi infancia me inculcaron esa deseada sensibilidad para mi profesión? ¿Sucedió lo mismo con mis compañeras de clase en la universidad? ¿Por qué mi hermano y mis primos están todos involucrados en ciencias? ¿Sucederán con otros hermanos/primos/tíos/padres? ¿Si me hubiesen criado distinto, terminaría como comunicadora? Jamás tendré la respuesta a esa pregunta, sin embargo, esta investigación busca dar luz a ese debate: ¿Cómo estamos comunicando? ¿Cómo nos están percibiendo? ¿Cómo estamos criando a la futura generación? Realmente la comunicación es una herramienta tan intrínseca del ser humano, que creo en ella –no

---

<sup>18</sup> El debate inicia frente al planteamiento originario de la comunicación: si bien es una ventaja evolutiva (es decir biológica-natura-) se ha amoldado para acomodarse a nuestras necesidades como grupo social (nurtura).



únicamente- se halla la respuesta hacia una sociedad más equitativa con sus mujeres y hombres.

En definitiva, la Comunicación para el Desarrollo es una profesión joven, abriendo su espacio en el mundo laboral. No analizarla en esta etapa de construcción sería un retroceso. Otras inquietudes nacen y nacerán sobre la profesión y es necesario estudiarlas para generar sustento y aprendizajes que servirán para las futuras generaciones de profesionales.



## BIBLIOGRAFÍA

ACUNZO, Mario

2003 *Comunicación para el cambio social*. Oficina Regional FAO para América latina y el Caribe.

ALFARO, Rosa María

2006 *Otra Brújula. Innovaciones en Comunicación y Desarrollo*. Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Lima: Perú

ARCE, ML

1995 *El proceso de socialización y los roles en la familia*. En: Teoría y metodología para la intervención en familias. San José: Universidad Nacional de Costa Rica.

ARNEIL, Barbara

1999 *Politics and Feminism*. Wiley-Blackwell. 1era edición.

BOSSON, Jennifer & Joseph A. Vandello

2013 "Manhood, Womanhood, and the Importance of Context: A Reply to Commentaries". En *Psychology of Men & Masculinity*. American Psychological Association, Vol. 14, No. 2.

BOLSA DE TRABAJO DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

2013 *Informe: perfil profesional de los y las egresadas de la Especialidad de Comunicación para el Desarrollo y su inserción en el mercado laboral*. Lima

CORREL, Shelley

2004 "Constraints into Preferences: Gender, Status, and Emerging Career Aspirations". *American Sociological Review*, Vol. 69.

DODSON, Thomas & L. DiAnne BORDERS

2006 "Men in Traditional and Nontraditional Careers: Gender Role Attitudes, Gender Role Conflict, and Job Satisfaction". *National Career Development Association*, Vol. 54

FIGUEROA, Elena & Lawrence KINCAID

2002 *Communication for Social Change: An Integrated Model for Measuring the*

*Process and Its Outcomes*. Nueva York: The Rockefeller Foundation and Johns Hopkins University Center for Communication Programs

HOVLAND, Carl & Arthur LUMSDAINE & Fred SHEFFIELD  
1949 *Experiments on mass communication*. Princeton University Press: New Jersey.

LOZANO, José Carlos  
2007 *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Pearson Educación: México, D.F

MACKENZIE GUTIÉRREZ, Verónica  
2014 *Inicios y desarrollo de la carrera de comunicación para el desarrollo*. Entrevista del 6 de marzo a Hugo Aguirre.

MACKENZIE GUTIÉRREZ, Verónica  
2014 *Inicios y desarrollo de la carrera de comunicación para el desarrollo*. Entrevista del 11 de febrero a Jorge Acevedo.

MAGNUSSON, Eva  
2011 "Women, men, and all the other categories: Psychologies for theorizing human diversity". *Nordic Psychology*, Vol. 63

MONTECINO, Sonia  
2002 "Nuevas feminidades y masculinidades: Una mirada de género al mundo Evangélico de la pintana". *Estudios Públicos*, Vol 87. Chile.

MARCHAND, Marianne & Anne SISSON  
2000 "Gender and Global Restructuring: Sightings, Sites and Resistances". Routledge, Londres.

MORGADE, Graciela  
2001 *Aprender a ser mujer, aprender a ser varón: relaciones de género y educación esbozo de un programa de acción*. Buenos Aires: Novedades Educativas.

OTERO, Edison  
1999 *Teorías de la Comunicación*. Santiago: Universitaria.

PLAZA Juan & Carmen DELGADO

2007 "Género y comunicación". Editorial fundamentos, España.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA

2015 *Diccionario de la Real Academia Española*. Madrid. Consulta: 28 abril 2016

<<http://dle.rae.es/?id=A41ilou>>

ROCA, Josep

s/f "Percepción: usos y teorías". Dialnet N. 25, pgs. 9-14

ROTBURG, Heidi & Duane Brown & William Ware

1987 "Career Self-Efficacy Expectations and Perceived Range of Career Options in Community College Students". *Journal of Counseling Psychology* Vol. 34, No. 2. 164-170

SANCHEZ, María Trinidad

2008 "¿Es la inteligencia emocional una cuestión de género? Socialización de las competencias emocionales en hombres y mujeres y sus implicaciones". *Revista Electrónica de Investigación Psicoeducativa*. España, N 15, Vol. 6.

SERVAES, Jean

2010 "Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos". En *Temas y Problemas de Comunicación*. Argentina, vol. 10.

SIEBEL, Jennifer & Kimberlee Acquaro

2011 *Miss Representation*. Estados Unidos: Girls Club Entertainment.

STANGOR, Charles

2000 *Stereotypes and Prejudice: essential readings*. Psychology Press

TOKAR, David & LaRae JOME

1998 "Masculinity, Vocational Interests, and Career Choice Traditionality: Evidence for a Fully Mediated Model". *Journal of Counseling Psychology*

1998, Vol. 45, No. 4, 424-435

UNICEF

s/f "Las cuestiones de género y familia" En: *El niño y la niña en la familia*. Fondo de las

Naciones Unidas para la Infancia.

url: [http://www.unicef.org/spanish/child\\_family/22352\\_24039.html](http://www.unicef.org/spanish/child_family/22352_24039.html)

ZANARDI, Claudia

1990 "Essential Papers on the Psychology of Women". New York University Press, Nueva York, USA.

ZAVALA, Verónica

2012 "¿En qué oficio la pondría?: algunas ideas para alcanzar mayor justicia en el empleo femenino" En *Brújula*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Año 13, no. 25



ANEXOS

ANEXO 1: GRÁFICOS DE ENCUESTAS A ESTUDIANTES MASCULINOS

Gráfico A (M): ¿Hace cuánto estudias la especialidad?



Gráfico B (M): ¿Por qué elegiste estudiar esta carrera? (opción múltiple)

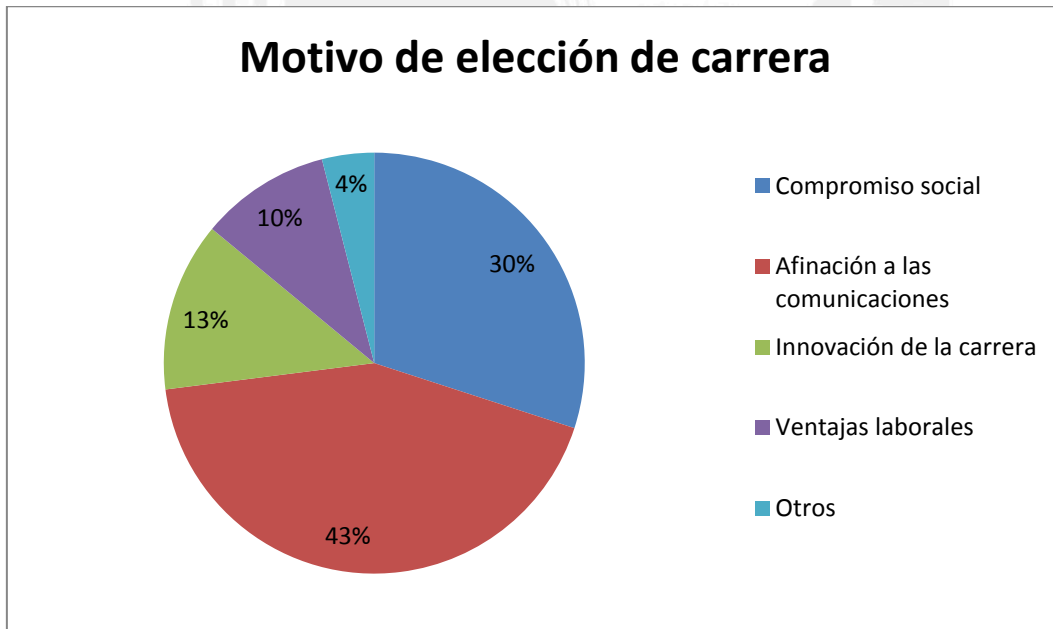


Gráfico C (M): ¿Qué características asocias con la carrera? (opción múltiple)

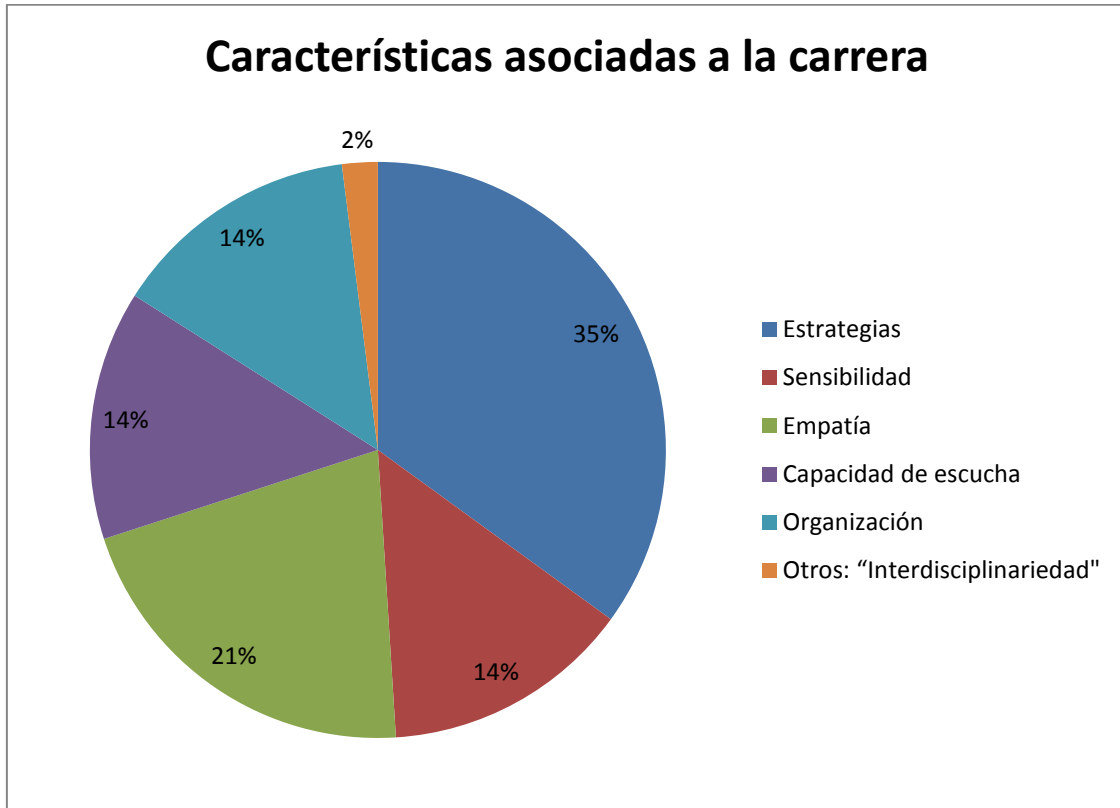


Gráfico D (M): ¿Qué palabras sientes que la sociedad acuña a lo femenino? (opción múltiple)

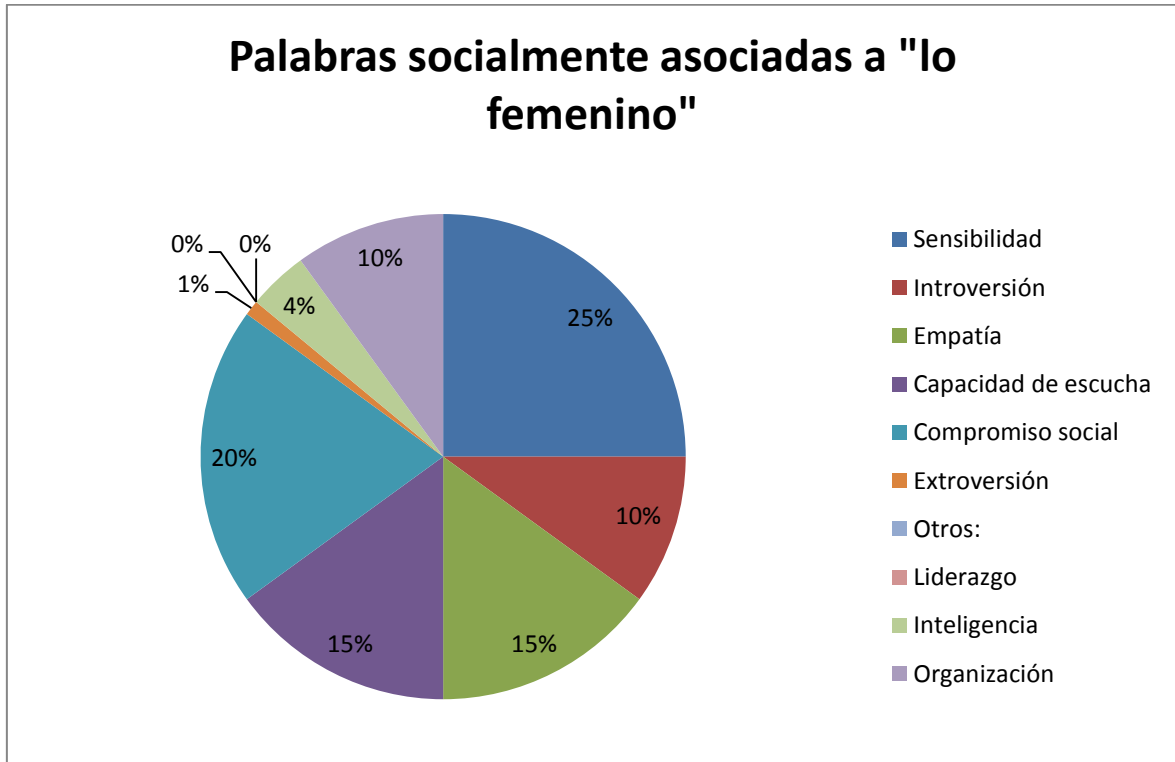




Gráfico E (M): ¿Qué palabras sientes que la sociedad acuña a lo masculino? (opción múltiple)

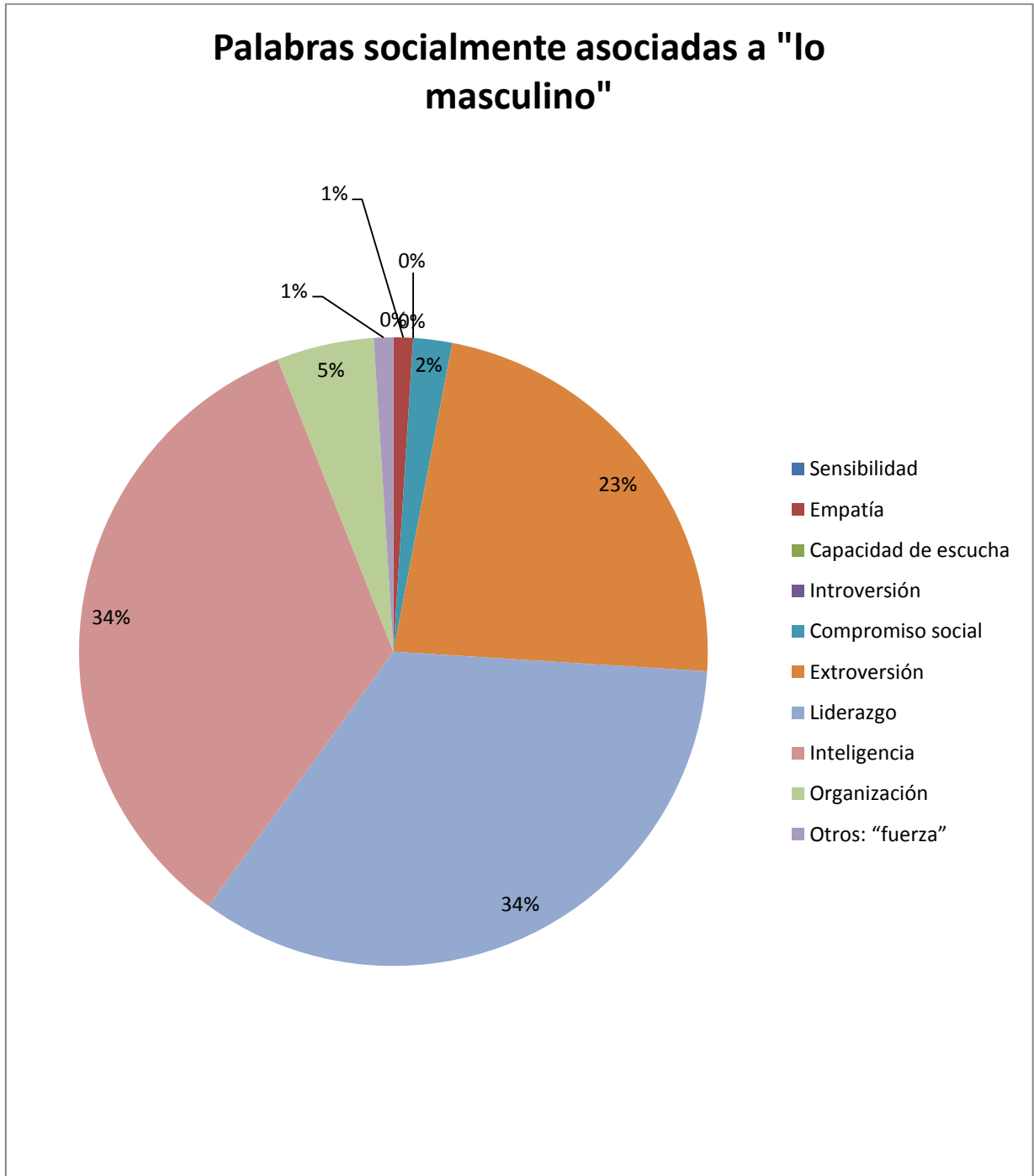
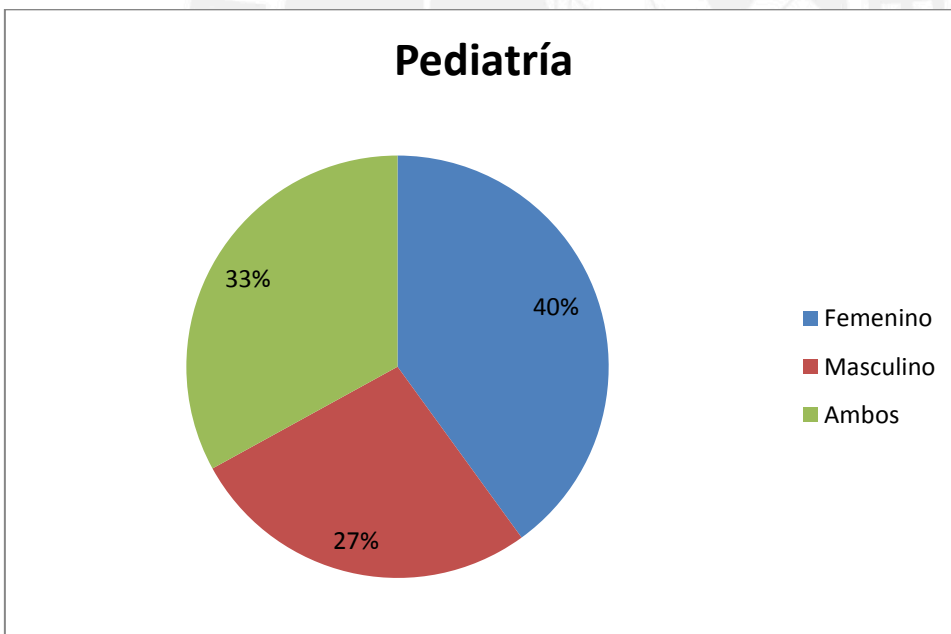
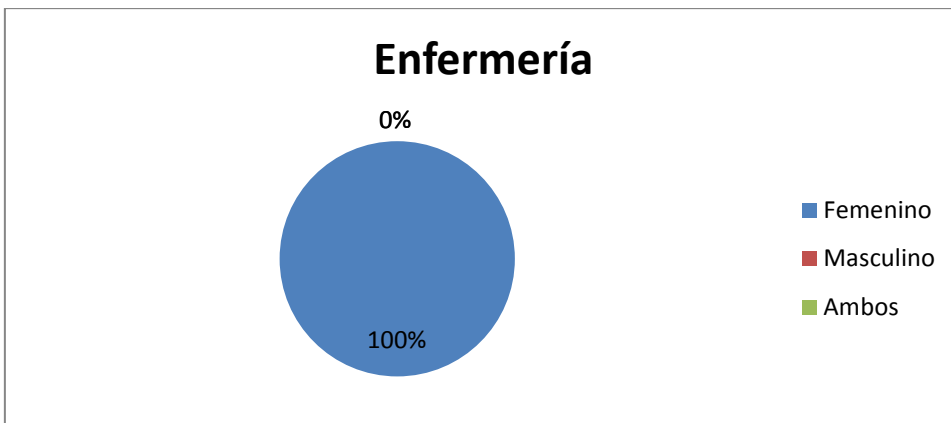
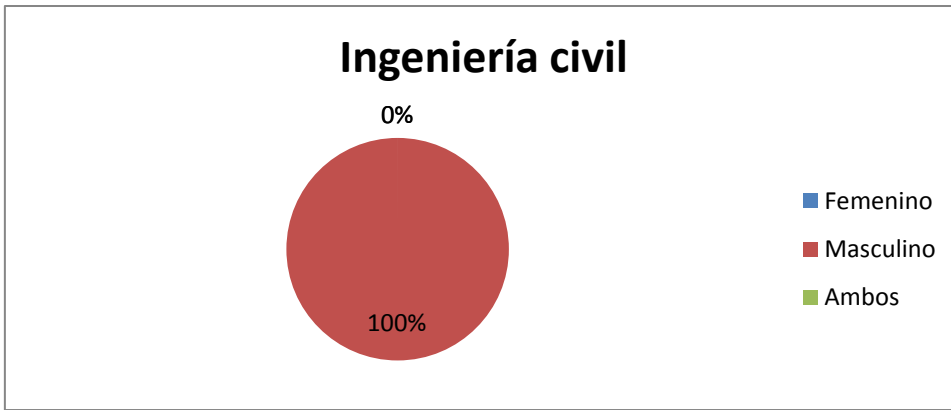
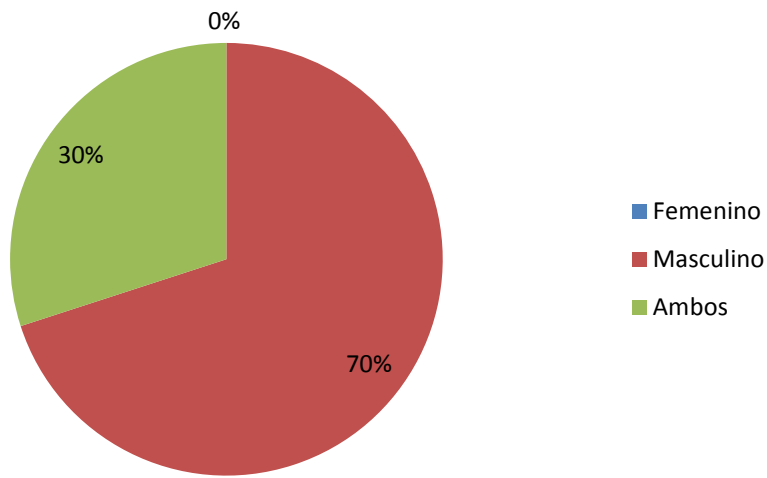


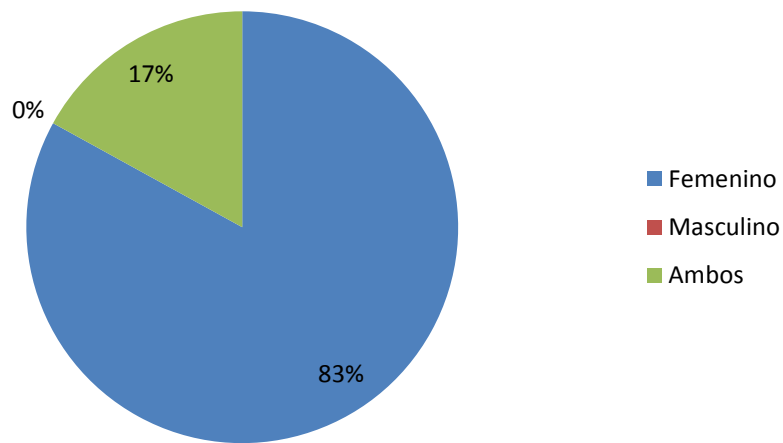
Gráfico F (M): Asociación de carreras con "femenino" "masculino" "ambos" - Listado de carreras (un gráfico por carrera).

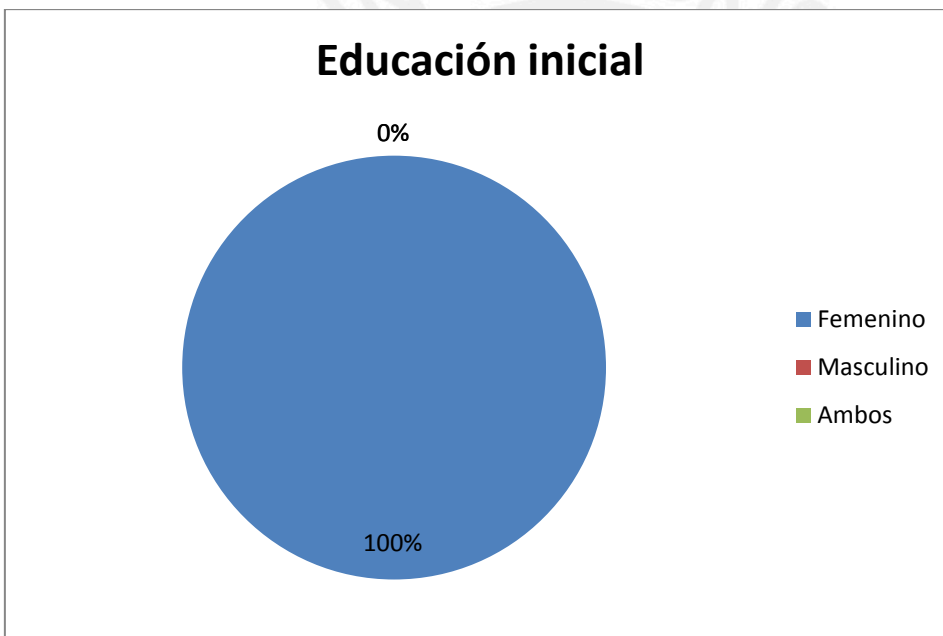
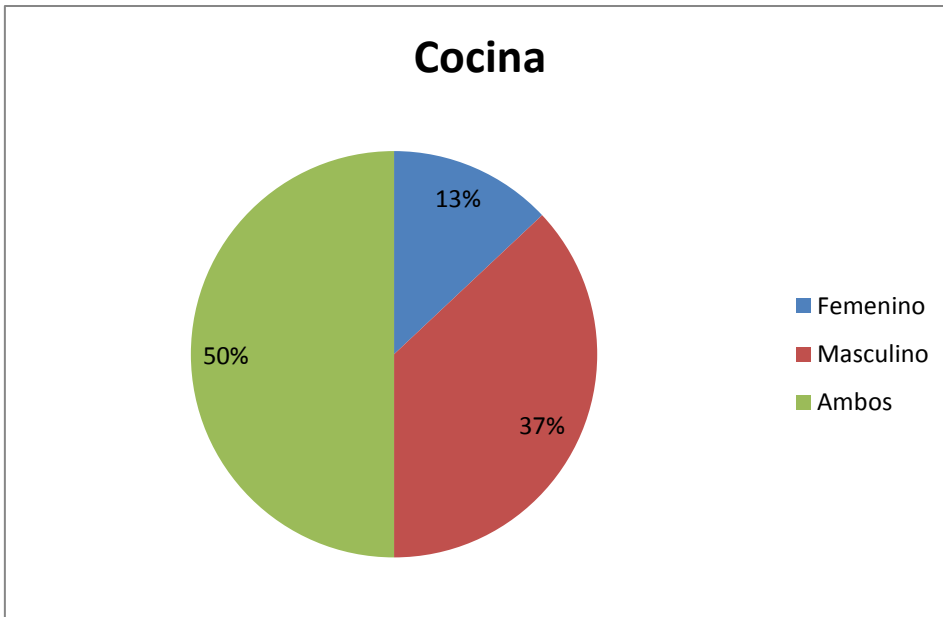


### Medicina Quirúrgica

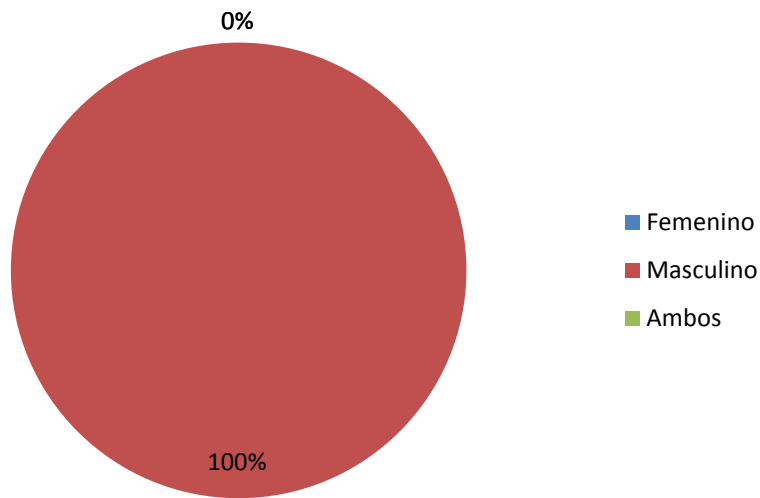


### Psicología

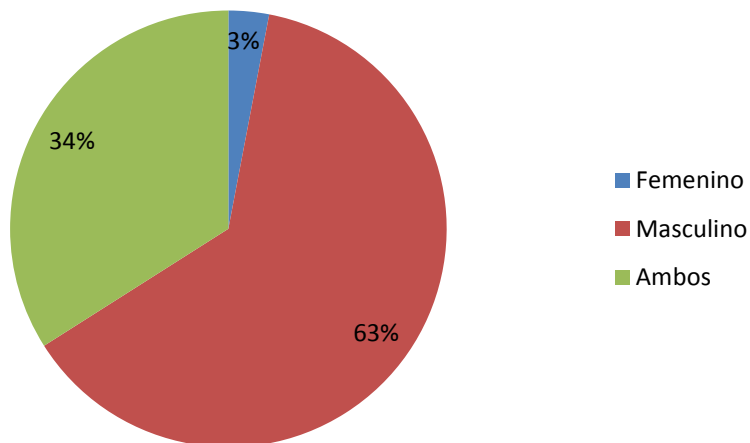




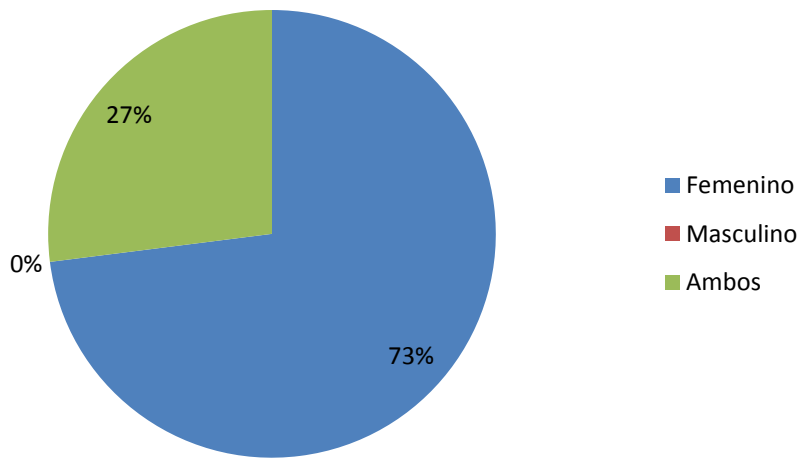
### Ingeniería de sistemas



### Comunicación audiovisual



## Comunicación para el desarrollo



**ANEXO 2: GRÁFICOS DE ENCUESTAS A ESTUDIANTES FEMENINAS**

Gráfico A: ¿Hace cuánto estudias la especialidad?



Gráfico B: ¿Por qué elegiste estudiar esta carrera? (opción múltiple)

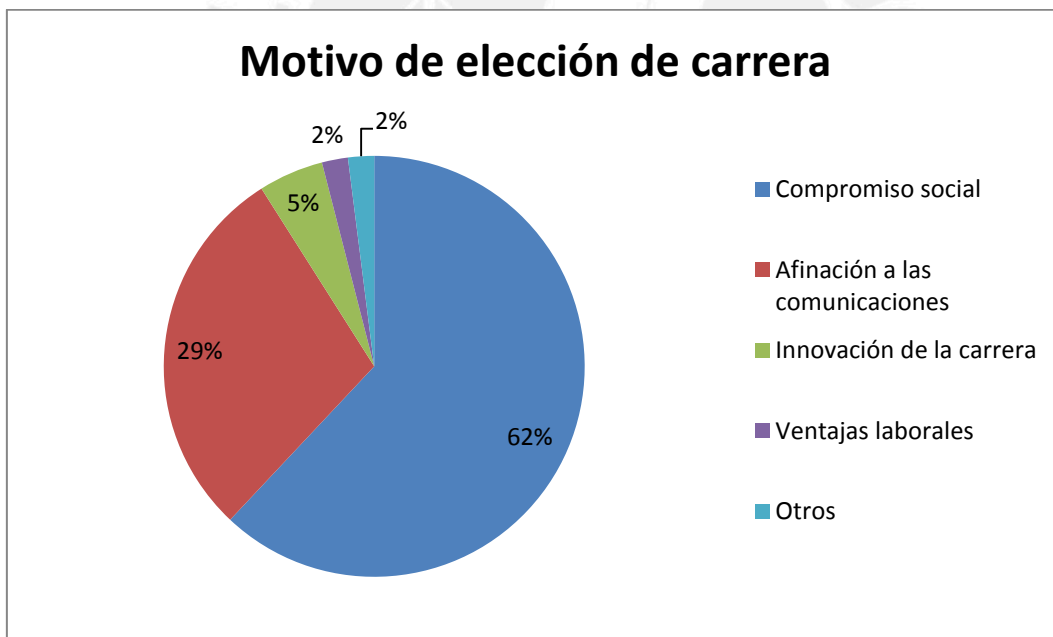


Gráfico C: ¿Qué características asocias con la carrera? (opción múltiple)

### Características asociadas a la carrera

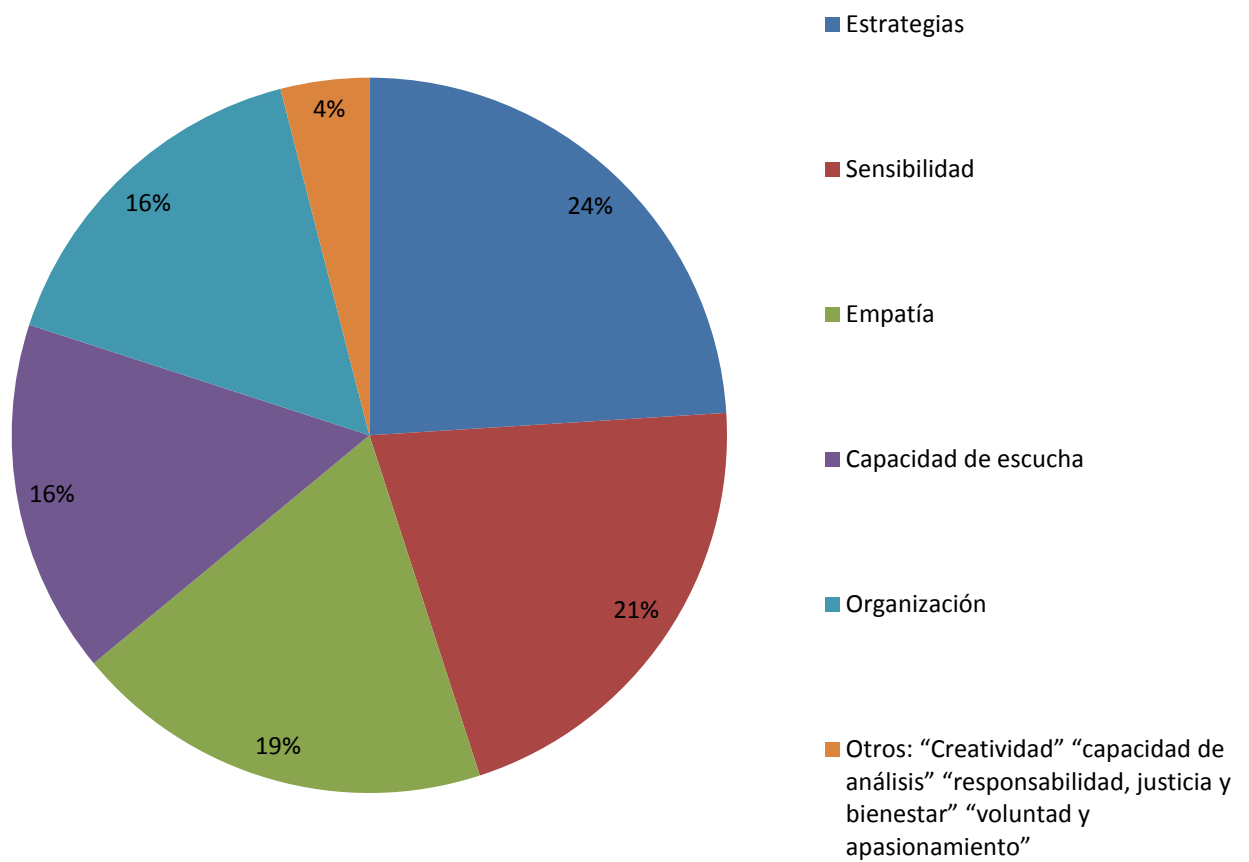


Gráfico D: ¿Qué palabras sientes que la sociedad acuña a lo femenino? (opción múltiple)



### Palabras socialmente asociadas a "lo femenino"

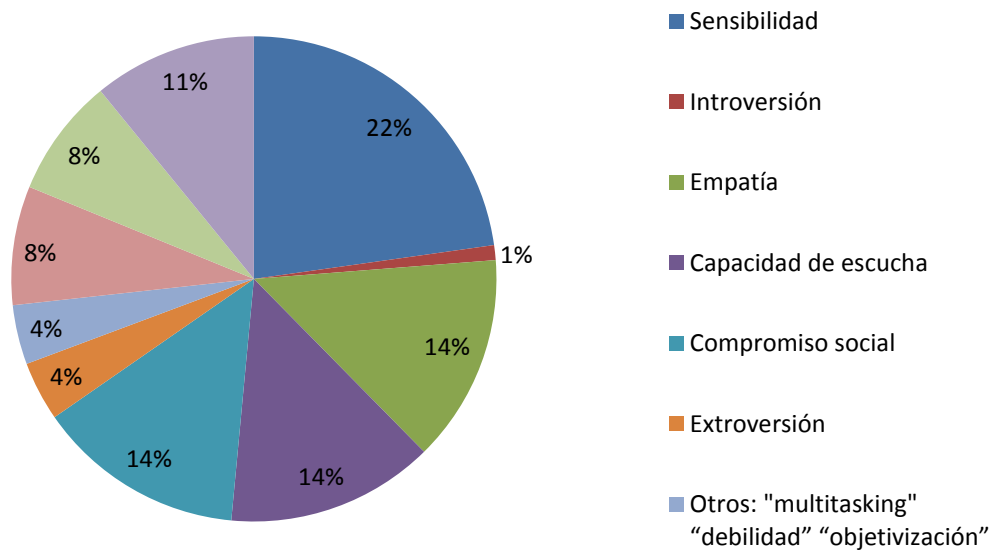


Gráfico E: ¿Qué palabras sientes que la sociedad acuña a lo masculino? (opción múltiple)

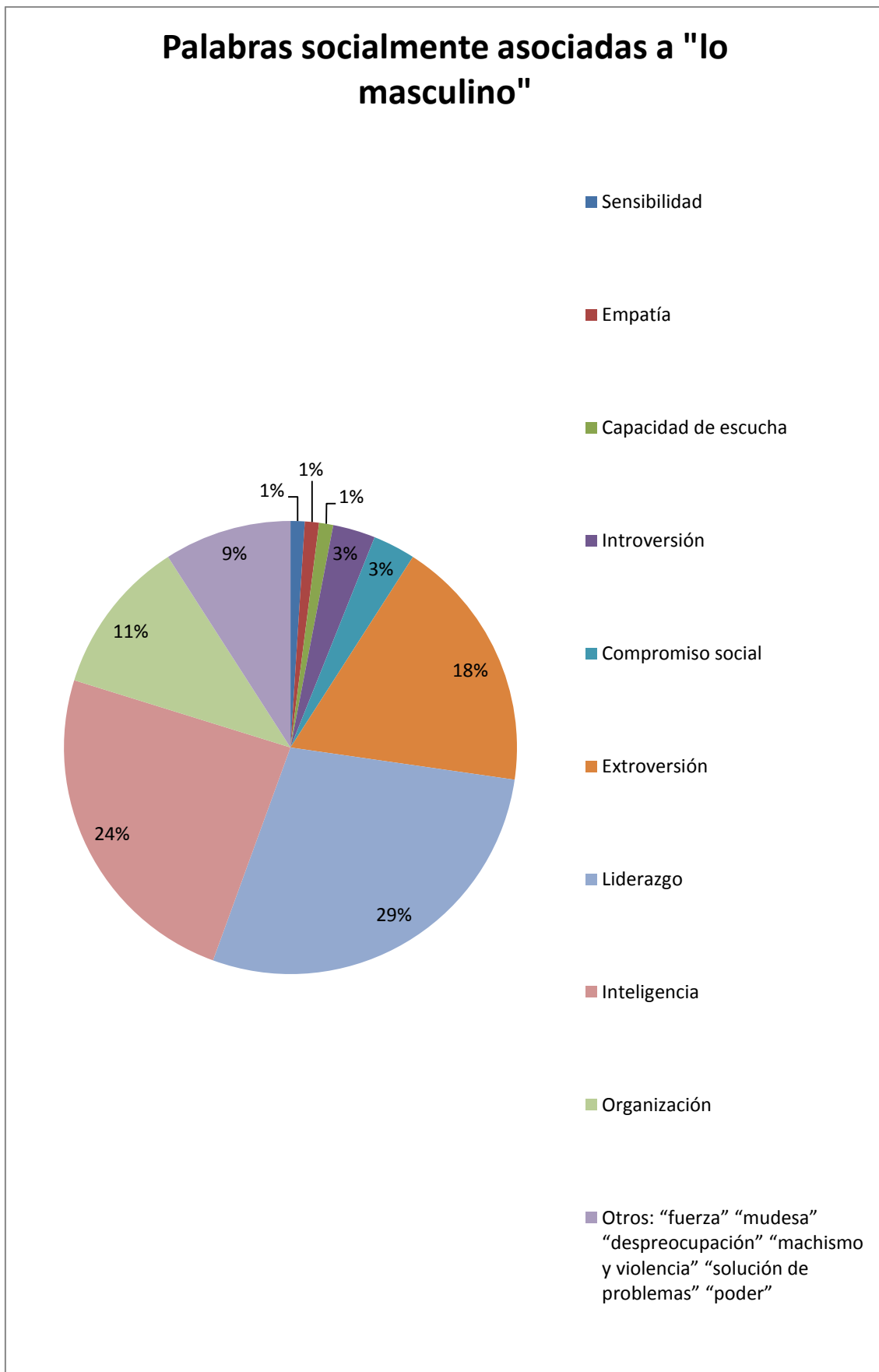
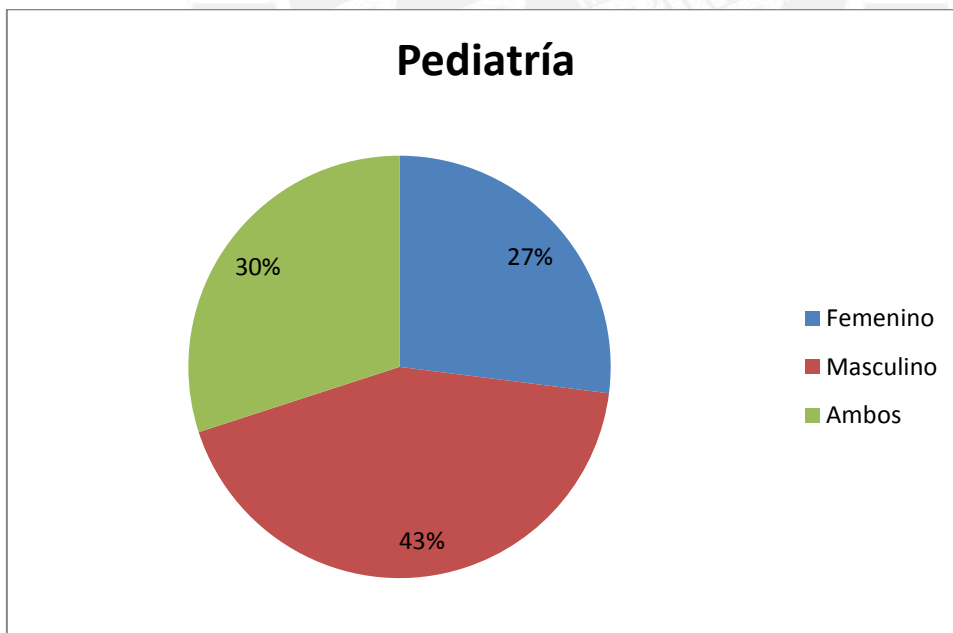
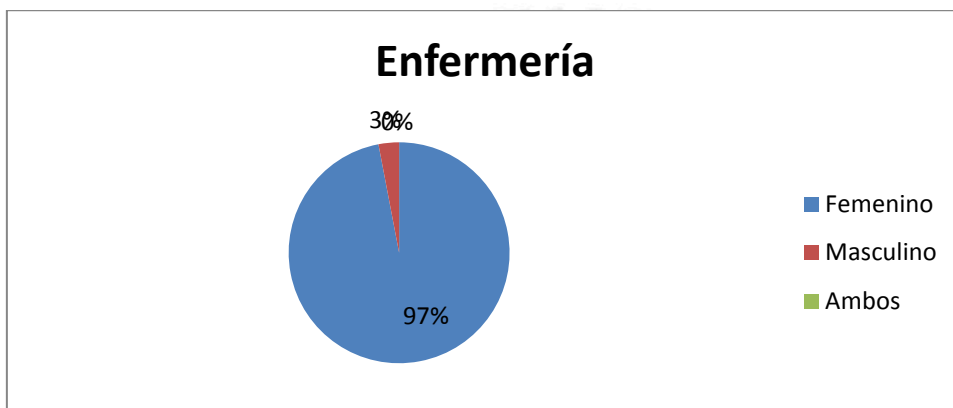
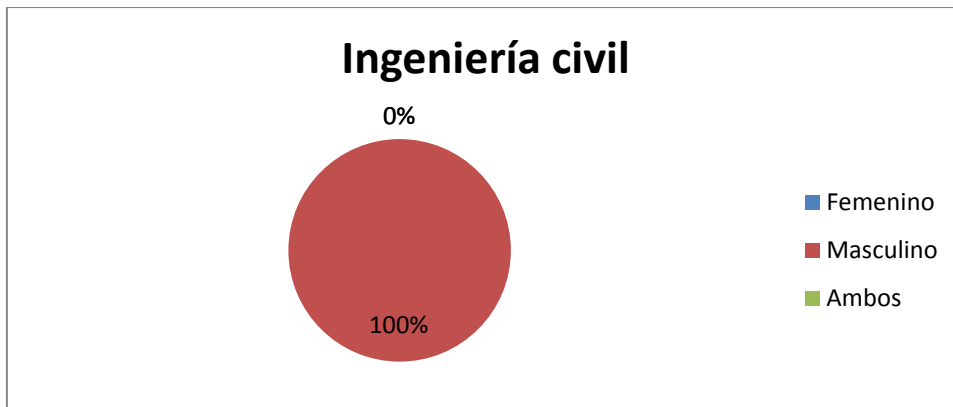
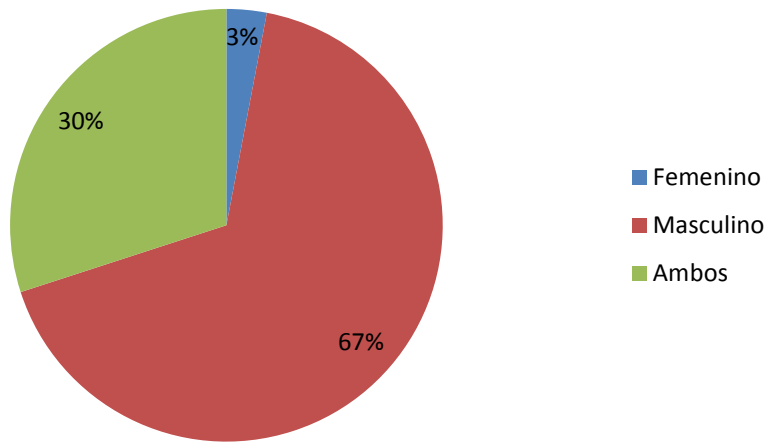


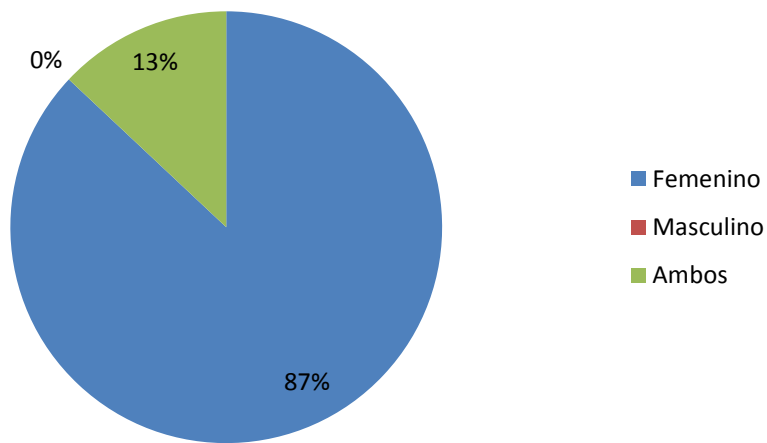
Gráfico F: Asociación de carreras con “femenino” “masculino” “ambos” - Listado de carreras (un gráfico por carrera).

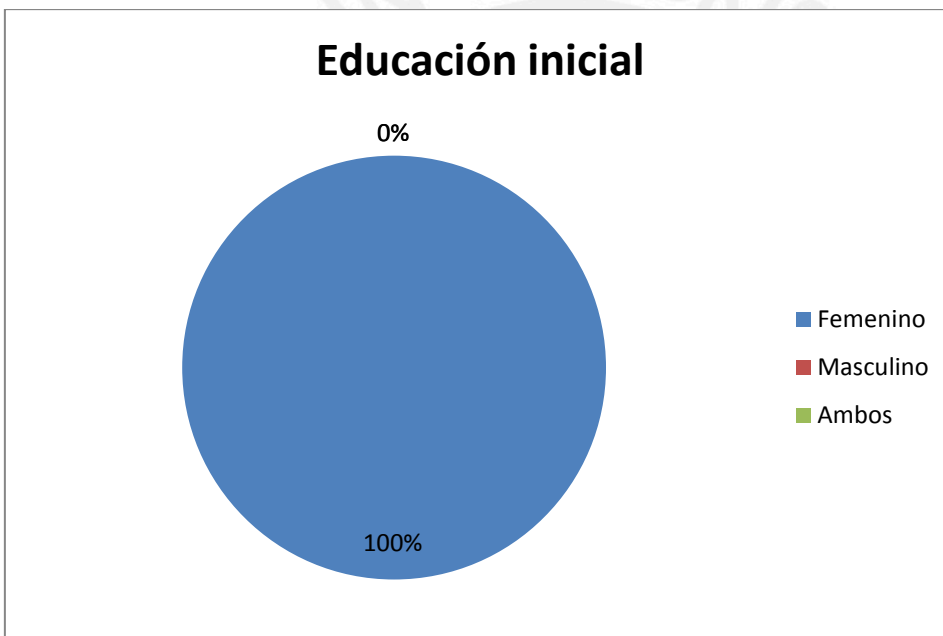
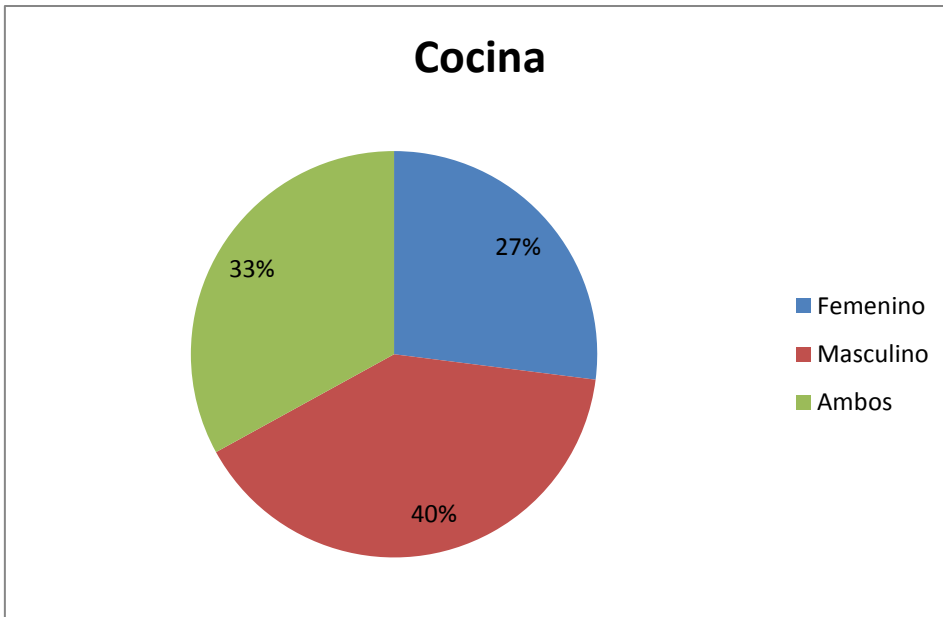


### Medicina Quirúrgica

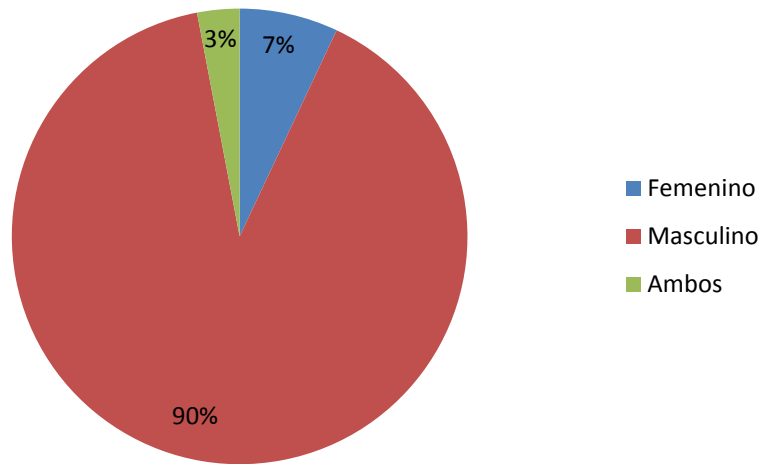


### Psicología

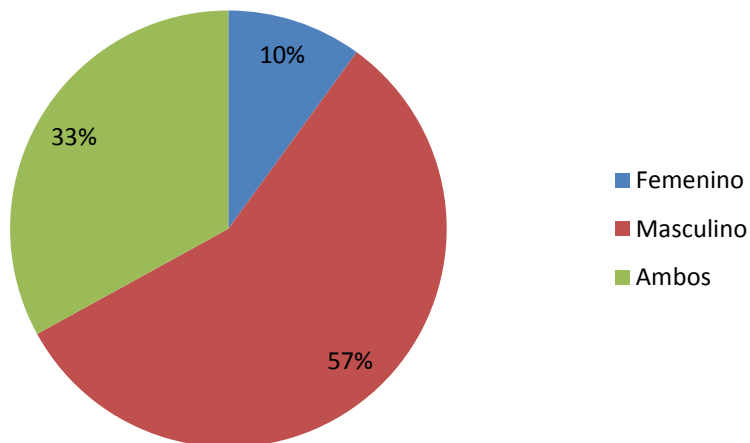




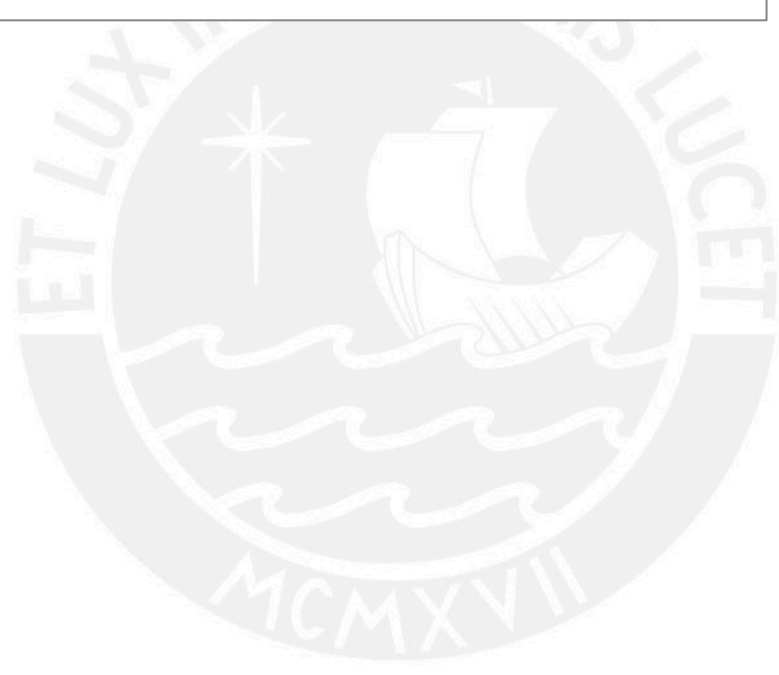
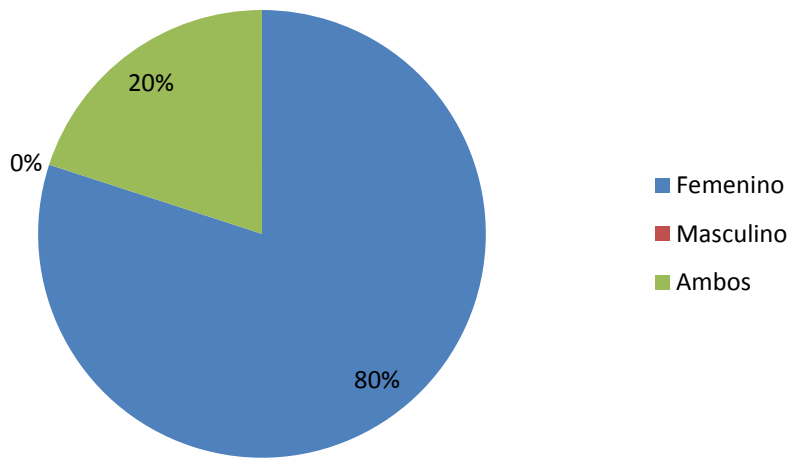
### Ingeniería de sistemas



### Comunicación audiovisual



### Comunicación para el desarrollo







## Tema 1: Apreciación de la carrera y motivaciones para estudiarla.

| Nombre/Edad/Sexo   | ¿Por qué decidiste estudiar esta carrera? ¿Siempre fue así? ¿Qué te motivó a estudiarla?   | ¿Qué piensan tu familia y amigos sobre tu carrera?  | ¿Cómo definirías la Comunicación para el Desarrollo?   | Apreciación de lectura de perfil del comunicador para el desarrollo | ¿Por qué es importante tener comunicadores para el desarrollo en la sociedad?   | ¿Qué quieres lograr con tu carrera? ¿De qué manera?  |
|--------------------|--|---|--|---|---|--|
| Marita/20/Femenino | Porque tengo familia, bastantes profesores (docentes) que están muy arraigados al Ministerio de educación. Veía que la carrera está vinculada en el ámbito de generar proyectos en diferentes ámbitos de la sociedad. Más que nada, me interesa la educación, poder ser el nexo entre la comunidad y los organismos que están a cargo de la difusión de educación. Desde el inicio sí quería Comunicación para el Desarrollo | Por el lado de mis amigos, no conocen mucho de la carrera. Les parece una carrera demasiado nueva. Por parte de mi familia, tienen esta concepción de que la carrera está muy ligada a diferentes ámbitos de educación, salud, donde se pueden hacer proyectos y realizar un trabajo interdisciplinario. No solamente un trabajo de comunicaciones. | Un facilitador o intermediación entre los diferentes actores para poder llegar a un acuerdo. | Sí esta bien.   | Para mi es importante porque creo que es una oportunidad para abrir campos o medios de concertación donde se pueda cuestionar diferentes opiniones, ideas que no solamente predominen un discurso del poder sino que esos discursos puedan involucrar a las personas que, de alguna forma, están limitadas o tienen acceso a información sesgada. | Lo que yo quiero es desempeñarme en consultorías y si es posible trabajar en el ámbito de la educación ya que me gusta. También, organismos no gubernamentales pero referidos a educación. |

| <b>Tema 2: Género, comunicación y construcción del mensaje</b> |  |   |
|--|--|---|
|  | ¿Qué se siente ser un hombre/mujer en esta sociedad? ¿Cuáles son los retos/beneficios/dificultades/enseñanzas que enfrentas día a día?   | ¿Crees que hay destrezas que la sociedad adjudica sólo a hombres y sólo a mujeres? A partir de tu experiencia personal y lo que ves día a día en los medios, calle, aula, ¿me podrías decir cuáles son?   |
|  | Lo que sucede es que yo no nací en Lima sino en Piura. Yo veo diferencias entre ambos contextos por el simple hecho de que en Piura es una sociedad más tradicional y conservadora. En Lima siento, por mis contactos cercanos, que de alguna forma hay más posibilidad de intervención en el ámbito político o educación. Hay incidencia de la mujer en diferentes espacios públicos. De alguna forma, más cerca a una carrera porque siento que, por ejemplo, en el ámbito de las comunicaciones son las mujeres quienes tienen más presencia. | De alguna forma hace unos pocos años la publicidad con respecto a la venta de cerveza usaba la mujer como cosificación. La cosificaba como un objeto. Sin embargo, ahora no es que se haya desarraigado totalmente sino que el discurso ya no es tan directo y tan poco definido hacia ese lado, se ha cambiado un discurso que de alguna forma no cosifica tanto a la mujer. Lo que sucede con los comerciales de limpieza es que de alguna forma en sí, el efecto que tienen las publicidades de productos de limpieza es dirigida por nuestro público entonces no sé si el fin ahora lo tendríamos que ver como verdaderamente machista ya que cumple con su fin porque hay mujeres que se dedican a la casa y al cuidado del hogar. Entonces, no sé si se estaría creando que de alguna forma se cumplen los roles. Por ejemplo, si te dicen que para una carrera de ingeniería necesariamente hay más población de varones que para una carrera de comunicaciones porque te hablan de que un hombre es mejor para matemáticas que una mujer para comunicaciones. Las humanidades se ven un poco más arraigadas al ámbito de la mujer. Creo que en los temas de la crianza, es un tema que se ha naturalizado pero en mi caso es relativo. De hecho es común que en una conversación cotidiana salga estas justificaciones. He tenido una educación en la que tengo más relación con mi mamá que con mi papá. Veo en mi papá una persona de autoridad, hermetica. Nuestra expresión de sentimientos frente a él no es tan natural como con mi mamá. Mi papá no tiene estereotipos con respecto a las carreras pero sí a cómo se comporta. De alguna forma nunca lo he visto llorar delante de nosotros, mantiene la calma, la compostura. Él estudió literatura. De alguna forma, sentimos una especie de barrera que no nos deja expresarnos libremente. Mi hermano no siente la presión de que con su carrera tiene que proveer a una familia. Pienso que en mi futuro voy a estar trabajando y compartiendo con ellos teniendo una familia propia. |
| <b>Tema 3: Género, mensaje y carrera</b>                       |  |   |

|  |   |   |   |   |  |   |
|--|---|---|---|---|--|---|
|  | <p>¿Qué se siente ser un hombre/mujer y estudiar comunicación para el desarrollo? ¿Cuál es la opinión de tus amigos/familia?</p>  | <p>¿Por qué sientes que existan más mujeres que hombres en la carrera?</p>  | <p>¿Sientes que afecta la carrera?¿por qué sí/no?</p>   | <p>Listado de carreras (f/m)</p>  | <p>Luego de haberme respondido la pregunta anterior, ¿Crees que existan carreras femeninas y carreras masculinas? ¿Dónde ubicarías a la comunicación para el desarrollo? ¿Por qué?</p>   | <p>Relectura del perfil. Apreciación. ¿afecta incidencia de mujeres o no?</p> |
|  | <p>La carrera te permite tener autonomía de alguna forma y ser ente o transmisor de ideas entre uno y otro bando te permite a ti tener una especie de control sobre lo que tú puedas desenvolver en la carrera.</p> | <p>Sí siento que hay más mujeres que hombres. Siento que las mujeres son más espontáneas, tienen más empatía. La sensibilidad sí es crucial porque es parte de vincularse con el desarrollo de tu país, el hecho de que escuches y sientas empatía por la realidad de tu país en diferentes ámbitos y también por los miembros está más favorecido. Al parecer sí las mujeres tienen más compromiso social. En los barrios, por el mismo hecho de que las mujeres están pendientes de sus familias, están pendientes de la vida</p> | <p>Debe ser que estoy todavía en los primeros ciclos y sí siento que de alguna forma, en la promoción que me ha tocado, no hay mucho debate. Me siento cómoda así. Además, es como estudiar en un colegio de mujeres.</p> | <p>Ingeniería civil (masculina). Enfermería (femenina). Educación inicial (femenina). Psicología (femenina). Cocina (femenina). Arquitectura de interiores (femenina). Biología (femenina o masculina).</p> | <p>Definitivamente hay una tendencia de que hay moldes, estereotipos o características que, ya sea como tú, has dicho de educación o crianza se van filtrando hacia esas carreras. Comunicación para el desarrollo (femenina). Pienso que hay familias que consideran que los hijos son los que deberían tener ese potencial para tener carreras con mayor ingresos económicos. Siempre creen que un hombre no se puede desperdiciar para carreras que te generen poco dinero como educación, comunicaciones. Por ejemplo, consideran que el rubro de cocina está dentro del ámbito de la casa y de la propia mujer. Se cree que otras carreras tienden más a tener relevancia a tener</p> | <p>-</p>  |

|  |  |   |  |  |   |  |
|--|--|---|--|--|---|--|
|  |  | dentro de sus barrios y están más involucradas en cosas como el Vaso de leche, o las mismas asociaciones para los víveres que se convocan ahí mismo con respecto a mejoras en los parques o en algún lugar. |  |  | características propias femeninas. Por ejemplo, en educación inicial una mujer va a tener más sensibilidad hacia un niño pequeño porque de alguna forma está apta para ser mamá y poder criarlos. En cambio, se cree que el varón tiene una personalidad más de líder de la casa. |  |
|--|--|---|--|--|---|--|

**Tema 1: Apreciación de la carrera y motivaciones para estudiarla.**

| Nombre/Edad/Sexo | ¿Por qué decidiste estudiar esta carrera? ¿Siempre fue así? ¿Qué te motivó a estudiarla?   | ¿Qué piensan tu familia y amigos sobre tu carrera?   | ¿Cómo definirías la Comunicación para el Desarrollo?  | Apreciación de lectura de perfil del comunicador para el desarrollo   | ¿Por qué es importante tener comunicadores para el desarrollo en la sociedad?  | ¿Qué quieres lograr con tu carrera? ¿De qué manera?   |
|------------------|--|--|---|---|--|---|
| Manuela/25/F     | Fue una decisión un poco impulsiva pero como las comunicaciones me pareció que podiana abrirse hacia un montón de temas y yo no tenía muy claro qué quería hacer. Entonces, me apreció que la Comunicación para el desarrollo me daba la amplityud que quería. Yo entré primero para Ciencias políticas. La diferencia esta en la practicidad de las comunicaciones, las Ciencias políticas era muy teórico. | La familia no la entiende. Más bien, las personas mayores no entienden. Nadie sabe qué es. Todos preguntan y explciarlo tampoco es tan simple, pero a todos les aprepe como una buena cosa. Creo que | La idea es usar las herramientas de la comunicación para generar procesos de cambio, de desarrollo que mejoren la vida de la gente. | Es adecuada pero es un poco amplia. "Propuestas concretas de comunicación" podría ser cualquier cosa. Un video, diseño, proyecto, campaña, etc. | Si bien no se le ha dado nunca esa importancia y ese foco que nosotros tenemos que es desde las comunicaciones sí aporta una cosa que los sociólogos solos no tienen o los psicólogos o politólogos que es | No sé muy bien pero sí haciendo más comunicación interpersonal. Más ver el nivel de organizaciones, no necesariamente empresas. Solamente para organizaciones más chicas o grupos más |

|  |  |   |  |  |  |                       |
|--|--|---|--|--|--|-----------------------|
|  |  | siempre he tenido que explicar y he trabajado no tanto en desarrollo sino en comunicación externa, gestión de crisis e imagen. Ahí todos manejaban la idea de que comunicacioens es prensa. |  |  | pensar las cosas más macro, más como factores de comunicaciones, de información y como poder jugar estratégicamente. | pequeños de personas. |
|--|--|---|--|--|--|-----------------------|

**Tema 2: Género, comunicación y construcción del mensaje**

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | <b>¿Qué se siente ser un hombre/mujer en esta sociedad? ¿Cuáles son los retos/beneficios/dificultades/enseñanzas que enfrentas día a día?</b>  | <b>¿Crees que hay destrezas que la sociedad adjudica sólo a hombres y sólo a mujeres? A partir de tu experiencia personal y lo que ves día a día en los medios, calle, aula, ¿me podrías decir cuáles son?</b>  |
|  | Mayoritariamente creo que vivimos en una sociedad machista pero está cambiando. No sé si la gente esta cambiando su forma de pensar o está habiendo un cambio generacional. Creo que la gente de nuestra generación que ya estamos siendo los adultos de la sociedad, no pensamos tan maniqueístamente. Vivir en una sociedad machista desde que te dejen pasar. No está mal el hecho de que te dejen pasar sino que el señor que viene detrás de ti seguro no lo dejan pasar y a ti sí porque eres mujer. También los peligros, el transporte público, el acoso callejero. Está ahí presente todos los días. Yo sí la siento pero no sé si de la sociedad sino de mi familia o de mi misma incluso. De hecho hay más presión para el hombre. Creo que a las mujeres nos dejan un poco más libres, en ese sentido. Los hombres sí tienen que encargarse. En cambio, a las mujeres no, si se encargan bien y sino, no. En Lima sí hay | De hecho hay más presión para el hombre. Creo que a las mujeres nos dejan un poco más libres, en ese sentido. Los hombres sí tienen que encargarse. En cambio, a las mujeres no, si se encargan bien y sino, no. En Lima sí hay esos comentarios "ella tiene un mejor puesto que él". De hecho, en mi proyecto de Proyecto final de desarrollo, era en Ventanilla y el dirigente comunal no trabajaba, se dedicaba a ser dirigente comunal y se ocupaba de su casa y su mujer trabajaba en el mercado. Era el hazme reir del sitio donde estaba. Todas se burlaban un poco, tomaban el tema con gracia. El rol de hombre proveedor y la mujer es la que se ocupa de la casa, creo que está cambiando un poco. Por ejemplo, cosas como los hombres no lloran, siguen bien presentes. Todavía se los dicen a los niños. O que las mujeres tienen que ser todas ladies y ponerse falda. Siento que somos (las mujeres) cuidadoras. De repente es porque yo soy un poco así y mis amigas también como |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | <p>esos comentarios "ella tiene un mejor puesto que él". De hecho, en mi proyecto de Proyecto final de desarrollo, era en Ventanilla y el dirigente comunal no trabajaba, se dedicaba a ser dirigente comunal y se ocupaba de su casa y su mujer trabajaba en el mercado. Era el hazme reir del sitio donde estaba. Todas se burlaban un poco, tomaban el tema con gracia.</p> | <p>engreidoras. A veces hay que parar y engreirse uno mismo antes que a los demás. Al hombre le recien el plato. Si hay dos hermanos, el hombre es el engreído, el hijo de mamá, un poco así. Al hombre se le quita totalmente la posibilidad de ser sensible. En el colegio los chicos jugaban fútbol, eran pocas las chicas que jugaban fútbol. Si hubo un equipo en una época. Creo que en mi colegio, como era francés, tenían una situación más resuelta con el rollo hombres y mujeres. De los profesores no había eso, de repente venía de la casa.</p> |
|--|--|--|

**Tema 3: Género, mensaje y carrera**

|  | <p><b>¿Qué se siente ser un hombre/mujer y estudiar comunicación para el desarrollo?<br/>¿Cuál es la opinión de tus amigos/familia?</b></p>  | <p><b>¿Por qué sientes que existan más mujeres que hombres en la carrera?</b></p>  | <p><b>¿Sientes que afecta la carrera?¿por qué sí/no?</b></p>   | <p><b>Listado de carreras (f/m)</b></p>  | <p><b>Luego de haberme respondido la pregunta anterior, ¿Crees que existan carreras femeninas y carreras masculinas? ¿Dónde ubicarías a la comunicación para el desarrollo? ¿Por qué?</b></p>  |
|--|--|--|--|--|--|
|  | <p>Siempre me he llevado mejor con los hombres que con las mujeres. Entonces, estar en una carrera donde tienes que hacer muchos trabajos en grupo con mujeres es complejo. Tenemos otros códigos, otras formas. Los hombres son más</p> | <p>Creo que sucede igual que en Psicología, sí hay mucha de la escucha porque Comunicación para el desarrollo implica que alguien va de peor a mejor. No se sabe muy bien quién o qué pero algo debe mejorar. El comunicador para el desarrollo es alguien que</p> | <p>Cuando he trabajado en grupos donde es más equitativa la cantidad de hombres y mujeres ha sido más fácil porque se genera un mejor clima, las cosas fluyen más. También en una empresa cuando hay más</p> | <p>Ingeniería civil (masculina), Enfermería (femenina), Educación inicial (femenina), Psicología (femenina), Cocina (los dos), Arquitectura de interiores (los dos),</p> | <p>Creo que es cómo se ha ido armando la sociedad y los roles que han jugado los hombres y las mujeres históricamente desde las cabernas hasta la sociedad moderna donde las mujeres quedaron en las casas de tias y fue todo un movimiento que salgan. Salieron pero igual los estereotipos se mantienen y se</p> |

|  |   |   |  |  |  |
|--|---|---|--|--|--|
|  | <p>simples con algunas cosas y las mujeres nos hacemos más rollo. También por lo mismo códigos que se comparten es que hay cosas que son más fáciles. De hecho sí me imagino.</p> | <p>ayuda a que mejore. Entonces, los hombres no son de cuidado. Ellos más bien, salen, consiguen, dirigen, hacen, arreglan.</p> | <p>mujeres que hombres, son otras las dinámicas. No se si sea positivo o negativo pero sí es algo que se pueda balancear. Sería mejor que se balancee. Además, eso nos beneficiaría tanto a hombres como a mujeres porque nosotras nos beneficiamos de ese lado más gerencial de ellos. La pasan un poco más tranquilos ya no siendo 3 en una clase de puras mujeres. Creo que sería explotar más el lado gerencial, lo que tiene de administración que solo tenemos un curso. De repente que no se llame Comunicación para el desarrollo, Comunicación estratégica,</p> | <p>Biología (los dos), Comunicación para el desarrollo (femenina).</p> | <p>mantienen en el ámbito labroal y en los estudios. Los roles son históricos, las mujeres han cuidado y los hombres han dado desde siempre y creo que poco a poco vamos cambiandolo por voluntad de hombres y mujeres que quieren hacer algo más equitativo. De hecho, estas carreras que son más masculinas o femeninas dan la oportunidad de balancear.</p> |
|--|---|---|--|--|--|

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  | Comunicación estratégica para el cambio social o para el cambio. |  |  |
|--|--|--|--|--|--|

**Tema 1: Apreciación de la carrera y motivaciones para estudiarla.**

| Nombre/Edad/Sexo | ¿Por qué decidiste estudiar esta carrera? ¿Siempre fue así? ¿Qué te motivó a estudiarla?  | ¿Qué piensan tu familia y amigos sobre tu carrera?  | ¿Cómo definirías la Comunicación para el Desarrollo?  | Apreciación de lectura de perfil del comunicador para el desarrollo  | ¿Por qué es importante tener comunicadores para el desarrollo en la sociedad?   | ¿Qué quieres lograr con tu carrera? ¿De qué manera?  |
|------------------|---|---|---|--|---|--|
| María Pía/19/F   | Porque me gusta bastante trabajar en grupo. Por ejemplo, cuando se tenían que organizar actividades, en el colegio yo siempre era la que organizaba, la que preguntaba qué le gustaría hacer a cada uno. Siempre me pedían que actúe como una líder en mi salón y eso me gustaba bastante porque sentía que no solamente yo decía cómo se pueden organizar las cosas sino trataba de incorporar a todos. Que todos se sientan a gusto en la actividad que vamos a realizar. Siempre me gustó tratar con las | Mis papás en ningún momento me han impuesto qué es lo que tengo que estudiar. Por el contrario, siempre han querido que nosotros elijamos así que lo mismo sucedió conmigo. Al principio les costaba un poco y hasta ahora cuando | Defino la Comunicación para el desarrollo como una carrera que me va permitir involucrarme con personas para llevar a cabo un fin específico. Sino para tomarlos en cuenta para algún proyecto que una empresa quiera | Considero que sí uno debe de poder desarrollarse en diferentes lugares y con diferentes públicos. También considero que la página debería decir uno puede especializarse en un punto específico. Por ejemplo, si quieres | Siento que cuando se va a llevar a cabo un proyecto, un objetivo, lamentablemente no todos saben escuchar cuáles son las necesidades y cuáles van a ser los beneficios que se le van a dar a las personas. Siento que muchas veces la | Me interesa los temas medio ambientales por lo que nos haría concientizar a las personas en los temas ambientales, llevar a cabo proyectos grandes. Tal vez con el ministerio o en colaboración con empresas u |



|  |   |   |                  |  |   |   |
|--|---|---|------------------|--|---|---|
|  | <p>personas directamente. Entonces, consideré que esta carrera me iba a permitir poder a cabo proyectos en conjunto. Desde tercero de secundaria pensé estudiarla. Yo no sabía qué podía estudiar. No me gustaba medicina, ninguna ciencia y un compañero me contó que estaba estudiando Comunicación para el desarrollo pero en otra universidad. Entonces fui indagando y asistí a varias charlas de universidades y cuando la PUCP nos dio sus features me di cuenta que era lo que me gustaba, cómo planteaba la carrera y desde tercero de secundaria tenía la idea de venir a estudiar acá.</p> | <p>les preguntan que estudió dicen: Sé que tiene que presentar proyectos y algo así como trabajar con gente, con comunidades. No siempre es así. También puedes desarrollar proyectos en una empresa y trato de explicarlo a veces pero solo les queda una parte.</p> | <p>realizar.</p> | <p>ser una comunicadora para el desarrollo dentro de la empresa o en relación con comunidades. Tal vez debería tener un punto.</p> | <p>sociedad impone y no es capaz de comunicarse con las personas.</p> | <p>organizaciones no gubernamentales que dan como apoyo económico grande pero saber cómo distribuir, qué es lo que se debe hacer. Siento que no me voy a quedar solamente en estudiar Comunicación para el desarrollo sino, también, hacer una especialidad enfocandome en el medio ambiente, en la gestión del medio ambiente.</p> |
|--|---|---|------------------|--|---|---|

**Tema 2: Género, comunicación y construcción del mensaje**

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | <p>¿Qué se siente ser un hombre/mujer en esta sociedad? ¿Cuáles son los retos/beneficios/dificultades/enseñanzas que enfrentas día a día?</p> | <p>¿Crees que hay destrezas que la sociedad adjudica sólo a hombres y sólo a mujeres? A partir de tu experiencia personal y lo que ves día a día en los medios, calle, aula, ¿me podrías decir cuáles son?</p> |
|--|---|--|

Considero que al tener una educación ha cambiado la forma de pensar que yo tenía. Siempre ver que las mujeres teníamos que cumplir ciertos roles, ahora siento que cada una puede elegir el rol que cree que le corresponde o con el cual se siente más cómoda. Me parece que todavía las mujeres somos vistas como objetos que se vulneran lo cual está muy mal. Eso se puede notar desde que uno sale de la universidad y empieza a escuchar personas que te silban, te gritan cosas, cuando manejas y se meten y te dicen "oye, vete a la cocina". Cosas así generan una impotencia, más que nada en nosotras. En mi, sobretodo, porque no encuentro la manera de decir a las personas que todos somos iguales y que yo puedo ser mejor que tú o tú puedes ser mejor que yo pero trátame igual. No tienes por qué denigrar a la persona solo por su género. Creo que ahora se está tocando bastante el tema del feminismo. Siento que hay personas que quieren salir y está bien decir sus ideas, lo que piensan, tratar de que algunas costumbres se cambien. Siento que la manera, a veces, es muy extremista. Se pierde cuál era el fin que se quería buscar y por el contrario, se llevan a extremos donde se dice "Si podemos tener la libertad de que los hombres salgan sin camisa, por qué nosotras no podemos andar sin nada". Eso me parece que es un extremo muy grande al que se ha llegado. Sí es una sociedad machista por los roles que se imponen. Muchos creen que para qué vamos a recibir nosotras educación porque muchos hombres imponen que nosotras tenemos ciertos roles que tenemos que cumplir, en las familias. Siempre te dicen que te vas a tener que ocupar de esto, de lo otro. Yo no considero que sea así. Yo creo que las tareas y actividades se deben de compartir. Siempre he sentido eso, mi hermano estudió ingeniería y tiende a decir "yo no sé para qué estudias". De hecho lo dice en broma pero a veces si uno quiere plantear su idea diciendo que está totalmente equivocado, solamente se ríe. Siempre dice "yo no sé para qué estas estudiando si no vas a ganar nada". Yo creo que no siempre se debe buscar que si vas a ganar o no vas a ganar, se debe

Si una persona quiere ir a un sitio dicen que te lleve tu hermano, tu papá. Hay ese rol de facilitarte el camino. El hombre trata de facilitarte el camino. No lo considero así. Hay el rol de que ellos son más fuertes y el que ellos te van a proteger. Siempre. En mi caso, en mi familia, manda mi mamá pero yo sé que se considera que el que manda es el papá. El papá es el que lleva el pan a la casa. Esta mal visto que el hombre muestre sus emociones, se le ve débil. El hombre esta cada vez más caracterizado como aquella persona que tiene que imponer todo, mostrarse fuerte, no puede deshacerse como persona. Como forma la cabeza, tiene una estructura ya hecha que si uno cambia entonces va a darle a la sociedad una visión que ellos no tratan, que han tratado de imponer. Definitivamente, a la mujer, se le asigna el rol de estar a cargo de la casa, ver lo que hacen los hijos, ocuparse de las actividades de sus hijos, estar pendientes. Así trabajen ellas tienen que estar al tanto de qué les pasa y siempre ver cuáles son las necesidades de la casa: lo que falta, a quién tiene que llamar, qué tienen que hacer para que se arregle esto. En los comerciales veo mujeres donde promocionan productos de limpieza. Es bastante indignante porque creo que el rol de la mujer hoy en día ha cambiado totalmente. Una siempre está tratando de crecer, cambiar, de ser mejor para la sociedad, buscar qué otros espacios puede adaptarlos a sus espacios. Yo también siento esa presión. En mi casa todos ayudamos pero esas tareas son para ti. Encima yo tengo dos hermanos hombres. Uno mayor y otro menor, yo soy la intermedia. Yo le digo a mi papá le digo que no quiero hacer esto y me dice que no lo haga pero mi mamá me dice que yo soy mujer, tus hermanos no lo van a hacer. Como diciendo que no son capaces y tú tampoco eres capaz de decir que ellos lo hagan. Siempre le digo que ellos también pueden hacer, por qué no lo podrían hacer. Ella dice que ellos hacen todo mal. El todo para ella es lo relacionado a la casa y ellos lo hacen mal. Yo considero que si yo he aprendido a hacerlo, si dices que lo hago bien es porque aprendí a hacerlo y ellos también pueden aprender. No porque yo ya sepa hacer las cosas, tenga que hacerlo. Si todos tenemos que apoyar en la casa, ellos también tienen que cumplir ese rol. El ambiente de la universidad es totalmente diferente.

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | <p>buscar que dónde te vas a desarrollar vas a estar cómoda. Eso es lo que quieres para ti. ¿Qué es lo que tú buscas para un futuro? No tienes por qué estar mirando cuál va a ser mi finalidad. Las personas deberían simplemente sentirse cómoda con lo que hace y ser aceptados por los demás.</p> | <p>Todo el mundo tiene roles. Siento que cuando tenemos que hacer un trabajo en grupo, las que lo hacemos mejor somos las mujeres y los hombres se quieren incorporar en esos grupos. Nosotras les decimos que nos vamos a organizar de cierta manera si son más mujeres los hombres aceptan o dicen que ellas decidan. El papel cambia totalmente. El único fue el congresista Elias, no sé si porque era mujer o porque era de la PUCP, él trató de hacerme quedar mal. Se notó bastante en la manera en la que se expresa. Habían dos personas más hablando con él: una asistente y Kenji Fujimori. Nos quería dejar mal como mujeres porque nos decía que no sabía y le decíamos que debería tener una noción básica de lo que tengo ve a hablar y si te vas a participar en la conversación es para que sea constructiva y no para llevarla por otro lado. Tal vez pensó que como era mujer y joven no sabía mucho de lo que ocurría afuera. Habrá pensado que yo soy una persona que iba a dejar que él me imponga lo que estaba diciendo. En varias oportunidades le dije que yo no considero eso, las cosas que yo señalaba, él decía que no las ha dado en mi periodo de gestión. Las otras dos personas, por el contrario, si actitud era positiva hacia mi y en ambas oportunidades me dijeron que qué bueno que los estudiantes estén tratando de conocer más el tema.</p> |
|--|---|--|

**Tema 3: Género, mensaje y carrera**

|  |   |   |  |   |   |  |
|--|---|---|--|---|---|--|
|  | <p><b>¿Qué se siente ser un hombre/mujer y estudiar comunicación para el desarrollo?<br/>¿Cuál es la opinión de tus amigos/familia?</b></p> | <p><b>¿Por qué sientes que existan más mujeres que hombres en la carrera?</b></p> | <p><b>¿Sientes que afecta la carrera?¿por qué sí/no?</b></p> | <p><b>Listado de carreras (f/m)</b></p> | <p><b>Luego de haberme respondido la pregunta anterior, ¿Crees que existan carreras femeninas y carreras masculinas? ¿Dónde ubicarías a la comunicación para el desarrollo? ¿Por qué?</b></p> |  |
|--|---|---|--|---|---|--|

|  |   |                            |   |  |  |
|--|---|----------------------------|---|--|--|
|  | <p>Me siento bien. De hecho no me encanta la idea pero sí me parece que es bueno. No sé mucho de cómo está cambiando en la sociedad. Por lo que me cuentan en familia, antes era muy raro estudiar. Mi abuela solo terminó la secundario, me dijo que no existían universidades para donde podíamos ser aceptadas las mujeres. Era muy raro ver a una mujer ir a estudiar. Siempre me apoya en que yo estudie. Siempre recalca que es bueno para que no dependa de ningún hombre. Yo en ningún momento he pensado de que voy a depender de algo pero el contraste de ideas me demuestra cómo están cambiando las cosas, la manera en la que pensamos. Se refleja en la manera en la que mis</p> | <p>Si hay más mujeres.</p> | <p>No he considerado nunca eso, tal vez pueda tener un efecto positivo. Creo que las mujeres somos más organizadas que los hombres. Tal vez sabemos tratar mejor con las personas. Por lo tanto, poder escuchar las ideas. Me parece que los hombres no tienen ese tacto para poder tratar con las personas. No tienen una visión más allá del fin que ellos quieren lograr, a quién involucrar, quiénes van a ser los perjudicados o beneficiados. Solo se centran en qué es lo que saben hacer.</p> | <p>Ingeniería civil (femenino), Enfermería (femenino), Educación inicial (femenino), Psicología (femenino), Cocina (masculino), Arquitectura de interiores (femenino), Biología (masculino).</p> | <p>La sociedad tiene ideas implantadas. Se tiene el concepto de que finalmente, ellos no van a cocinar, son los que prueban, los que entregan el plato. No se ve al hombre picando, que lave. Eso es para las mujeres. Ellas no necesitan una profesión para lavar los platos. El hombre estudia para perfeccionarse (el hombre) pero cocina para los que hacen (la mujer). Se considera que la mujer tiene un lado más maternal, que pueda ser profesora, puede estar al tanto de los niños. Es como una extensión de un rol que ha sido creado y lo usan para una profesión. Yo creo que los cocineros fueron mal vistos hasta cierto momento. Hasta que se vio la idea de que iban a formar un restaurante, esa idea cambió. Están aprendiendo para ser un chef o para cocinar en cualquier sitio. Muchas veces se necesita que las mujeres demuestren algo. Hay esta idea errónea de que tienes que demostrar para callarles la boca</p> |
|--|---|----------------------------|---|--|--|

|  |  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|--|---|
|  | amigas piensan. Si yo estudio una carrera es porque yo quiero ser independiente. |  |  |  | a alguien o cambiarle la idea. La Comunicación para el desarrollo, para mi, es femenina, definitivamente. Es el ser sensible por los temas, las problemáticas, el poder escuchar las opiniones de todos y respetarlas. Es el servir pero no imponer. Es el poder comunicarte, para las mujeres es mucho más sencillo. |
|--|--|--|--|--|---|

**Tema 1: Apreciación de la carrera y motivaciones para estudiarla.**

| Nombre/Edad/Sexo     | ¿Por qué decidiste estudiar esta carrera? ¿Siempre fue así? ¿Qué te motivó a estudiarla?  | ¿Qué piensan tu familia y amigos sobre tu carrera?  | ¿Cómo definirías la Comunicación para el Desarrollo?  | Apreciación de lectura de perfil del comunicador para el desarrollo   | ¿Por qué es importante tener comunicadores para el desarrollo en la sociedad?   | ¿Qué quieres lograr con tu carrera? ¿De qué manera?   |
|----------------------|---|---|---|---|---|---|
| Renzo/22/M/8to ciclo | Estaba inscrito en Ciencias Políticas. Estuve en Sociales pero sentí que era muy teórico y quería algo más práctico. Esta carrera me permitía hacer trabajo de campo real, en Sociales no me acercaba a la realidad de la forma que quería. | Sí conocen la carrera, pero no la entienden. Ellos comprendían Ciencias Políticas y preferían esa carrera, pensaban que había más campo laboral ahí. No entienden la parte de Comunicaciones, | Estrategias para lograr un cambio que uno quiere y cree que es mejor desde el punto de vista de uno. Entiendo el tema participativo pero siento que uno siempre guía y motiva ese cambio. | Es súper general. De por sí tiene unos conceptos que deben ser definidos y pueden ser interpretados de muchas maneras, inclusive el tema “desarrollo” tal vez “cambio” o “transformación” | Para facilitar siempre el entendimiento de mensajes entre otros actores y públicos. Existe una gran demanda de interlocutores en la situación actual de la sociedad. Nuestro componente comunicacional es | Me gusta la comunicación política, la investigación en deporte y salud, y la comunicación interna y RSE. Personalmente me gustaría incidir en temas de salud y abordaje al deporte. Sé que es |

|  |  |   |  |           |  |   |
|--|--|---|--|-----------|--|---|
|  |  | piensan que es algo más como Gerencia Social. |  | es mejor. | lo que nos separa de un educador o un sociólogo. | difícil, pero lo veo como un sueño. Profesionalmente me veo en empresa, especialmente por la estabilidad laboral. |
|--|--|---|--|-----------|--|---|

**Tema 2: Género, comunicación y construcción del mensaje**

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | <b>¿Qué se siente ser un hombre/mujer en esta sociedad? ¿Cuáles son los retos/beneficios/dificultades/enseñanzas que enfrentas día a día?</b>  | <b>¿Crees que hay destrezas que la sociedad adjudica sólo a hombres y sólo a mujeres? A partir de tu experiencia personal y lo que ves día a día en los medios, calle, aula, ¿me podrías decir cuáles son?</b>   |
|  | Ha habido un cambio generacional, lo siento con mis abuelos: cuándo empiezas a trabajar, te casas, tienes familia, haces línea de carrera en una sola empresa, etc. Una presión así yo ya no encuentro. Siento una presión de éxito laboral pero más ligado a mi rendimiento académico, igual sale eso de “oye tengo que mantener una familia”, aún cuando sé que ahora es mucho más normal que las mujeres trabajen. Y sí, siento que es una presión encontrar una carrera laboral exitosa. | Aún existe una presión muy fuerte porque las mujeres, aún si son profesionales, deben de mantener el hogar (cuidarlo y cuidar a los hijos), se sigue pensando que esa es su prioridad. Todavía hay presión por el matrimonio y los hijos, eso siento que no ha cambiado mucho. Todo lo que tenga que ver con cuidado. Por ejemplo con mis abuelos, las que primero tienen la responsabilidad de cuidarlos son las mujeres de mi familia, aun cuando ellas tengan trabajo y carrera.<br>Otro tema es la sexualidad, que se ve desde las calles, a la mujer la tratan como objeto y en las casas es como “llega virgen al matrimonio” “no llesves tantos enamorados a la casa”. En cambio a un hombre no se le critica eso, es más, se lo alienta. Otro tema es la diferencia salarial, que es una realidad en este país a veces hay personas del mismo cargo, pero se paga distinto según género. En el Estado digamos es más político. Se le cree más a la mujer |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | <p>política. En empresa es distinto, sí creo que ahí el éxito es retratado por la imagen de un hombre, no por una mujer que tenga las mismas facultades. Yo creo que vivimos en una sociedad machista, pero creo que lo que más lo fomentan son las mujeres, más que los hombres (crianza, doble moral, entrar el feminismo cuando le conviene, etc.)</p> |
|--|--|---|

**Tema 3: Género, mensaje y carrera**

|  | <p><b>¿Qué se siente ser un hombre/mujer y estudiar comunicación para el desarrollo?<br/>¿Cuál es la opinión de tus amigos/familia?</b></p>   | <p><b>¿Por qué sientes que existan más mujeres que hombres en la carrera?</b></p>  | <p><b>¿Sientes que afecta la carrera?¿por qué sí/no?</b></p>  | <p><b>Listado de carreras (f/m)</b></p>  | <p><b>Luego de haberme respondido la pregunta anterior, ¿Crees que existan carreras femeninas y carreras masculinas? ¿Dónde ubicarías a la comunicación para el desarrollo? ¿Por qué?</b></p>  |
|--|---|--|---|--|--|
|  | <p>Fue difícil para mis padres, más cuando tanto mi hermano como yo, nos cambiamos de carreras con “status” yo de ciencias políticas y el de biología a estudiar comunicaciones. El cambio fue duro, mis padres se preocupaban porque encontremos</p> | <p>Legitimidad de la carrera. Esta carrera es joven y encima no está bien definida, yo diría desactualizada en su campo. El mundo laboral no nos conoce mucho, no hemos explorado campos nuevos bastante atractivos donde tendríamos gran éxito.</p> | <p>Hay que mudarnos de acuerdo a las necesidades actuales del mercado para que la carrera sea más competitiva y atractiva para todos. Tenemos una currícula muy enfocada hacia la cooperación y ong</p> | <p>Ingeniería civil M<br/>Enfermería F<br/>Educación inicial F<br/>Psicología F<br/>Cocina M<br/>Arquitectura de interiores F<br/>Biología M</p> | <p>Claro, un hombre tiene que ser doctor, ingeniero, abogado médico, sí es algo de letras, máximo administración. Esas carreras son, en el imaginario, carreras que dan plata, curiosamente son carreras que más incidencia tienen de hombres.</p> |

|  |   |   |   |  |  |
|--|---|---|---|--|--|
|  | <p>trabajo, y uno que nos de sustento. Mi papá es ingeniero por lo que le costó entender, al final si lo hizo, pero le costó, cuando vio que nos iba bien, que éramos buenos en la carrera y que conseguíamos trabajo rápidamente y podíamos aportar a la casa, se calmó.</p> | <p>Mientras tanto la carrera no será vista como rentable eso sumado la presión del hombre por tener éxito y solvencia económica creo que es un gran motivo. Nuestra carrera necesita explorar campos de investigación, estado y empresa y dejar de quedarnos en el modelo de cooperación y ong que ya es obsoleto. La sesibilidad, una característica esencial de la carrera, puede tal vez alejar a la población masculina, pero nuestra generación está cambiando respecto a esas ideas de género. Lo que creo que es la causante es la legitimidad y definición.</p> | <p>cuando ya ese mercado no es viable. Tenemos que mirar al actor privado y público, abrir los mercados y jalar interés y confianza en que nuestra carrera es rentable.</p> |  |  |
|--|---|---|---|--|--|

**Tema 1: Apreciación de la carrera y motivaciones para estudiarla.**



| Nombre/Edad/Sexo | ¿Por qué decidiste estudiar esta carrera? ¿Siempre fue así? ¿Qué te motivó a estudiarla?  | ¿Qué piensan tu familia y amigos sobre tu carrera?  | ¿Cómo definirías la Comunicación para el Desarrollo?  | Apreciación de lectura de perfil del comunicador para el desarrollo  | ¿Por qué es importante tener comunicadores para el desarrollo en la sociedad?  | ¿Qué quieres lograr con tu carrera? ¿De qué manera?  |
|------------------|---|---|---|--|--|--|
| Daniel, M,       | Yo antes iba a economía, pero cuando conocí la carrera me gustó que tuviera una visión amplia de las comunicaciones y del desarrollo. | La mayoría no sabe qué es. Se ríen por el título largo, no saben de que tratan ni menos en donde me desempeñaría. Igual siempre me apoyaron. Mis amigos creen que es un juego o que es una carrera técnica. Economía tiene un prestigio, esta carrera no, preferían que me cambien a una carrera de Ingeniería. | Es complicado de definir. Tiene una visión integral de las comunicaciones. Es utilizar herramientas y métodos para productos comunicacionales, así como estrategias. También incluye comunicación interna y responsabilidad social. | Creo que se puede ajustar mucho más. Siento que va más por el tema social, habría que definir mejor. También incluir el tema de empresa, pero también es lo que la universidad vende no? Alejarse de la idea de la empresa teniendo carreras más humanistas. | Comunicadores hay por todos lados, pero técnicos. Creo que para la sociedad nuestra carrera es importante para tener una visión crítica de la realidad desde las comunicaciones. | No sé aún para mí, pero creo que en general a todos nos gustaría plasmar nuestra creatividad y habilidad comunicativa en proyectos sociales. |

**Tema 2: Género, comunicación y construcción del mensaje**

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | <p><b>¿Qué se siente ser un hombre/mujer en esta sociedad? ¿Cuáles son los retos/beneficios/dificultades/enseñanzas que enfrentas día a día?</b></p>   | <p><b>¿Crees que hay destrezas que la sociedad adjudica sólo a hombres y sólo a mujeres? A partir de tu experiencia personal y lo que ves día a día en los medios, calle, aula, ¿me podrías decir cuáles son?</b></p>  |
|  | <p>Creo que tenemos ventajas sobre las mujeres: temas laborales, liderazgo, pero me alegra saber que está cambiando eso. Lamentablemente la posición de hombre como líder sigue siendo más fuerte. Tenemos la seguridad de caminar por las calles sin miedo. Tenemos el rol de organizar, proteger (que es distinto a cuidar) mantener y tener éxito laboral y económico. La presión es grande, se espera mucho. Eso nos define mucho como hombres. Por ejemplo, si un padre no paga los gastos de su hogar no sería un hombre o el "hombre de la casa".</p> | <p>El hombre tiene el rol de líder, de fuerte, el que está a cargo. La mujer es sensible, calmada, toma decisiones pero solo como consejera no como decisora final. En el espacio público el hombre está mucho más posicionado. Los medios de comunicación influyen bastante en general, la mujer no es protagonista no por temas académicos, si no por protagonizar escándalos o cuando es un objeto sexual, siempre intentan demostrar que la mujer está abajo del hombre. Yo creo que vivimos en una sociedad machista, y lo veo por todos lados, pero por suerte, siento que está cambiando.</p> |

**Tema 3: Género, mensaje y carrera**

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| <p><b>¿Qué se siente ser un hombre/mujer y estudiar comunicación para el desarrollo? ¿Cuál es la opinión de tus amigos/familia?</b></p> | <p><b>¿Por qué sientes que existan más mujeres que hombres en la carrera?</b></p> | <p><b>¿Sientes que afecta la carrera? ¿por qué sí/no?</b></p> | <p><b>Listado de carreras (f/m)</b></p> | <p><b>Luego de haberme respondido la pregunta anterior, ¿Crees que existan carreras femeninas y carreras masculinas? ¿Dónde ubicarías a la comunicación para el desarrollo? ¿Por qué?</b></p> |
|---|---|---|---|---|

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
|  | <p>Es medio raro, siento que me mido y tengo más cuidado con lo que digo para no incomodar a mis compañeras. A veces siento que es complicado lidiar con muchas mujeres, pero lo estoy llevando bien. Hay una desproporción muy fuerte con respecto a hombres y mujeres.</p> | <p>Creo que la misma carrera te exige sensibilidad que no es una característica que nos fomentan de niños. En cambio a las chicas sí. Esas características (sensibilidad, estar consciente de nuestro entorno y del otro) las tenemos pocos y se nos fomentan poco. Lo cual es lamentable porque creo que son innatas a todos los humanos. La sensibilidad social sigue siendo considerado como algo "femenino". Este tema tiene que ver tanto con tu biología (tener predisposición innata a la sensibilidad) como la forma con la que te crían. De nada te sirve ser sensible si te dicen que estás mal. Mis padres me fomentaron a ser responsable y sensible con el otro. Mis dos hermanos también estudian carreras con</p> | <p>Creo que sí, siempre la equidad es buena nos permite interpretar los mensajes según la diferencia de género, así como lo sería de edad, lugar de origen, creencia religiosa, etc.</p> | <p>Ingeniería civil M<br/>Enfermería F<br/>Educación inicial F<br/>Psicología F<br/>Cocina M<br/>Arquitectura de interiores F<br/>Biología M</p> | <p>Sí. Por las cualidades que socialmente se consideran como masculinas y femeninas. Carreras con fortaleza, matemática, ciencias, liderazgo sería para hombres. Carreras de cuidado y servicio, para mujeres.</p> |
|--|--|--|--|--|--|

|  |  |                 |  |  |  |
|--|--|-----------------|--|--|--|
|  |  | fines sociales. |  |  |  |
|--|--|-----------------|--|--|--|

**Tema 1: Apreciación de la carrera y motivaciones para estudiarla.**

| Nombre/Edad/Sexo | ¿Por qué decidiste estudiar esta carrera? ¿Siempre fue así? ¿Qué te motivó a estudiarla?  | ¿Qué piensan tu familia y amigos sobre tu carrera?   | ¿Cómo definirías la Comunicación para el Desarrollo?  | Apreciación de lectura de perfil del comunicador para el desarrollo  | ¿Por qué es importante tener comunicadores para el desarrollo en la sociedad? | ¿Qué quieres lograr con tu carrera? ¿De qué manera?                          |
|------------------|---|--|---|--|---|--|
| Lucas, M,        | Antes quería estudiar ciencias políticas con la intención de mezclarlo más adelante con comunicaciones y hacer marketing político. Un amigo me habló de la carrera diciendo que era una mezcla de sociales con comunicaciones y me aventuré un poco. Es una buena carrera porque te da base en comunicaciones y en temas sociales, pero se enfoca mucho en componentes de comunicación insertados dentro de proyectos sociales y el campo laboral ahí no es grande. | No la entienden mucho, no saben de qué trata, lo ven más como publicidad. Es la típica, nadie sabe qué es la carrera y explicarla es medio incómodo. Como no la conocen es difícil que la vean como reconocida o como legítima en el | Es el arte y la ciencia de la comunicación aplicadas a buscar el cambio social. Eso se materializa en proyectos de desarrollo. Se puede hacer de manera más simple, pero eso es lo más ambicioso. | Si estamos hablando de un perfil ideal, sería alguien que tenga esas capacidades descritas en el perfil. Sin embargo es ridículo describir eso cuando no nos forman para ser así, para diferenciar |   | Estoy tratando aún de buscar qué es lo que me apasiona. Sigo en ese proceso. |

|  |  |   |   |   |  |  |
|--|--|---|---|---|--|--|
|  |  | <p>espacio público. Casi todas las carreras tienen más legitimidad en el espacio público que la nuestra. Prefiero decir que estudio comunicación social. (¿qué es el desarrollo?)</p> |   | <p>públicos objetivos. No nos dan herramientas para conocer mejor a los públicos. Nos faltaría indagar en investigación en vez de restringirnos en el formato de un proyecto.</p> |  |  |
| <b>Tema 2: Género, comunicación y construcción del mensaje</b> |  |   |   |   |  |  |
|  | <p><b>¿Qué se siente ser un hombre/mujer en esta sociedad? ¿Cuáles son los retos/beneficios/dificultades/enseñanzas que enfrentas día a día?</b></p>   |   | <p><b>¿Crees que hay destrezas que la sociedad adjudica sólo a hombres y sólo a mujeres? A partir de tu experiencia personal y lo que ves día a día en los medios, calle, aula, ¿me podrías decir cuáles son?</b></p>   |   |  |  |
|  | <p>De acuerdo a como veo la sociedad: Ser hombre en Lima, en comparación de ser mujer en Lima creo que es un beneficio, el hombre no está en una situación de peligro en el espacio público. En el ámbito laboral, ser hombre es que te pagan más y tener acceso a puestos más dirigenciales y de altos cargos. Siento que esta sociedad es machista y sí, está cambiando, pero más lento en comparación con otras sociedades.</p> |   | <p>Hasta la generación de nuestros papás:<br/>El supuesto rol de mujer es quedarse en su casa, cuidar, nutrir a los hijos, cuidar al marido, dedicarse al otro. El papá es el proveedor, el tomador de decisiones. Hay presión siendo hombre de proveer a tu familia, por más que tu pareja igual trabaje. Igual las cosas están cambiando, pero no sé si en todos los círculos sociales.</p> |   |  |  |
| <b>Tema 3: Género, mensaje y carrera</b>                       |  |   |   |   |  |  |

|  | ¿Qué se siente ser un hombre/mujer y estudiar comunicación para el desarrollo?<br>¿Cuál es la opinión de tus amigos/familia? | ¿Por qué sientes que existan más mujeres que hombres en la carrera?  | ¿Sientes que afecta la carrera? ¿por qué sí/no?  | Listado de carreras (f/m)  | Luego de haberme respondido la pregunta anterior, ¿Crees que existan carreras femeninas y carreras masculinas? ¿Dónde ubicarías a la comunicación para el desarrollo? ¿Por qué? |
|--|--|--|--|--|---|
|  | Nos falta peso de investigación para que tenga más prestigio académico la carrera.   | Porque las comunicaciones no tienen el status de carrera exitosa y que te asegure solventar a tu familia y que te brinde trabajo. Muchos hombres prefieren carreras tradicionales, reconocidas y con demanda laboral. Siento que muchos hombres sienten la presión de que por más que amen y les apasionen las comunicaciones, deben elegir una carrera segura con ingreso y empleo estable. | A veces es medio raro/ difícil porque es distinto, me gustaría más equidad en la carrera. Yo creo y espero que mientras la carrera sea más legítima (por lo que hagan las generaciones de desarrolleros) habrán más hombres. | Ingeniería civil M<br>Enfermería F<br>Educación inicial F<br>Psicología F<br>Cocina M<br>Arquitectura de interiores F<br>Biología F/M<br>Derecho F/M | Sí, como educación o como recién pasó cuando abrió la facultad de psicología en la PUCP   |

Anexo 4. Cuadro de sistematización de entrevistas a ex alumnos de acuerdo a tema tratado.

Tema 1: Apreciación de la carrera y motivaciones para estudiarla.



| Nombre/Edad/Sexo | ¿Por qué decidiste estudiar esta carrera? ¿Siempre fue así? ¿Qué te motivó a estudiarla?  | ¿Qué piensan tu familia y amigos sobre tu carrera?   | ¿Cómo definirías la Comunicación para el Desarrollo?   | Apreciación de lectura de perfil del comunicador para el desarrollo  | ¿Por qué es importante tener comunicadores para el desarrollo en la sociedad?  | ¿Qué quieres lograr con tu carrera? ¿De qué manera?   |
|------------------|---|--|--|--|--|---|
| Ximena/27/F      | <p>Consideraba que era una carrera que me abría el abanico de trabajar en distintos tipos de cosa. Era una carrera básica que te daba la oportunidad de especializarte en distintas cosas. En un momento de la vida en la que a un joven no sabe bien qué le gusta, esta carrera te ofrece esas opciones, por eso la escogí. Yo ingresé para publicidad pero en una charla informativa sobre comunicaciones, vi esta carrera. Yo tenía la duda de cambiarme a ciencias políticas. Encontré en Comunicación para el desarrollo una buena mezcla entre el conocimiento social, los proyectos, la parte más metodológica con la parte práctica que son las comunicaciones.</p> | <p>Primero, mi familia, pensaban que iba a morir de hambre. Luego se han dado cuenta que en mi carrera me han dado varias ventanas para poder trabajar. Mis amigos hacían bromas de que en mi carrera llevaba "Corte de papel 1"; "Forrar el cuaderno 2". Creo que la mayoría de personas no conocen la carrera. Creo que en los últimos años han logrado tantas posiciones importantes que cada vez se hace</p> | <p>Es una forma de tratar los problemas sociales desde una mirada creativa. Creo que no tenemos una mirada tan dura como la de un sociólogo, politólogo sino tenemos más propositiva. No solo analizamos el problema sino cómo lo podemos solucionar. Se ha reforzado cuando yo vi por primera vez la carrera me pareció un espacio interesante que abría varios frentes, después de los años se ha reforzado porque he trabajado en varios sectores, temas y me</p> | <p>Creo que es una buena definición pero falta el tema de que podrá desempeñarse en distintos ámbitos de acción. Creo que esa definición esta solamente en cuanto a un tema de relación interpersonal y cómo nos podemos desenvolver con distintas personas. Le falta el tema de que podemos desenvolvernos en distintos ámbitos: empresarial, consultoría, el Estado.</p> | <p>Creo que tienen una mirada distinta de las cosas. A diferencia de otras carreras con las cuales tenemos mucha competencia laboral. Nosotros en el mercado competimos con sociólogos, con psicólogos y hasta con educadores. El comunicador siempre tiene un factor de destaque porque esperan de ellos una propuesta más creativa, completa que la de estas carreras parecidas.</p> | <p>En el futuro para mí me gustaría que la especialidad pueda ayudar a formar más personas con temas específicos, con ejes temáticos específicos. Creo que los egresados salimos con una buena base pero sin ninguna especialidad. Creo que ese sería un buen complemento. A mí me gustaría aportar a la carrera con una visión en el tema ambiental. Cómo se pueden trabajar distintas cosas en materia ambiental, desde la comunicación para el desarrollo. En el</p> |



|  |  |  |   |  |  |  |
|--|--|--|---|--|--|--|
|  |  | una carrera más importante, más respetada. | he desenvuelto muy bien porque tengo la base teórica de la formación en proyecto, el marcológico. Así que se ha reforzado esa idea inicial.   |  |  | futuro me gustaría dictar cursos, complementar en la formación académica de la PUCP en ese tema. |
| <b>Tema 2: Género, comunicación y construcción del mensaje</b> |  |  |   |  |  |  |
|  | <b>¿Qué se siente ser un hombre/mujer en esta sociedad? ¿Cuáles son los retos/beneficios/dificultades/enseñanzas que enfrentas día a día?</b>  |  | <b>¿Crees que hay destrezas que la sociedad adjudica sólo a hombres y sólo a mujeres? A partir de tu experiencia personal y lo que ves día a día en los medios, calle, aula, ¿me podrías decir cuáles son?</b>  |  |  |  |
|  | Yo no creo que en Lima la situación de igualdad de géneros, sí existe, está presente. Por lo que voy en mi vida laboral, en los sectores donde he estado he estado rodeada por mujeres, no hombres. De repente es por un tema de la afinidad laboral que he tenido. Los temas sociales siempre son más femeninos. Ese es el entorno en el que uno se mueve. Como ciudad, todavía hay temas que hay que superar, temas de discriminación por género. Tengo entendido que las mujeres todavía somos menos pagadas que los hombres en muchos espacios y hay muchos temas de violencia contra la mujer. Como ciudad tenemos cosas por superar. Cada vez somos una sociedad menos machista. En algunos aspectos sí hay presión pero más que por ser mujer es por ser joven. Todavía me considero joven, tengo 27 años y soy funcionaria pública. La más joven de la |  | El elemento que todavía permanece es el tema de la fuerza física porque ya hablando de poder intelectual, de poder de negociación creo que las mujeres están bien consolidadas. Si nos evocamos al tema de los medios de comunicación y pensamos en la pareja presidencial. Los medios a quien le da el poder y la gestión es a la esposa del presidente. Todos dicen que es Nadine la que gobierna. Su esposo, que es realmente nuestro presidente, está un poco subyugado incluso al poder de su mujer. Si vemos desde esa perspectiva el análisis que hace la prensa de esa pareja vemos que el rol de la mujer ha cambiado, ya no es la que acompaña al hombre sino es probablemente la cabeza que está pensando, la mano que mueve el títere. Eso te da una impresión de que las personas también están cambiando su pensamiento de que las mujeres están subyugadas, están detrás del varón. En los comerciales se ha reducido mucho el tema de la presencia de las calatas, por ejemplo, en los comerciales de cerveza donde era |  |  |  |

Municipalidad. Creo que eso es un reto mayor que el hecho de ser mujer.

principalmente el rol de la mujer como un objeto físico. Incluso los comerciales del verano, ahora ya tienes más equidad entre la proporción de chicas y chicos guapos que hay. Siempre hay programas como combate, Esto es guerra, donde ya se cosifica la imagen tanto de la mujer como del hombre. Creo que hay más equidad en ese aspecto. Yo creo que estamos avanzando en eso. Las mujeres por un tema social todavía tenemos mucha más carga doméstica que los hombres. Las mujeres no solamente las que son madres tienen que cumplir con su rol de madre, esposa, ama de casa sino con su rol profesional. De repente para muchos hombres es el rol profesional primero que el de la casa. Sin embargo, creo que estamos avanzando en cómo se reparten los roles dentro de los hogares. Incluso hay padres que trabajan en la casa, por temas de consultoría, y son más amos de casa que las mujeres. Un sector que era bastante femenino era la gastronomía. Yo creo que si se asigna un estudio de la proporción entre mujer y hombre que son chefs y se han dedicado a ese sector, la mayor parte son los hombres los que empiezan a dominar el espacio. Los principales restaurantes de Lima son gestionados por hombres. Creo que eso te da algo de luces de cómo la equidad empieza a plasmarse en la lógica del rol del hombre y de la mujer en un contexto de hogar, de roles dentro del hogar. Hay una valla que todavía no se supera que es el tema de la realización de la mujer. Yo debato esto con muchas personas porque para ellas, una mujer solamente está realizada como tal cuando tiene hijos. Yo dije que bajo ese concepto, la realización de la mujer va mucho por el tema profesional, de logros individuales que de una familia. Sin embargo, localmente todavía que una mujer no tenga hijos es un elemento de juicio. Se hace mucho juicio de valor porque se considera que no es una mujer completa, que ha logrado realizarse completamente. Lo que sí tiene más presencia es el poder de decisión de la mujer: si quiere o no tener hijos, si quiere casarse, si quiere ser poligámica o no serlo. Creo que ya se ha avanzado eso. Ha ayudado mucho, aunque en nuestro país no se ha aceptado el tema, el tema de la opción sexual de las mujeres. Antes era la mujer que no estaba casada o solterona y ahora se puede concebir que puede tener una pareja lesbiana. Creo que eso viene un poco de la mano, con el tema de liberar, no solo profesionalmente sino

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <p>individualmente con un concepto de gusto, de querer. Las mujeres ya no están excluidas de la parte educativa, todo lo contrario, la proporción al menos en Comunicación para el desarrollo es de 90% de mujeres. Además, yo soy profesora en la universidad. Enseño hace 5 años, lo que me llama mucho la atención es que siempre tengo alumnos del plan adulto y en los 5 años que voy enseñando, todas las personas del plan adulto han sido mujeres que antes eran esposas, amas de casa o que tenían labores muy primarias. Ahora están sintiendo esa necesidad de entrar a un ámbito profesional y de estudiar una carrera. Muchas van a Comunicación para el desarrollo. Entienden que todo lo que han visto en sus vidas puede de alguna forma evocarse en lo que es la Comunicación para el desarrollo. Creo que algunas generaciones previas a las actuales, las mujeres no se educaban mucho. No tienen una educación superior pero que ahora ellas mismas se han dado cuenta de que es necesario de que sí tienen la oportunidad de hacerlo. Entonces migran a ese espacio para conseguirlo. En la generación actual no hay una distinción mujer/hombre para estudiar. En la zona rural sí se prefiere que el hombre vaya a la escuela más que la mujer. La zona rural está catalogado como fuerza colectiva, por eso se prioriza su educación. Creo que progresivamente eso va a ir retirándose. En una ciudad como Lima es un tema equitativo.</p> |
|--|--|--|

**Tema 3: Género, mensaje y carrera**

|  | <p><b>¿Qué se siente ser un hombre/mujer y estudiar comunicación para el desarrollo?<br/>¿Cuál es la opinión de tus amigos/familia?</b></p> | <p><b>¿Por qué sientes que existan más mujeres que hombres en la carrera?</b></p> | <p><b>¿Sientes que afecta la carrera?¿por qué sí/no?</b></p> | <p><b>Listado de carreras (f/m)</b></p> | <p><b>Luego de haberme respondido la pregunta anterior, ¿Crees que existan carreras femeninas y carreras masculinas? ¿Dónde ubicarías a la comunicación para el desarrollo? ¿Por qué?</b></p> | <p><b>Relectura del perfil.<br/>Apreciación.<br/>¿afecta incidencia de mujeres o no?</b></p> |
|--|---|---|--|---|---|--|
|  |   |   |  |   |   |  |

|  |   |   |  |  |          |          |
|--|---|---|--|--|----------|----------|
|  | <p>Creo que sí hay todavía el estereotipo de que la mujer va a carreras como comunicación o educación que son carreras evocadas al cuidado. Nunca he sentido ningún escenario de discriminación por el tema. Las personas piensan que soy abogada, ni siquiera comunicadora. Me dicen Dra. es más. Más bien, siempre lo he visto como un espacio positivo. De repente las mujeres somos más sensibles, estamos más pegadas a nuestros sentidos y podemos aprovecharlo profesionalmente. Es un valor adicional. Creo que los hombres se sentirían extraños, más que las mujeres. Yo nunca sentí ninguna extrañeza por ese lado. Puede ser porque</p> | <p>Porque todavía las mujeres tienen esta necesidad de ayudar a otros. Una lógica más solidaria, de cuidado, esta carrera está muy vinculada al tema social. Creo que las mujeres se encuentran ahí un espacio donde puedes ser profesional y exitosa ayudando a otros. Mientras que, de repente, la lógica de los varones es de lucro, de carreras que les puedan dar beneficios individuales. Creo que por eso hay una proporción más grande. Creo que es un tema de estereotipos sociales. ¿Cómo te venden a ti a las personas exitosas? Casi siempre bajo la figura de un hombre, no de una mujer. ¿Quiénes son los principales CEO de las compañías más grandes peruanas? Hombres. La sociedad</p> | <p>Puede afectar positivamente porque hay muchas mujeres que han estudiado esta carrera y cada vez están mejor posicionadas en el mundo laboral, en distintos sectores, políticos. Nadine estudió la carrera en la de Lima y tiene sus postgrados en gestión pública. Es un excelente ejemplo de cómo las mujeres se están posicionando en altos cargos directivos, en sus propias empresas. Eso ayuda a tener una mirada positiva sobre la carrera, que las personas identifiquen qué cosa tiene la carrera que permita que una mujer sea lo que es, lo que haya logrado. Probablemente teniendo muchos</p> | <p>Ingeniería civil (masculina), Enfermería (femenina), Educación inicial (femenina), Psicología (ambos), Cocina (ambos), Arquitectura de interiores (femenina), Biología (ambos), Comunicación para el desarrollo (femenina).</p> | <p>-</p> | <p>-</p> |
|--|---|---|--|--|----------|----------|

|  |   |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|
|  | <p>muchos de mis electivos yo los hacía en otras facultades. No tenía esa percepción.</p> | <p>te pone esos patrones, parámetros. En figuras políticas también. Este gobierno ha sido el único que ha tenido más proporción de mujeres ministras que varones. Antes era puro varón. Entonces, si la misma sociedad te pone eso como tus íconos, modelos o roles también la formación individual va a ir por ese camino. Creo que en el caso de los embajadores, los que estudian para ser embajador, todavía la proporción mayor es de hombres. Creo que todavía donde todavía está muy estereotipado.</p> | <p>complementos adicionales en materia educativa pero que tiene esa base. Esa base le permite tener una idea más holística de las cosas. Todavía hay una reivindicación del rol de la mujer en la sociedad. Hay una asociación que se llama "Mujeres batalla" donde se reúnen todas las mujeres exitosas que han logrado sus éxitos a costa de mucho esfuerzo, de saber repartir su tiempo en los 200 espacios que tiene que cumplir una mujer. Entonces hay este tema reivindicativo de resaltar el éxito de la mujer con todas las cosas adicionales que vienen atado a su éxito profesional. Creo que hay una mirada más positiva</p> |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|

|  |  |   | de eso. No es negativo.  |   |  |   |
|--|--|---|--|---|--|---|
| <b>Tema 1: Apreciación de la carrera y motivaciones para estudiarla.</b> |  |   |  |   |  |   |
| <b>Nombre/Edad/Sexo</b>  | <b>¿Por qué decidiste estudiar esta carrera? ¿Siempre fue así? ¿Qué te motivó a estudiarla?</b>  | <b>¿Qué piensan tu familia y amigos sobre tu carrera?</b>   | <b>¿Cómo definirías la Comunicación para el Desarrollo?</b>  | <b>Apreciación de lectura de perfil del comunicador para el desarrollo</b>                          | <b>¿Por qué es importante tener comunicadores para el desarrollo en la sociedad?</b>   | <b>¿Qué quieres lograr con tu carrera? ¿De qué manera?</b>  |
| César/24/M   | Me gustaba el dinamismo de las comunicaciones: indagar, investigar, entrevistar. No me gustaba el prototipo del "abogado". Además me gustaba mucho los temas sociales. Con esta carrera podía combinar el lado social y la interacción de las comunicaciones | Dudaron un poco sus padres. Sus abuelos querían que estudiara derecho. Les fui contando sobre la carrera y poco a poco entendieron. Mis amigos siempre me apoyaron. | Comdes es una carrera muy amplia. Necesariamente el perfil de un comdes debe ser tener gusto y crítica por lo social, vincularse con temas sociales, políticos y promover en su contexto, cambios. Dentro de todo eso puede haber, | Sí totalmente. Si vivimos en Perú tenemos que pensar en la multiculturalidad. El perfil es atinado. | Se ha formado esta carrera, pero hace mucho tiempo antes de que se funde, ya habían comunicadores para el desarrollo (sin el título profesional). La universidad está proponiendo un perfil de | Me gusta mucho la cuestión cultural y artística. Me gusta combinar el tema social con lo creativo. El eduentretenimiento me parece bacán. En la facultad falta aprovechar la creatividad de la carrera. |

|  |  |  |   |  |   |  |
|--|--|--|---|--|---|--|
|  |  |  | eduentretenimiento, comunicación organizacional, etc. La carrera exige que los estudiantes tengan esta motivación social. |  | estudiantes que va de acuerdo con las exigencias del mercado laboral. |  |
|--|--|--|---|--|---|--|

**Tema 2: Género, comunicación y construcción del mensaje**

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | <b>¿Qué se siente ser un hombre/mujer en esta sociedad? ¿Cuáles son los retos/beneficios/dificultades/enseñanzas que enfrentas día a día?</b> | <b>¿Crees que hay destrezas que la sociedad adjudica sólo a hombres y sólo a mujeres? A partir de tu experiencia personal y lo que ves día a día en los medios, calle, aula, ¿me podrías decir cuáles son?</b> |
|--|---|--|

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | Eres el hombre, el jefe de familia, tienes que aportar con el pan a la casa. hasta ahora existe este tabú y es parte de la sociedad conservadora en el Perú. Se siente ese reto y la presión de tener que asumirlo. Personalmente yo no creo que sea así. Tanto hombres como mujeres tienen la responsabilidad de asumir ese reto, los gastos, los aportes económicos para la familia que quieren formar. Otro reto es el machismo tan arraigado en la sociedad. Se asume que la profesora de inicial tiene que ser mujer, por ejemplo. Los medios tienen un rol importante, imponen este rol machista. A través de noticieros "el hombre abusador" "el hombre maltratador". Los medios refuerzan el mensaje machista. | (destrezas del hombre mencionadas en la pregunta anterior)<br>En cuanto mujeres:<br>-La protectora<br>-La que sabe cocinar<br>-La pendiente de los hijos<br>-En casa<br>-El padre llega muy cansado y --las tareas domésticas no deberían de preocuparle<br>-Siempre son las mamás que van a las reuniones del colegio.<br>- El primer contacto de vida: la madre (lactancia) por naturaleza hay un vínculo madre hijo muy fuerte. Genera en la mujer el papel de educadora/protectora |
|--|--|--|

**Tema 3: Género, mensaje y carrera**

|  |  |   |   |  |   |  |
|--|--|---|---|--|---|--|
|  | <p><b>¿Qué se siente ser un hombre/mujer y estudiar comunicación para el desarrollo?<br/>¿Cuál es la opinión de tus amigos/familia?</b></p>  | <p><b>¿Por qué sientes que existan más mujeres que hombres en la carrera?</b></p>   | <p><b>¿Sientes que afecta la carrera? ¿por qué sí/no?</b></p> | <p><b>Listado de carreras (f/m)</b></p>  | <p><b>Luego de haberme respondido la pregunta anterior, ¿Crees que existan carreras femeninas y carreras masculinas? ¿Dónde ubicarías a la comunicación para el desarrollo? ¿Por qué?</b></p> | <p><b>Relectura del perfil.<br/>Apreciación.<br/>¿afecta incidencia de mujeres o no?</b></p> |
|  | <p>Me sentí intimidado por un momento. No es lo mismo la relación que puede tener uno siendo hombre con otro hombre como con una mujer. Uno tiene que cuidar que dice y como trata. Al principio intimidó, la diferencia es muy marcada.</p> | <p>Yo creo que es por el aspecto de responsabilidad social, de sensibilizar a la población. Estos dos aspectos creo que identifican más al rol de la mujer en el Perú que al del hombre. Trabajo con poblaciones vulnerables tiene que ver más con un rol materno .</p> |   | <p>Ingeniería civil: M<br/>Enfermería: F<br/>Ed. Inicial: F<br/>Psicología: F<br/>Cocina: F/M<br/>Arq. de interiores: F<br/>Biología: F/M<br/>Derecho: F/M<br/>Comdes: F</p> | <p>Carreras con cuidado y trato se lo dejan a las mujeres. Hay una tendencia por el alumnado, sí, pero no creo que podríamos decir que hayan carreras femeninas y carreras masculinas.</p>    | -  |

**Tema 1: Apreciación de la carrera y motivaciones para estudiarla.**

|                                |  |  |  |   |   |   |
|--------------------------------|--|--|--|---|---|---|
| <p><b>Nombre/Edad/Sexo</b></p> | <p><b>¿Por qué decidiste estudiar esta carrera? ¿Siempre fue así? ¿Qué te motivó a estudiarla?</b></p> | <p><b>¿Qué piensan tu familia y amigos sobre tu carrera?</b></p> | <p><b>¿Cómo definirías la Comunicación para el Desarrollo?</b></p> | <p><b>Apreciación de lectura de perfil del comunicador para el desarrollo</b></p> | <p><b>¿Por qué es importante tener comunicadores para el desarrollo en la sociedad?</b></p> | <p><b>¿Qué quieres lograr con tu carrera? ¿De qué manera?</b></p> |
|--------------------------------|--|--|--|---|---|---|



|            |   |   |   |  |   |  |
|------------|---|---|---|--|---|--|
| Warren/ /M | Porque no había otra cosa. Entre a la cato por derecho. Me tomo un tiempo fuera y reingrese: me gustaba el tema de audiovisuales y también el tema del desarrollo y el cambio social. Esta carrera cumplió con mis expectativas y hasta en partes las superó. | Entre por derecho y mis notas fueron malas. Cuando reingresé me apoyaron al 100%. Yo pagué por un tiempo mi carrera, luego ellos me ayudaron. | Yo tengo mi propia definición de desarrollo, que es empezar de un estado previo a un estado posterior y que la intervención que uno haga, que tenga un impacto positivo. Pero este positivo todavía no está definido que es desarrollo, así que depende de lo que cada comunidad o grupo humano defina que es desarrollo. Comunicación es el proceso de las relaciones humanas ya sea personal, virtual, comunal. Es un proceso de cambio y los actores involucrados toman decisiones de acuerdo a su concepto de desarrollo. | ¿Qué es una propuesta de comunicación? eso no está claro. Desde la sumilla eso no está definido. Además ya te están insuando que vas a trabajar en campo, sin embargo la gran mayoría de la gente está chambeando en comunicación interna. | Porque tienen otra perspectiva de las comunicaciones. Lo malo es que esa perspectiva no está valorizada en quienes nos deberían contratar. Nos venden que vamos a ser los estrategas los gerentes, pero en el campo laboral somos los que hacemos los gráficos o los videos. El que ejerce comunicación para el desarrollo acaba misio. | Específicamente todavía no lo sé. La carrera es tan amplia que tiene la ventaja/desventaja de no saber qué hacer. Me gustaría explorar otras ramas: comunicación interna, trabajar para el estado. Mucho comunicador para el desarrollo que no tiene buen sueldo se pasa al "otro lado" (trabajar en minas). |
|------------|---|---|---|--|---|--|

|  |  |  |   |                                  |  |   |
|--|--|--|---|----------------------------------|--|---|
| <b>Tema 2: Género, comunicación y construcción del mensaje</b> |  |  |   |                                  |  |   |
|  | <b>¿Qué se siente ser un hombre/mujer en esta sociedad? ¿Cuáles son los retos/beneficios/dificultades/enseñanzas que enfrentas día a día?</b>  |  | <b>¿Crees que hay destrezas que la sociedad adjudica sólo a hombres y sólo a mujeres? A partir de tu experiencia personal y lo que ves día a día en los medios, calle, aula, ¿me podrías decir cuáles son?</b>  |                                  |  |   |
|  | Hay una doble moral en todo lo que es género. (dale el asiento a la señora porque es señora). Al mismo tiempo, se esta pidiendo equidad de género. Yo lo veo como discriminación positiva, que se usa mucha para generar leyes/políticas con poblaciones vulnerables. Ok, equidad de género, pero a veces las personas abusan de su situación. Pero cuando uno ataca eso 'bum' se te vienen encima. Separan los derechos de las personas en derechos "de la mujer" deberían de ser derechos de las personas por igual. Eso genera que algunos grupos ejerzan sus derechos con mas autoridad. |  | Mujer= madre. Se les atribuye estas características a otras etapas de la vida que no necesariamente implica ser madre. El cuidado, el amor, se le trasmite a roles o carreras profesionales. también puede ser negativo, por ejemplo, se dice que la mujer no es fuerte. Osea no puede hacer trabajos de fuerza ni de estrés. |                                  |  |   |
| <b>Tema 3: Género, mensaje y carrera</b>                       |  |  |   |                                  |  |   |
|  | <b>¿Qué se siente ser un hombre/mujer y estudiar comunicación para el desarrollo? ¿Cuál es la opinión de tus amigos/familia?</b>   | <b>¿Por qué sientes que existan más mujeres que hombres en la carrera?</b> | <b>¿Sientes que afecta la carrera?¿por qué sí/no?</b>   | <b>Listado de carreras (f/m)</b> | <b>Luego de haberme respondido la pregunta anterior, ¿Crees que existan carreras femeninas y carreras masculinas? ¿Dónde ubicarías a la comunicación para el desarrollo? ¿Por qué?</b> | <b>Relectura del perfil. Apreciación. ¿afecta incidencia de mujeres o no?</b> |

|  |   |  |            |  |   |          |
|--|---|--|------------|--|---|----------|
|  | <p>Muchos perfiles laborales piden que los comunicadores que entran sean mujeres, y a mi me han discriminado por ser hombre. Era un puesto de comunicación interna.</p> <p>Con la promoción con la que egresé eran tres mujeres por hombre. Jamás me hice problema con ese tema. Para mi era algo normal. Es como ingeniería, hay más hombres que mujeres. No hay rollo, es así. Es lo que es, no sé el motivo de porque es así, pero así es.</p> | <p>Puede ser porque ya de por sí dicen "hay mas mujeres que hombres" y eso desanima a hombres a meterse a la carrera. No es tanto un pensamiento lógico, puede ser algo como "hay muchas mujeres, no me meto". No es algo teórico, sino más bien práctico.</p> | <p>No.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingeniería civil: M</li> <li>- Enfermería: F (miedo del hombre/ estigma social)</li> <li>- Educación inicial: F</li> <li>-Psicología: F</li> <li>- Cocina: F/M</li> <li>- Arquitectura de interiores: F</li> <li>- Biología: F</li> <li>- Derecho: F</li> </ul> | <p>Hay carreras que están estigmatizadas así, pero YO no le veo el problema a un hombre enfermero por ejemplo. Lamentablemente hay carreras divididas así. Hay cosas así de marcadas, creo que es por miedo. Por ejemplo, educación inicial: en el imaginario no hay pedófilAs. El pedófilo es el hombre. Sólo mira las propagandas antipedofilia.</p> <p>Hay estigmas así que tienen que ver con lo que ves en los medios. Los medios juegan un papel importante en la percepción femenina/ masculina de las carreras. Publicidad de institutos de enfermería, ¿cuántos hombres ves ahí? Se vuelve tan normal, que nadie lo critica, lo ve pero no lo critica. La crítica surge cuando rompes el molde "enfermero hombre".</p> <p>Comunicación para el desarrollo: femenina. Se les da características a las mujeres que hacen que por eso sean "mejores" en ciertas carreras.</p> | <p>-</p> |
|--|---|--|------------|--|---|----------|

| Nombre/Edad/Sexo | ¿Por qué decidiste estudiar esta carrera? ¿Siempre fue así? ¿Qué te motivó a estudiarla?   | ¿Qué piensan tu familia y amigos sobre tu carrera?  | ¿Cómo definirías la Comunicación para el Desarrollo?   | Apreciación de lectura de perfil del comunicador para el desarrollo   | ¿Por qué es importante tener comunicadores para el desarrollo en la sociedad?  | ¿Qué quieres lograr con tu carrera? ¿De qué manera?   |
|------------------|--|---|--|---|--|---|
| Raisa, F         | Yo entré queriendo estudiar publicidad. Pero quería estudiar la publicidad para aplicarla no a vender objetos sino a campañas más involucradas con procesos de desarrollo. Siempre he querido estudiar comunicaciones. | Mi mamá no la entendía al comienzo. Estaban preocupados porque la carrera no es conocida, temían por mis oportunidades laborales, mi mamá insistía con que siga publicidad. | Es un proceso de intercambio manejado en tres niveles: información sensibilización y cambio de actitud. Puede ser también un componente dentro de proyectos y políticas. | Me parece restringido. Mis primeros trabajos fueron de periodista. El enfoque no es solo proponer soluciones, sino también informar y reflejar. Tengo amigos que trabajan en comunicación corporativa, en | Los comunicadores para el desarrollo, manejan una comunicación de doble vía. Cuestionan la realidad y no se rigen sólo por lo que ven o por lo que le dicen cómo es, sino que la investigan. Conocen muy bien a su público. Es una | Negocios sociales, emprendimiento social, comercio justo, desarrollo de capacidades y medio ambiente. |

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  | investigación, en imagen institucional y ese perfil no incluye esos ámbitos. No reflejan enteramente quiénes podemos ser. Según ese perfil mi única oportunidad de trabajo serían ong's o relaciones comunitarias. | carrera que te permite ceder ante tus percepciones, aprender a negociar tus ideas, a generar propuestas y análisis mucho más enfocados y participativos. Y eso falta bastante. |  |
| <b>Tema 2: Género, comunicación y construcción del mensaje</b> |  |  |  |  |  |  |
|  | ¿Qué se siente ser un hombre/mujer en esta sociedad? ¿Cuáles son los retos/beneficios/dificultades/enseñanzas que enfrentas día a día? |  |  | ¿Crees que hay destrezas que la sociedad adjudica sólo a hombres y sólo a mujeres? A partir de tu experiencia personal y lo que ves día a día en los medios, calle, aula, ¿me podrías decir cuáles son?            |  |  |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | <p>Como mujer, en la calle por ejemplo, el acoso social callejero es un tema terrible, eso hacen para que ellos como hombres demuestren que el espacio público es SU espacio y que pueden hacerte comentarios como si nada y cuando quieran. En mi familia somos todas mujeres. En el colegio a mi hermana le enseñaban que el papá era el que proveía dinero al hogar y la mamá se encargaba de los hijos. En mi hogar las cosas eran distintas, hay más libertad por lo que mi hermana no estaba de acuerdo con esos estereotipos. Sí he tenido trabajos en donde mis jefes han preferido que yo entre a ese puesto por ser mujer. Me pasó eso en un puesto de producción y de entrevistas. También he sentido que las mujeres son más defensivas con su puesto de trabajo. Me ha pasado también que me han dicho que las mujeres no son capaces de ceder a su vida privada por el éxito laboral, en cambio los hombres sí, a ellos les importa el éxito laboral y si tienen hijos “pues que lo cuiden las mujeres”.</p> | <p>De acuerdo a lo que comunica la sociedad y medios (los hombres): El hombre siempre consigue lo que quiere, puede florear a cualquier chica, valora y descalifica cualquier tipo de cuerpo. El hombre es más fuerte, más valiente, tiene más tiempo libre. El hombre es proveedor. La mujer puede estar misia, pero el hombre nunca porque automáticamente es un perdedor. Confianza en sí mismo, seguridad, independencia, extrovertido, sociable, fuera de la casa.</p> <p>De acuerdo a lo que comunica la sociedad y los medios: La mujer hace las labores del hogar, la mujer cálida, se ocupa del hogar y cuidar la casa para él. Mujer mariana, casi divina, nunca está despeinada, sonríe, buena cocinera, compradora, cuida a los hijos. Es solidaria, cuidadosa, preocupada, dentro de la casa.</p> |
|--|--|--|

**Tema 3: Género, mensaje y carrera**

|  |   |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|---|
|  | <p><b>¿Qué se siente ser un hombre/mujer y estudiar comunicación para el desarrollo?<br/>¿Cuál es la opinión de tus amigos/familia?</b></p> | <p><b>¿Por qué sientes que existan más mujeres que hombres en la carrera?</b></p> | <p><b>¿Sientes que afecta la carrera? ¿por qué sí/no?</b></p> | <p><b>Listado de carreras (f/m)</b></p> | <p><b>Luego de haberme respondido la pregunta anterior, ¿Crees que existan carreras femeninas y carreras masculinas? ¿Dónde ubicarías a la comunicación para el desarrollo? ¿Por qué?</b></p> | <p><b>Reelectura del perfil. Apreciación. ¿afecta incidencia de mujeres o no?</b></p> |
|--|---|---|---|---|---|---|

|  |  |   |   |  |  |            |
|--|--|---|---|--|--|------------|
|  | <p>Siento que por ser joven y ser mujer me ha costado llegar a espacios y ocupar puestos laborales. Cuando te mueves en ambientes machistas no es fácil, te mandan a hacer cosas por ser mujer y no le piden a alguien en tu mismo puesto y con tus mismas facultades si ese alguien es otro hombre. Si viajas, por ejemplo, se espera que resistas “igual que un hombre”. Una comunicadora para el desarrollo tiene que estar preparada para viajes donde pruebas tu resistencia. Conozco chicas de la carrera que ese lado no les gusta.</p> | <p>Depende de quién te haya vendido la carrera. Los comunicadores para el desarrollo son estigmatizados, las otras especialidades se ríen y burlan de los comunicadores para el desarrollo hombre. También he visto que buscan mucho legitimizarse en el espacio, actúan más “hombre” porque está “invadido” por mujeres. También puede ser por tema de crianza: a los hombres les enseñan que tienen que ser proveedores del hogar y eso sólo se logra en carreras comerciales y de alto status. Las carreras orientadas al bien común son vistas como carreras que ‘no te dan plata’. Piensan que si quieres hacer el bien, debes estudiar una carrera que te de dinero y luego ser</p> | <p>Afecta la imagen externa de la carrera. Por ejemplo, con carreras como la Física. Demuestra que la Facultad no ha tenido la habilidad de fomentar que más hombres se interesen por la carrera. Es un problema que están dejando de lado, porque es importante tener puntos de vista de la “femeneidad” y “masculinidad”. Por ejemplo como una mujer interpreta temas de género y como un hombre lo interpreta. Es importante tener visiones e interpretaciones de ambos. Más aún si hablamos que se trata de una carrera de comunicaciones. Es importante nutrirnos de mensajes plurales y distintos. Siento que</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingeniería civil: M</li> <li>- Enfermería: F</li> <li>- Educación inicial: F</li> <li>- Psicología: F</li> <li>- Cocina: M</li> <li>- Arquitectura de interiores: F</li> <li>- Biología: F/M</li> <li>- Derecho: F/M</li> </ul> | <p>Para mi es para los dos. Los cursos tienen una orientación hacia ambos lados. Lo que hace que las personas piensen que es femenina es el espíritu de la carrera, lo valores que comunica. Socialmente es vista como una carrera femenina.</p> | <p>No.</p> |
|--|--|---|---|--|--|------------|

|                         |   |   |  |  |  |  |
|-------------------------|---|---|--|--|--|--|
|                         |   | voluntario de algo. Hay mucha presión hacia los hombres por generar plata.  | la facultad ha dejado de lado ese tema con la idea de que “es lo que es”. Se ha naturalizado la existencia de una población mayoritaria de mujeres.                      |  |  |  |
| <b>Nombre/Edad/Sexo</b> | <b>¿Por qué decidiste estudiar esta carrera? ¿Siempre fue así? ¿Qué te motivó a estudiarla?</b>   | <b>¿Qué piensan tu familia y amigos sobre tu carrera?</b>   | <b>¿Cómo definirías la Comunicación para el Desarrollo?</b>  | <b>Apreciación de lectura de perfil del comunicador para el desarrollo</b>   | <b>¿Por qué es importante tener comunicadores para el desarrollo en la sociedad?</b>   | <b>¿Qué quieres lograr con tu carrera? ¿De qué manera?</b>   |
| Paloma, F               | Siempre fue así desde quinto de secundaria. Siempre me han gustado los temas sociales y la comunicación. La carrera fue el punto intermedio perfecto. Me gustaba la Sociología, pero me parecía que se quedaba mucho en teoría. | Al inicio sólo mi papá la entendía. Cuando ingresé nadie sabía qué era lo que estudiaba. Comunicación para el desarrollo no se entendía, prefería decir “yo estudio Comunicación” | Creo que es la planificación y proyección de estrategias de comunicación que puedan contribuir a generar cambios en la realidad de las personas desde distintos ámbitos. | Creo que falta también agregar el entorno urbano, done hay distintos aspectos y retos. Falta también la comunicación organizacional ya que es algo en donde muchos egresados trabajan. | Si bien se ha avanzado en la inserción de la comunicación en otros espacios, falta mucho campo por recorrer. Nosotros por la formación que tenemos podemos ubicarnos en labores más de estrategia, desde la mirada de la | Me gustaría trabajar en el Estado. Me emociona la idea de estar dentro de la parte de Comunicaciones interviniendo en decisiones macro, a nivel nacional y pueda contribuir al cambio. |



|  |  |  |  |  |  |               |  |
|--|--|--|--|--|--|---------------|--|
|  |  |  |  |  |  | comunicación. |  |
|--|--|--|--|--|--|---------------|--|

**Tema 2: Género, comunicación y construcción del mensaje**

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | <p><b>¿Qué se siente ser un hombre/mujer en esta sociedad? ¿Cuáles son los retos/beneficios/dificultades/enseñanzas que enfrentas día a día?</b></p>  | <p><b>¿Crees que hay destrezas que la sociedad adjudica sólo a hombres y sólo a mujeres? A partir de tu experiencia personal y lo que ves día a día en los medios, calle, aula, ¿me podrías decir cuáles son?</b></p>   |
|  | <p>Definitivamente la tenemos más difícil. No podemos movernos con total libertad en el espacio público. Desde pequeñas nos han enseñado que los hombres tienen un poder, por ejemplo, el de expresarse hacia ti con toda la libertad del mundo. Tenemos un doble miedo: movernos solas en calles oscuras y en temas de seguridad. Me parece que muchos hombres no tienen esos miedos. Por ejemplo, el subirme sola a un taxi en la noche. Además tenemos una necesidad de sentirnos protegidas por otro hombre. Creo que vivimos en una sociedad machista, pero me alegra saber que estamos cambiando.</p> | <p>En relación a valores, los hombres son quienes deben proteger, estar a cargo, encargarse económicamente de la familia y si no, también de la pareja. Se le asigna ese rol. El hombre no puede expresar sus emociones, llorar o sentirse afectado, porque no es socialmente bien visto. Ahora, en nuestra generación sí siento que se ha dado un cambio con respecto a nuestros abuelos.</p> <p>Cuando pienso en mujer, pienso en los comerciales de detergente: que saben cocinar, cuidan su casa, limpian, cuidan a los hijos, siempre se ven perfectas. Sumisas en cuanto a expresar su opinión.</p> <p>Espacio público: masculino<br/>Espacio privado: el hombre toma las decisiones sobre lo que se debe hacer en el espacio y la mujer las ejecuta; o ella toma las decisiones pero no muestra la cara.</p> |

| Tema 3: Género, mensaje y carrera |   |  |   |  |   |  |
|-----------------------------------|---|--|---|--|---|--|
|                                   | ¿Qué se siente ser un hombre/mujer y estudiar comunicación para el desarrollo?<br>¿Cuál es la opinión de tus amigos/familia?  | ¿Por qué sientes que existan más mujeres que hombres en la carrera?  | ¿Sientes que afecta la carrera? ¿por qué sí/no?   | Listado de carreras (f/m)  | Luego de haberme respondido la pregunta anterior, ¿Crees que existan carreras femeninas y carreras masculinas? ¿Dónde ubicarías a la comunicación para el desarrollo? ¿Por qué?   | Relectura del perfil.<br>Apreciación.<br>¿afecta incidencia de mujeres o no? |
|                                   | No he tenido la oportunidad de enfrentarme por ese tipo de cosas. Más allá de la cortesía que pueden tener hacia mí por ser mujer, tal vez cuando salga de este ambiente sea más difícil, ya que los altos mandos están ocupados por varones. | Quizás podría ser por este tema de los sentimientos. La carrera te pide ser sensible al entorno justamente para generar cambios. Es por el tipo de carrera, no está en el discurso típico de hombre querer una carrera por el cambio social. Es distinto querer cambiar estudiando Sociología y leerte todos los libros y ser el típico prototipo de académico varón a estudiar Comunicación para el Desarrollo. | Puede ser un poco. De hecho son lógicas distintas que quizás no se tienen y son necesarias para mirar un problema. Eso sí podría afectar un poco. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingeniería civil: M</li> <li>- Enfermería: F/M</li> <li>- Educación inicial: F</li> <li>- Psicología: F/M</li> <li>- Cocina: F/M</li> <li>- Arquitectura de interiores: F</li> <li>- Biología: F/M</li> <li>- Derecho: F/M</li> </ul> | <p>Yo creo que sí, y es justamente por lo roles atribuidos a los hombres y mujeres. Yo nunca he visto a un profesor de inicial hombre. El estereotipo es tan naturalizado que los padres jamás aceptarían a un profesor varón. La normalidad es que sea mujer. Igual con “secretario” es más ni existe la palabra, nunca he visto un secretario.</p> <p>Yo ubicaría a la carrera para ambos géneros debido a su amplitud.</p> | Yo creo que no. El tema está en la comunicación sobre la carrera.            |

| Nombre/Edad/Sexo | ¿Por qué decidiste estudiar esta carrera? ¿Siempre fue así? ¿Qué te motivó a estudiarla?  | ¿Qué piensan tu familia y amigos sobre tu carrera?   | ¿Cómo definirías la Comunicación para el Desarrollo?  | Apreciación de lectura de perfil del comunicador para el desarrollo   | ¿Por qué es importante tener comunicadores para el desarrollo en la sociedad?  | ¿Qué quieres lograr con tu carrera? ¿De qué manera?  |
|------------------|---|--|---|---|--|--|
| Santiago, M      | Nunca lo tuve en cuenta hasta una charla que tuve en el colegio. Las comunicaciones me permitían tener una carrera más general para más adelante especializarme. El que me dio la charla fue un chico que explicó todas las carreras de comunicaciones. | No entienden mi carrera, para lograrlo tengo que explicarla con ejemplos, como recursos humanos y minería. Mis amigos la entienden mejor porque están más familiarizados. El sector laboral tampoco lo entiende. | Son mediadores, generan diálogo, traducen el mensaje de otro. Esa es una de las principales características que la separan de otras carreras de comunicación. | Lo enfoca bastante en el lado social y cuando entras a la facultad lo ponen más al medio (recursos humanos, etc.) | Porque hacemos abordajes diferentes en donde cruzamos bastantes aspectos hacia la comunicación: economía, sociedad, ambiente, etc. | Quiero ir más hacia el lado de la comunicación digital y usar la comunicación para el desarrollo más como aspecto técnico. |

**Tema 2: Género, comunicación y construcción del mensaje**

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | ¿Qué se siente ser un hombre/mujer en esta sociedad? ¿Cuáles son los retos/beneficios/dificultades/enseñanzas que enfrentas día a día? | ¿Crees que hay destrezas que la sociedad adjudica sólo a hombres y sólo a mujeres? A partir de tu experiencia personal y lo que ves día a día en los medios, calle, aula, ¿me podrías decir cuáles son? |
|--|--|---|

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | <p>Nuestra generación está cambiando, está poniendo en tela de juicio temas que antes eran considerados “normales”. Las tendencias son la igualdad, si tenemos algo que la gente espera, yo creo que es que continuemos esta tendencia orientada hacia la igualdad</p> | <p>. En cuanto a tener más éxito económico que las mujeres, creo que es algo del pasado que ya se está perdiendo. Creo que en la casa, sin embargo, las cosas no están cambiando tanto: el hombre sí o sí tiene que trabajar y ahora la mujer tiene la opción de también hacerlo, pero siento que todavía es “opción” porque hay presión porque cumpla su rol cuidando a los hijos. Otro tema son los sueldos: en una familia está mal visto que la mujer gane más que el hombre. A ese hombre se le considera como un “vago” cuando no debería de ser así. Igual siento que en nuestra generación ya no hay esa presión por querer mantener a una mujer. En el ambiente público las cosas cambian pero creo que en el privado hay cosas que se están manteniendo. Siento que vivo en una sociedad machista y que está cambiando, pero lentamente. La publicidad vende más al padre que juega con el hijo y a la mamá la que lo cuida (eso lo percibo en las campañas por el día de la madre y el día del padre)</p> |
|--|--|--|

**Tema 3: Género, mensaje y carrera**

|  |  |  |                                  |  |  |
|--|--|--|----------------------------------|--|--|
| <p>¿Qué se siente ser un hombre/mujer y estudiar comunicación para el desarrollo?<br/>¿Cuál es la opinión de tus amigos/familia?</p> | <p>¿Por qué sientes que existan más mujeres que hombres en la carrera?</p> | <p>¿Sientes que afecta la carrera? ¿por qué sí/no?</p> | <p>Listado de carreras (f/m)</p> | <p>Luego de haberme respondido la pregunta anterior, ¿Crees que existan carreras femeninas y carreras masculinas? ¿Dónde ubicarías a la comunicación para el desarrollo? ¿Por qué?</p> | <p>Relectura del perfil. <b>Apreciación.</b> ¿afecta incidencia de mujeres o no?</p> |
|--|--|--|----------------------------------|--|--|

|  |   |   |  |  |   |           |
|--|---|---|--|--|---|-----------|
|  | <p>Nunca la vi como una carrera donde podía ser tan grande la población de mujeres, por lo que me sorprendió cuando me di cuenta que así sería. Es algo que continúa sorprendiéndome y que cuestiono bastante. No es que sea una carrera “de mujeres” pero es lo que está sucediendo. Percibía educación y psicología como carreras más de “mujeres” pero jamás pensé que esta sería así.</p> | <p>Puede explicar que exista una crianza predominante y también un entorno en donde la mujer se espera que “sirva al otro” en donde el rol maternal de “cuidado” se involucra en la decisión de ser profesionales. También es el tema del campo laboral, aún no se sabe el potencial de la carrera en otros ámbitos más allá de la ong y cooperación, campos no tan de “servicio al otro” y campos socialmente percibidos como “lucrativos” trabajando para el sector privado, por ejemplo.</p> | <p>Tal vez la afecte, pero lo que se necesita es que la carrera sea validada, reconocida y tenga el status que merece y eso se resuelve conociendo el verdadero potencial de lo que estamos haciendo y en donde podemos desempeñarnos. Se puede ganar bien y ayudar al otro, puedes tener un buen puesto y no ser necesariamente un voluntario o alguien con baja paga. Falta, además, y es importantísimo, interdisciplinariedad. Un ingeniero trabaja con economistas, abogados, etc. Nos falta socializar con otras carreras y otros mundos laborales. Nos hemos movido sólo entre nuestros pares o entre</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingeniería civil: M</li> <li>- Enfermería: F</li> <li>- Educación inicial: F</li> <li>- Psicología: F</li> <li>- Cocina: M/F</li> <li>- Arquitectura de interiores: F</li> <li>- Biología: M/F</li> <li>- Derecho: M/F</li> </ul> | <p>No sé si es algo social o algo más científico, pero sí es cierto, existen carreras ligadas más a un género que a otro. Mira, en la pregunta anterior te he respondido ya sin pensarlo, son estereotipos que ya se han normalizado.</p> | <p>No</p> |
|--|---|---|--|--|---|-----------|

Anexo 5. Cuadros de sistematización de encuestas a profesores de acuerdo a tema.

|  |  |  |   |  |  |  |
|--|--|--|---|--|--|--|
|  |  |  | <p>sociólogos y antropólogos que miran la carrera de forma despectiva. Lo bueno es que poco a poco, mientras vamos yendo por nuevos campos laborales, más nos van conociendo.</p> |  |  |  |
|--|--|--|---|--|--|--|



| Tema 1: Retos de la carrera y perfil |  |  |  |                                 |  |
|--------------------------------------|--|--|--|---------------------------------|--|
| Nombre/Edad/Sexo                     | Cursos que dicta/tiempo de docencia/formación  | ¿Cómo definiría la Comunicación para el desarrollo?  | ¿Cuáles son los retos que enfrentó la carrera en el pasado?  | ¿Cuáles son los retos a futuro? | ¿Cómo definiría el perfil del estudiante?  |
| Gabriel/M                            | Dicto Economía para el desarrollo, Seminario 1 y 2, y Métodos de investigación 2. Soy docente por más de 10 años, desde el 2001 estoy acá porque la facultad tenía 4 años cuando ingresé. Entonces, 11 a 12 años más o menos. Estudié psicología y antropología. Psicología en la Garcilaso y antropología en la PUCP. | La comunicación para el desarrollo sería una especie de forma de generar condiciones de carácter comunicacional por cierto que puedan facilitar procesos de desarrollo para lo cual, evidentemente, se hace una intervención estrictamente comunicacional. | Creo que la comunicación para el desarrollo, más que retos, va descubriendo (como toda ciencia) metas o campos de acción que van definiendo su qué hacer y su pensar. Entonces, me da la impresión que de alguna forma hay temas fuertes como género, preocupación medio ambiental, sobre lo que significa el desarrollo social. Yo creo que el gran horizonte, teniendo en cuenta la coyuntura nacional, es buscar el desarrollo organizacional dentro de la esfera de lo público como también la esfera privada o empresarial. Siempre vamos al lado del desarrollo humano o social, cultural pero el organizacional es todavía es |                                 | Tener una gran sensibilidad social, ese es el común denominador de todas las generaciones de desarrollo que voy conociendo. Un sentido del compromiso social que se deriva de ello y un honesto deseo de revolucionar o cambiar las cosas que parece su capital más envidiable, por decirlo así. |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  |  | un elemento muy interesante que todavía tiene mucho que decir o hacer. |  |
|--|--|--|--|--|

**Tema 2: Desarrollo profesional y afinidad a otras carreras**

|  | <b>¿Cómo ve desenvolverse a un profesional de la especialidad?<br/>¿Dónde lo ve laborar?</b>  | <b>¿Cómo ve a las otras carreras de Comunicaciones? ¿Cuáles cree que es su perfil?</b>  | <b>¿En qué se diferencian de la Comunicación para el Desarrollo?</b>   | <b>¿Qué otras carreras ve como afines a la Comunicación para el desarrollo?<br/>¿Por qué?</b> |
|--|---|---|--|---|
|  | Últimamente me he desempeñado bastante en el ámbito de las consultorías que revisan las relaciones entre empresas extractivas y comunidades. Ahí, por ejemplo, me doy cuenta que ese "nicho" laboral ha estado básicamente trabajado por gente ligada al mundo de las Ciencias Sociales (antropólogos, sociólogos) pero en realidad quien debería estar ahí es el comunicador para el desarrollo. Lo que pasa es que hasta ahora y eso es, definitivamente, una | Yo veo al Audiovisual básicamente como un artista, creador de medios y recursos audiovisuales. Se expresa y trabaja audiovisualmente y trabaja. Su objetivo último no es necesariamente buscar el cambio social. Simplemente en función al lenguaje audiovisual que él domina y se entrena expresarse de esa forma o hacer que otros se expresen de esa forma. El publicista no busca | ma que es muy variopinto o tiene muchas aristas. El desarrollo no es solamente económica, cultural, de estructura social o decisiones o formas de gestionar la política. También implica estilos, mentalidades que hacen pensar en la pertinencia del aspecto psicológico o psicosocial. El campo de la Comunicación para el desarrollo, en la medida en que tenga desarrollo es una congruencia de muchas |   |



|  |  |   |  |  |
|--|--|---|--|--|
|  | <p>autocrítica, la especialidad no ha sabido comunicar con eficiencia lo que implica una especialidad como Comunicación para el desarrollo en esos ámbitos. Veo que la tendencia esta revirtiendose un poco. Vale decir, últimamente ya veo comunicadores para el desarrollo en una área de relaciones comunitarias. Lo que todavía persiste es que dichas áreas son jefaturadas por personas que son economistas o antropólogos o ingenieros, en la mayoría de los casos. Debería ser un comunicador el que esté trabajando ese nivel. En el ámbito público, el comunicador para el desarrollo es estereotipado. Yo veo que el comunicador para el desarrollo tiene la gran posibilidad de plantear política estrategias de comunicación o introducir el componente comunicacional en proyectos de caracter social. El punto es que por lo general, está arrinconado bajo el estereotipo de "Hazme la página web, el comunicado de prensa, el afiche. Mira si puedes hacer un video". Es un hacedor de recursos más no un diseñador de políticas o estrategias. Ahí hay un sentido limitado sobre lo que significa trabajar con</p> | <p>encesariamente el cambio social pese a que puede haber un compromiso con el marketing social, marketing de valores. Está en funcióna generar plataformas que sobre la base de la persuasión permitan básicamente mantener un sistema consumista en donde todo tiene evidentemente un precio, valor o beneficio que es la racionalidad básica del sistema y él es un facilitador simplemente de la dinámica que se genera alrededor de un sistema como ese. Entonces, el desarrollo ahí, por decirlo así de la forma en la que un comunicador para el desarrollo lo entendería, está un poco ausente. Definitivamente su prioridad es uno de sus clientes. El periodista evidentemente su campo de dominio son las dinámicas, la construcción, lo que significa la opinión pública de un elemento medular que es la información, la facilidad para poder administrar y proporcionar información. Su compromiso no es tanto con el desarrollo sino con la verdad objetiva. Entonces,</p> | <p>especialidades que obligan al comunicador para el desarrollo entender lo que cada uno de estas perspectivas puede proporcionarle pero lo que evidentemente es su razón de ser y su primer nombre es comunicador. En ese sentido, él es el experto en el variopinto y complejo mundo procesos de comunicación, sus plataformas, recursos, dinámicas a las que subordina las otras perspectivas. Entonces, si pierdes eso tienes un gran margen de posibilidades, de no saber qué eres, como quizás a muchos comunicadores para el desarrollo les pasa.</p> |  |
|--|--|---|--|--|

|  |   |   |  |  |
|--|---|---|--|--|
|  | <p>comunicadores. En el ámbito de lo privado a nivel organizacional, también existe esa misma falencia, el comunicador está en la página web o apoyando responsabilidad social o recursos humanos. Yo no tengo ningún problema con que en recursos humanos opere el comunicador para el desarrollo en tanto no lo restrinjan en cuanto a sus posibilidades de hacer. Yo creo que sí tiene mucho que plantear dentro del reto de la comunicación organizacional. Ahí hay bastante por hacer.</p> | <p>bajo esa perspectiva el comunicador para el desarrollo prácticamente marca o delimita su cancha de forma distinta a estas tres formas de pensar y racionalizar la comunicación. Es evidentemente lo que busca el desarrollero es el cambio social.</p> |  |  |
|--|---|---|--|--|

**Tema 3: Género y percepción**

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | <p><b>¿Cree que los valores de la sociedad de infiltran en las carreras? ¿Cree que existan percepciones sociales sobre algunas carreras que escapan la malla curricular de éstas?</b></p> | <p><b>¿Cree que la visión de género en la sociedad afecte la percepción de algunas carreras? ¿De qué manera? ¿Por qué?</b></p> | <p><b>¿Qué efecto tiene esta manera de percibir una carrera?</b></p> |
|--|---|--|--|

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  | <p>Yo no entré con la idea pre concebida que es carrera para mujeres. Me llamó la atención de que la mayoría del alumnado sean mujeres pero nunca asocié de que definitivamente sea una especialidad más para mujeres. Pensandolo bien, desde esa perspectiva, tú te das cuenta de que puedes encontrar más hombres en audiovisuales, por ejemplo, o en publicidad. Mientras que en escénicas, desarrollo e incluso en periodismo, la predominancia es más de mujeres. ¿Cómo explicar eso? Es bien complejo de poder hacerlo. Posiblemente tenga que ver con racionalidades masculinas y racionalidades femeninas en cuanto a lo social. Por decirlo así, de forma quizás grosera y aventurera, lo femenino es más nutricional, sensible y empático. En ese sentido, el mundo del desarrollo le es más afín. Es una hipótesis porque evidentemente para ser desarrollero tienes que ser empático, sensible. Al hombre, por lo general se le educa en la no sensibilidad. Se le educa a no ser expresivo, a ser más ejecutivo y dominante e independiente. Posiblemente, en ese sentido, lo audiovisual le sea más afín. Él mismo, amo y señor de su mundo y su destino. Igual, que posiblemente en el competitivo mundo de la publicidad y marketing. Yo asumo que, en todo caso, estas dos especialidades tienen más posibilidad de hacer click con estas formas de entender la masculinidad en nuestra sociedad o entender la feminidad. Por eso, tú vas notando este tipo de diferencias.</p> | <p>Podríamos decir que sí en primera instancia pero de forma hipotética porque la cuestión es corroborar mediante un estudio que determine qué aspectos de la masculinidad o la feminidad hacen que se diferencie las preferencias vocacionales. La Comunicación para el desarrollo no es muy conocida. Eso también puede significar que gran parte de la población masculina simplemente no entra en la especialidad por la simple razón de que cree que la comunicación solamente es ser periodista, publicista o audiovisual. De hecho que son varias cosas las que influyen. Depende del conocimiento de opciones que tú tienes. El entorno familiar es importante. Por ejemplo, un chico decide convertirse en científico social y va a optar por las tres tradicionales que ofrece la universidad: Economía, Sociología y Antropología pero se da cuenta que son componentes que lo perfilan a pensar, teorizar sobre la propia realidad. Posiblemente, ese no sea muy satisfactorio pero si conociera la posibilidad de no solo teorizar pero hacer algo con respecto a la realidad como es básicamente lo que caracteriza el desarrollo. Es posible que migre a la especialidad. Eso no se conoce mucho. Ahora, lo que significa el hacer u operar sobre la realidad o gestionar el desarrollo tiene un gran competidor que es</p> | <p>A mí me sorprende porque antes la mayoría absoluta era un matriarcado. Poco a poco se ha ido incrementando el número de varones pero evidentemente todavía un grupo minoritario. Me parece interesante ver que los chicos están de una u otra forma familiarizándose con otros elementos poco conocidos de la comunicación y que si satisfacen sus expectativas. Yo siempre he sido muy cuestionante con estas famosas cuotas que tejan que existir una cuota de mujeres en la lista obligatoriamente, por una cuestión de consideración de género. Las cosas para mí siempre han sido meritocráticas, al margen de que es cierto que las mujeres tienen que navegar cuesta arriba porque las condiciones para ellas no han sido las más favorables. Pero en estos tiempos andrógenos y postmodernos creo que la situación podría cambiar un poco. En ese sentido, más que preocuparnos por cuotas deberíamos preocuparnos en todos los órdenes por difundir más lo que es la especialidad. No solamente es una cuestión de género sino de conocimiento de que hay muchas personas que puedan realizarse ejerciendo la Comunicación para el desarrollo.</p> |
|--|--|--|--|

|  |   |   |  |  |
|--|---|---|--|--|
|  |   | <p>la carrera de gestión. Gestión y alta dirección justo da en el clavo en la idea de cómo la masculinidad se representa a sí misma en términos de dominio, ejecución y capitanear algo. Entonces, cada uno quiere ser evidentemente capitán y se van a esa carrera. Es hipotético también. Entran una serie de factores que se deben tomar en consideración al momento de tomar una decisión. Creo que muy pocos los que de arranque sabían que querían estudiar Comunicación para el desarrollo. El discernimiento ha sido posterior. Ninguno desde el colegio la tenía clara. Es una especialidad poco conocida. Está ligada a campos más tradicionales de la comunicación. Por ende, es más asociado a, como oferta, para las mujeres que para los hombres.</p> |  |  |
| <b>Tema 4: Género comunicación y carrera</b> |   |   |  |  |
|  | <p><b>¿Cree que la Comunicación para el Desarrollo es percibida como una carrera con cierta inclinación a un género? ¿Por qué? ¿Por qué no?</b></p> | <p><b>¿A qué se debe la incidencia mayoritaria de mujeres con respecto a hombres en la carrera?</b></p>   | <p><b>¿Siente que existe mensajes sobre género en la sociedad que afecta la manera en la que la carrera es percibida? ¿Cuáles y de qué manera?</b></p> | <p><b>¿De qué forma afectaría o afecta a la carrera?</b></p> |

|  |  |   |  |  |
|--|--|---|--|--|
|  | <p>Eso es otro asunto. En realidad, los chicos son pocos pero yo los veo bien posiciones a muchos de ellos (laboralmente). Bajo qué criterio el empleador busca un perfil donde ya tiene una expectativa del género que debe pertenecer, yo no sabría decirte cuál sería el criterio que predomine ahí en esa decisión, que parece estereotipada y que crea precisamente los estereotipos y desconocimientos que se tiene sobre el comunicador para el desarrollo.</p> | <p>Puede ser la fortaleza del estereotipo que fortalece esas opciones. Es cuestión de reforzar la idea que te compartí hace un momento, la necesidad de se conozca la especialidad para que empleadores y futuros estudiantes de la especialidad puedan realmente saber de qué se trata y si empata con sus ideas, necesidades y tomar la decisión que competa.</p> |  |  |
|--|--|---|--|--|

**Tema 1: Retos de la carrera y perfil**

| Nombre/Edad/Sexo | Cursos que dicta/tiempo de docencia/formación | ¿Cómo definiría la Comunicación para el desarrollo?  | ¿Cuáles son los retos que enfrentó la carrera en el pasado?  | ¿Cuáles son los retos a futuro?   | ¿Cómo definiría el perfil del estudiante?   |
|------------------|---|--|--|---|---|
| Javier/M         | Prácticas Creativas. Docente desde el 2011    | Yo creo, por ejemplo, que parte de los objetivos del desarrollo del buen vivir, que una sociedad o una comunidad pueda aspirar o trabajar en pos de (porque nunca se logra) un progreso, una mejora en sus condiciones de vida. Finalmente es eso, mejorar sus condiciones de vida. La comunicación es parte de esas | Tiene que ver con una legitimación, legitimidad o búsqueda de legitimidad de parte de los otros acerca de nuestro rol en esos temas. Seguramente cuando yo estaba empezando el rol que se nos asignaba en el campo del desarrollo era justamente el del operador | Su “chamba” va a ser trabajar para una empresa y lograr también los objetivos, les van a enseñar mucho de esto pero deberían mantener su activismo y su apuesta por causas más grandes en otro ámbito que tenga que ver con sus redes | Lo común en la mayoría de casos es que tienen una sensibilidad social, sienten que hay que cambiar algo, sienten que las ciencias sociales (sociología, antropología) se quedan en estudiar y no en actuar. Sienten que |

|  |  |  |   |   |   |
|--|--|--|---|---|---|
|  |  | <p>condiciones que hay mejorar. Hasta donde yo entiendo hay dos cosas que trabajamos los comunicadores para el desarrollo que nos vincula a los objetivos propiamente de desarrollo. Uno es que buscamos transformar o potenciar lo negativo o positivo de lo que tiene que ver con el sentido común que circula en la sociedad o comunidad específica. Sus percepciones sobre sexualidad, el ambiente o la política. Todo lo que tiene que ver con percepciones, maneras de cómo se siente, vive o piensa o un tema. Un tema debe ser transformado, eso tiene que ver con comunicación porque es construir relatos que cuestionen esas percepciones o que potencien las percepciones que nos parecen positivas. Otro cambio que tiene que ver con el creer: en qué creemos. Los comunicadores y comunicadoras para el desarrollo ayudamos a que ese creer se oriente hacia el sentido, el bienestar común, que puedan vivir el cambio social o lo que fuere. El otro aspecto que vincula el desarrollo como comunicadores</p> | <p>de tecnología. En la ruta creo que ha habido un proceso e incidencia a partir de la práctica, la reflexión teórica, de la academia y de espacios internacionales donde se ha buscado legitimar y hacer entender a quienes toman decisiones en los ámbitos del desarrollo que la comunicación es un componente esencial para buscar cambios y no simplemente una herramienta. Creo que eso es un cambio en este tiempo.</p> | <p>sociales pero no para hacer “likes” sino para, en realidad, sumarse a causas de verdad. No las causas del Facebook. Entonces es organizarse, es algo que sucedía en los 70. Pasó también en los 80: los jóvenes organizados. En los 90 decayó, en la época de Fujimori. Yo creo que se puede retomar a estas alturas. Yo creo que este es un desafío y que la universidad, por ejemplo, de algún modo podría fomentar.</p> | <p>el arte y otras cosas, porque muchos han venido de distintas rutas, les permiten la creatividad pero que no los encuentra en el campo de tratar de hacer cambios. Entonces, yo siento que vienen con las ansias de cambiar y encuentran en la Comunicación para el Desarrollo herramientas para hacerlo. Yo creo que sí es necesario un compromiso con el cambio para el comunicador para el desarrollo. Sí tienen que tener un compromiso con el cambio. ¿Cómo entienden el cambio y cuál es su perspectiva del cambio? Eso, obviamente, está abierto a la discusión.</p> |
|--|--|--|---|---|---|

|  |   |  |   |  |  |
|--|---|--|---|--|--|
|  |   | <p>tiene que ver con las relaciones. Los vínculos entre diversos, entre distintos. Esto tiene que ver con el poder porque toda relación humana, por debajo está el poder. Es decir, la relación entre hombres y mujeres, entre adultos y jóvenes, autoridades y ciudadanos y todas las formas de relaciones que nos imaginemos. Nuestra labor es aproximar, a ayudar a comprender a desterrar prejuicios o estereotipos entre unos y otros. Finalmente, es contribuir a que pueda haber un diálogo, un sentarse en la mesa a decidir cosas de manera conjunta pero eso solo es posible si se bajan esas barreras de desconfianza, de estereotipos. Esa es labor nuestra.</p> |   |  |  |
| <p><b>Tema 2: Desarrollo profesional y afinidad a otras carreras</b></p> |   |  |   |  |  |
|  | <p><b>¿Cómo ve desenvolverse a un profesional de la especialidad?<br/>¿Dónde lo ve laborar?</b></p> | <p><b>¿Cómo ve a las otras carreras de Comunicaciones? ¿Cuáles cree que es su perfil?</b></p>  | <p><b>¿En qué se diferencian de la Comunicación para el Desarrollo?</b></p> | <p><b>¿Qué otras carreras ve como afines a la Comunicación para el desarrollo?<br/>¿Por qué?</b></p> |  |

|  |   |   |                             |  |
|--|---|---|-----------------------------|--|
|  | <p>Yo sí siento que es muy importante para un comunicador o comunicadora para el desarrollo tener experiencia de tiempo ,al menos al inicio, de contar tu trabajo directo con la comunidad. Sería esencial, por ejemplo, que se trabaje más en áreas rurales. Por lo tanto, que sea un requisito mayor saber quechua y lenguas nativas amazónicas que saber inglés.</p> | <p>Yo siento que las otras carreras son más instrumentales. ¿En qué sentido? Si haces Comunicación Audiovisual, Publicidad, Periodismo, no necesariamente buscas el cambio, buscas informar, vender, y contar audiovisualmente cosas determinadas. Ahí depende del sujeto que estudia eso si quiere buscar cambiar las cosas o afectar políticamente las cosas usando la herramienta de la publicidad, audiovisual o del periodismo. En cambio, siento que Comunicación para el Desarrollo implica que quienes estudian eso buscan un cambio.</p> | <p>idem con la anterior</p> | <p>Yo diría que se alimentan como ha sucedido. En general, la Comunicación para el Desarrollo se ha alimentado mucho de las ciencias sociales. Le han aportado la comprensión, herramientas o métodos para comprender la sociedad. Desde la antropología para usar métodos más rurales, la sociología para los ámbitos más urbanos. Siento que las artes también, las artes entendidas como toda manera de expresar y de construir un relato comprensible sobre lo que ocurre en el entorno. Por ahí entran las artes plásticas, narrativas, literarias, audiovisuales con tecnología o sin ella. Todas las artes porque nosotros trabajamos con las artes como una herramienta. No como un fin artístico.</p> |
|--|---|---|-----------------------------|--|

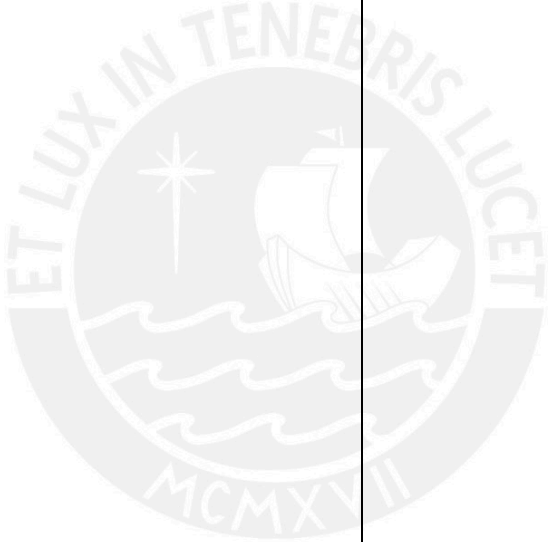
**Tema 3: Género y percepción**

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | <p><b>¿Cree que los valores de la sociedad de infiltran en las carreras? ¿Cree que existan percepciones sociales sobre algunas carreras que escapan la malla curricular de éstas?</b></p> | <p><b>¿Cree que la visión de género en la sociedad afecte la percepción de algunas carreras? ¿De qué manera? ¿Por qué?</b></p> | <p><b>¿Qué efecto tiene esta manera de percibir una carrera?</b></p> |
|--|---|--|--|



|  |   |                                       |  |
|--|---|---------------------------------------|--|
|  | <p>Definitivamente, yo creo que es así. Yo creo que es no es que las mujeres y los hombres tengan per se por el hecho de nacer hombre o mujer una inclinación sobre una cosa u otra en general en lo que puedes hacer en la sociedad. Yo creo que estás, de algún modo, te alientan desde pequeño o pequeña a determinadas cosas en función de lo que tus padres creen que es lo conveniente y lo que encuentran en el contexto: la edad, la educación, la escuela, etc. Entonces, yo sí creo que, en general, se alienta en las mujeres y ellas se lo creen así; de repente, los hombres también creen que es así, el ser para otros. Que las mujeres son para otros. Es decir, que siempre van a estar preocupadas por lo que le pasa al otro, a quien esté a su lado, sea un amigo, una pareja, un hijo, un anciano, una persona que requiere de la mujer. Y que un hombre ha sido alentado, fomentado, se le ha promovido que la búsqueda del éxito de demostrar que es más. Esas son presiones que influyen para hombres y mujeres. Son presiones porque, por ejemplo, un hombre que decide ser para los demás: dedicarse a sus hijos y no tener éxito en el mundo profesional, va a ser visto como un pisado, disminuido, insatisfecho, que no ha logrado sus objetivos, etc. No respetado. Una mujer que en lugar de dedicarse a los otros se afana por salir adelante sola y tener sus objetivos personales por encima de todo va a ser vista como insensible, que no ha logrado su maternidad, etc. Entonces, esas presiones incluyen y hay carreras vinculadas a esos afanes.</p> | <p>relación con pregunta anterior</p> |  |
|--|---|---------------------------------------|--|

| <b>Tema 4: Género comunicación y carrera</b> |   |  |  |  |
|--|---|--|--|--|
|  | <b>¿Cree que la Comunicación para el Desarrollo es percibida como una carrera con cierta inclinación a un género? ¿Por qué? ¿Por qué no?</b>  | <b>¿A qué se debe la incidencia mayoritaria de mujeres con respecto a hombres en la carrera?</b>   | <b>¿Siente que existe mensajes sobre género en la sociedad que afecta la manera en la que la carrera es percibida? ¿Cuáles y de qué manera?</b>                                | <b>Legitimación (tema importante que nació en la entrevista)</b>   |
|  | De alguna manera, yo siento que la Comunicación para el Desarrollo erróneamente es asociada al ser para otros. Digo erróneamente porque sí tiene una dimensión de ser para otros, lo que busca es empoderar a otros, no hacer las cosas por otros. Al mismo tiempo, eso es difícilísimo; por lo tanto, lograrlo sería un éxito. Entonces, curiosamente, a mi me llama mucho la atención que en todas las aulas desde el 2011 hasta ahora, me ha tocado hacer el curso, nunca ha habido 50/50. Siempre ha sido muchas mujeres, incluso siempre ha habido problemas porque los pocos hombres eran disputados para que no sean solo grupos de mujeres en algunos casos | Lo que sí es importante es ser conscientes de si hay diferencias en los aportes, en la sensibilidad, en la forma de entender las cosas en el campo de la comunicación para el desarrollo con respecto a si eres hombre o mujer. No lo he pensado con detenimiento, pero si es cierto que en buena parte de los casos en el campo laboral, en el trabajo que he hecho con otros grupos, han sido más mujeres, que varones, las interlocutoras. Puede tener que ver con el tema social de ser formadas para otros, pero también puede tener que ver con que se han desarrollado más habilidades en la formación de las mujeres para trabajar en estos temas. | Hay un mayor predominio de las chicas, el tema era de chicas y el chico asumía, se ponía en un rol más en la sombra. Al menos en lo público, en la discusión. Yo creo que, por | Yo creo que esa pelea no se está haciendo. Que la universidad, con el prestigio, el peso y todo lo que tiene, arme un foro sobre el rol estratégico de la comunicación para el desarrollo en los sectores productivos.<br>(...)<br><br>Pero también como universidad, viendo más en la legitimidad social o pública de lo que se está enseñando, pisar fuerte desde el prestigio que te da la universidad y vincularte, y en consecuencia vincular a tus estudiantes o a tus egresados, con espacios estratégicos de decisión. Educación y salud es lo típico, pero también con lo productivo, donde se mueve más plata; o con las regiones, que ahora van a ser reducidas en términos de manejo de dinero, pero donde se requiere también muchas capacidades. Justamente una de las necesidades de las regiones y |

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
|  |  |  | <p>municipios es buscar personas con la capacidad de gerencias, diseñar proyectos, etc. Por ejemplo, algo que se requiere mucho, el manejo de estos mecanismos para proyectos de inversión pública que tienen que hacer las municipalidades y las regiones para hacer sostenible cualquier iniciativa social que entre en el sistema del ministerio de economía y finanzas. En eso los estudiantes deberían ser formados. Conocer como se mueve eso. Eso lo van a hacer los municipios y las regiones, donde eventualmente ellos pueden colaborar. Pero manejar como funciona eso es importante, porque en estos tiempos, no esperes que el trabajo venga de la cooperación. Te puede venir de la empresa privada, pero también puede venir del municipio, de la región o del estado. Tú deberías saber como una idea que tienes puede ser aprobada y comprada por el ministerio de economía y finanzas y hacer que esa idea se haga en una región o en un municipio o incluso a nivel nacional. Entonces, si no conoces el mecanismo, solamente sabes cómo hacer un proyecto para la cooperación y no un proyecto para el sistema estatal, estas desequilibrado.</p> |
|--|--|---|---|

| <b>Tema 1: Retos de la carrera y perfil</b>                       |  |  |  |  |   |
|---|--|--|--|--|---|
| <b>Nombre/Edad/Sexo</b>   | <b>Cursos que dicta/tiempo de docencia/formación</b>   | <b>¿Cómo definiría la Comunicación para el desarrollo?</b>   | <b>¿Cuáles son los retos que enfrentó la carrera en el pasado?</b>   | <b>¿Cuáles son los retos a futuro?</b>   | <b>¿Cómo definiría el perfil del estudiante?</b>  |
| Mirtha/F  | Estudié Comunicaciones en la de Lima. Profesora desde el año 2000. Actualmente profesora de “proyecto final de comunicación para el desarrollo” en la PUCP | Enfoque de mediación, puente entre actores que aparentemente tiene diferencias. Puente entre el estado y la ciudadanía, entre generaciones. Accesibilidad, generación de contenidos. | El diseño de metodologías en el proyecto, el diagnóstico, la línea entre las otras carreras con respecto a la nuestra. Aprender la distinción entre problemas de comunicación y problemas de desarrollo. | A la comunicación le falta legitimarse. La comunicación para el desarrollo necesita legitimación. Darnos nuestro lugar en el campo profesional. Debemos pensar más en estrategias que en acciones. | Tiene que ser un estratega y un mediador. A este país le falta mediadores. Que desarrolle capacidades para generar modelos de gestión, herramientas, metodologías de trabajo y un gran investigador de los públicos y entornos. |
| <b>Tema 2: Desarrollo profesional y afinidad a otras carreras</b> |  |  |  |  |   |
|   | <b>¿Cómo ve desenvolverse a un profesional de la especialidad?<br/>¿Dónde lo ve laborar?</b>   | <b>¿Cómo ve a las otras carreras de Comunicaciones? ¿Cuáles cree que es su perfil?</b>   | <b>¿En qué se diferencian de la Comunicación para el Desarrollo?</b>   | <b>¿Qué otras carreras ve como afines a la Comunicación para el desarrollo?<br/>¿Por qué?</b>  |   |

|                                    |   |   |   |   |
|------------------------------------|---|---|---|---|
|                                    | <p>Antes solían ser las ONG's, sin embargo ya no significan un campo de desarrollo fuerte actual. El estado es un campo importante que se ha abierto. Hay muchos desafíos ahí y muchos grandes retos para los comunicadores para el desarrollo. Debemos entrar más aún en políticas públicas. La "comunicación estratégica" es una palabra que se está usando bastante. Otro campo importante es la Responsabilidad Social Empresarial.</p> | <p>Todas las carreras son complementarias. Comenzando por los cursos. Nos enlazamos mucho con todas las especialidades. Debemos saber sobre publicidad, periodismo y audiovisuales. Depende de cada uno qué cursos toma de esas especialidades, tomando de todo un poco, nos hacemos más fuertes como profesionales. Es nuestro deber además como comunicadores aprender de todas las especialidades relacionadas a éste campo.</p> | <p>Nosotros normalmente estamos enfrentados a espacios temas y actores que no tienen luz. Nuestro desafío es ponerle luz y que la gente se dé cuenta y que esa luz se quede. Es una mezcla de dar a conocer y movilizarlos.</p> | <p>Ciencias políticas es un gran complemento. Antropología también, así como Estudios Culturales. Es importante para nosotros los comunicadores para el desarrollo especializarnos en un campo. En estos tiempos es importante tener una especialización.</p> |
| <b>Tema 3: Género y percepción</b> |   |   |   |   |
|                                    | <p><b>¿Cree que los valores de la sociedad de infiltran en las carreras? ¿Cree que existan percepciones sociales sobre algunas carreras que escapan la malla curricular de éstas?</b></p>   | <p><b>¿Cree que la visión de género en la sociedad afecte la percepción de algunas carreras? ¿De qué manera? ¿Por qué?</b></p>  | <p><b>¿Qué efecto tiene esta manera de percibir una carrera?</b></p>  |   |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  | <p>Sí claro, por ejemplo, educación, salud, están vinculadas a lo femenino. La asistencia social también. Las carreras vinculadas al servicio se asocian mucho a la mujer. La vocación de servicio, carreras sociales, tienen percepciones femeninas en la sociedad. El mensaje en el entorno y entre nosotros nos lleva a esto.</p> | <p>Vivimos en una sociedad machista. Antes era mucho más. Ciencias es más dirigida hacia hombres, carreras relacionadas a “otros” es más relacionado con mujeres. Por ejemplo, yo comencé en la de Lima como ingeniera industrial. Del 100% de la clase, 90% eran hombres. Encima los delegados del salón éramos las chicas porque tenían una percepción de que esas eran habilidades “secretariales” que iban más acorde con una mujer. Luego me pasé a Comunicaciones...el 90% eran mujeres. El cambio me chocó.</p> | <p>En el incentivo para estudiarla tal vez. La comunicación que genera la percepción termina haciendo de muchas carreras un estereotipo. Las consecuencias de los estereotipos es asustar a otros a ser distintos. En un principio no debería de existir carreras “femeninas” y carreras “masculinas”. Las personas cambiamos más rápido que las sociedades, por lo que por más que tengamos el valor de estudiar las carreras con estereotipo, la sociedad se demorará más en aceptarlo.</p> |
|--|--|--|---|

**Tema 4: Género comunicación y carrera**

|  | <p><b>¿Cree que la Comunicación para el Desarrollo es percibida como una carrera con cierta inclinación a un género? ¿Por qué? ¿Por qué no?</b></p>   | <p><b>¿A qué se debe la incidencia mayoritaria de mujeres con respecto a hombres en la carrera?</b></p>   | <p><b>¿Siente que existe mensajes sobre género en la sociedad que afecta la manera en la que la carrera es percibida? ¿Cuáles y de qué manera?</b></p>   | <p><b>¿De qué forma afectaría o afecta a la carrera?</b></p>  |
|--|---|---|--|---|
|  | <p>Porque es una carrera donde se piensa en el otro y con vocación social. Es considerada en el imaginario como una carrera de “servicio”. Ese imaginario no comprende la maravillosa dimensión estratégica y organizacional que tiene la carrera (característica asociada bastante socialmente a los hombres).</p> | <p>Existe presión muy grande en los hombres por tener una carrera legitimada y con dinero. Nuestra carrera aun no es muy reconocida en el campo laboral. Hemos sido formadas (las mujeres) por una huella de socialización teñida de machismo que hasta se infiltra en nuestras elecciones, incluyendo la</p> | <p>Algunos dividen el campo laboral en servicio y productivo. Las mujeres están ubicadas en el campo de servicio y los hombres en lo productivo. La carrera entra en el lado de servicio. Otro tema es el status. Elegir una carrera “al servicio de” no tiene nada de malo. Lamentablemente el tema ahí es que no cuentan con la legitimidad y el status que deberían de tener. Eso</p> | <p>La recorta en el imaginario. La imagen de la carrera comunica mensajes que no necesariamente corresponden a la realidad de la currícula.</p> |

|  |  |                   |  |  |
|--|--|-------------------|--|--|
|  |  | elección laboral. | inhibe también a los hombres, que sienten una presión social por esas dos características, se inhiban de escoger una carrera de servicio. Una carrera “masculina” tiene la ruta hacia el status más corta que una carrera percibida como “femenina”. |  |
|--|--|-------------------|--|--|

**Tema 1: Retos de la carrera y perfil**

| Nombre/Sexo | Cursos que dicta/tiempo de docencia/formación | ¿Cómo definiría la Comunicación para el desarrollo? | ¿Cuáles son los retos que enfrentó la carrera en el pasado? | ¿Cuáles son los retos a futuro? | ¿Cómo definiría el perfil del estudiante de comunicación para el desarrollo? |
|-------------|---|---|---|---------------------------------|--|
|             |   |   |   |                                 |  |

**Tema 2: Desarrollo profesional y afinidad a otras carreras**

|  |   |   |   |  |
|--|---|---|---|--|
|  | <p><b>¿Cómo ve desenvolverse a un profesional de la especialidad?<br/>¿Dónde lo ve laborar?</b></p> | <p><b>¿Cómo ve a las otras carreras de Comunicaciones? ¿Cuáles cree que es su perfil?</b></p> | <p><b>¿En qué se diferencian de la Comunicación para el Desarrollo?</b></p> | <p><b>¿Qué otras carreras ve como afines a la Comunicación para el desarrollo?<br/>¿Por qué?</b></p> |
|  |   |   |   |  |

**Tema 3: Género y percepción**

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  | <p><b>¿Cree que existan percepciones sociales sobre algunas carreras que escapan la malla curricular de éstas?</b></p> | <p><b>¿Cree que la visión de género en la sociedad afecte la percepción de algunas carreras?<br/>¿De qué manera? ¿Por qué?</b></p> | <p><b>¿Qué efecto tiene esta manera de percibir una carrera?</b></p> |
|--|--|--|--|



|  |  |  |   |   |
|--|--|--|---|---|
|  |  |  |   |   |
| <b>Tema 4: Género comunicación y carrera</b> |  |  |   |   |
|  | <p>¿Cree que la Comunicación para el Desarrollo es percibida como una carrera con cierta inclinación a un género? ¿Por qué? ¿Por qué no?</p> | <p>¿A qué se debe la incidencia mayoritaria de mujeres con respecto a hombres en la carrera?</p> | <p>¿Siente que existe mensajes sobre género en la sociedad que afecta la manera en la que la carrera es percibida? ¿Cuáles y de qué manera?</p> | <p>¿De qué forma afectaría o afecta a la carrera?</p> |
|  |  |  |   |   |

| <b>Tema 1: Percepción de género y vida diaria</b> |  |   |  |   |
|---|--|---|--|---|
| <b>Nombre/Sexo</b>                                | <b>Formación/ Línea de profesión y carrera</b>   | <b>¿Cómo ha cambiado las percepciones de género hoy?</b>  | <b>¿Qué no ha cambiado? ¿Cuáles son los retos futuros?</b>   | <b>¿Cómo se traslada la relación de género a distintos campos de la vida diaria?</b>  |
| Hilda Cárcamo/F                                   | Trabajadora Social Especialista en Desarrollo/ Area de género interculturalidad y respuesta humanitaria UNFPA Perú | Ha habido una evolución, en algunos aspectos ha evolucionado más rápido. La legislación ha evolucionado más rápido que los mandatos sociales. Los medios de comunicación siguen formando estereotipos cuesta que haya una redacción y abordaje con equidad de género. | <p>No ha cambiado, por ejemplo, que temas ahora penados por la ley, como el acoso sexual callejero sean realmente tratados y las sanciones ejecutadas. Las personas que tienen que implementar esa norma tienen el estereotipo. Existe también una presión porque la mujer cumpla sus primeros deberes, los prioritarios, como la familia. La carrera y participación política es relegada.</p> <p>Debe reconocerse el trabajo de las mujeres en el hogar. Deberían de abrirse servicios de cuidado para que más mujeres puedan participar tanto como los hombres en su profesión.</p> | En el ámbito profesional: Tiene que ver tanto con las oportunidades que uno tenga, así como sus habilidades sociales. Es normal y no tiene nada malo mientras siempre haya habido una opción, que una mujer decida quedarse en el hogar. En cambio si un varón hace eso, lo llaman “mantenido”. |
| <b>Tema 2: Género, comunicación y profesión</b>   |  |   |  |   |

|  | ¿Cuál es la relación del género y la comunicación?   | ¿Cómo se genera una percepción femenina/masculina con respecto a una profesión?   | ¿Qué efectos causa en la profesión?   |
|--|--|---|---|
|  | <p>En el tratamiento de los titulares, en mensajes subliminales, fotografía y representación de la mujer. Omisión en el lenguaje que te hace invisible. En la publicidad también fomentan esos roles, por ejemplo en un comercial para una harina de repostería el mensaje “Ahora papá te sorprende haciendo un postre” por qué debería de ser sorpresa? En cambio para la mamá no lo sería. También puede usarse para dar mensajes adecuados y en donde no enfatizan roles.</p> | <p>Depende de la sociedad y las oportunidades que se te van (o no) abriendo. Eso delimita las habilidades que vas desarrollando y a la vez eso abre (o no) oportunidades en la elección de profesión. Por ejemplo, cuidado, carreras sobre cuidado son fomentadas más en las mujeres.</p> | <p>Sería como una fuga de talentos. Aquí si está mal visto que una mujer o un varón ejerza algún tipo de carrera y tienen la oportunidad de irse, pues se irán. En mis tiempos, las mujeres se iban a Rusia a estudiar ingeniería porque ahí era más equitativo y más fácil. Esta fuga de talentos no es a futuro, ya nos está pasando.</p> |

**Tema 3: Efectos en la sociedad**

|  | ¿Qué efectos causa en la sociedad?  |
|--|---|
|  | <p>En el futuro la fuga de talentos puede afectar al desarrollo del país.</p> |

| <b>Tema 1: Percepción de género y vida diaria</b> |   |  |   |  |
|---|---|--|---|--|
| <b>Nombre/Sexo</b>                                | <b>Formación/ Línea de profesión y carrera</b>  | <b>¿Cómo ha cambiado las percepciones de género hoy?</b>   | <b>¿Qué no ha cambiado? ¿Cuáles son los retos futuros?</b>  | <b>¿Cómo se traslada la relación de género a distintos campos de la vida diaria?</b>   |
| Melissa Bustamante/F                              | Abogada de la Pontificia Universidad Católica del Perú con especialidad en derechos humanos de las mujeres y género/ UNFPA Perú | La legislación continúa siendo permeada por patrones de género, al igual que nuestra cultura. El cambio tomará mucho tiempo en el punto de vista de política pública y en ejecutar las leyes y hacerlas cumplir desligándonos de los patrones de género convencionales. Hemos dado pasos importantes pero estamos lejos de cumplir estándares internacionales. | <p>Aún queda trabajo para abrir campos en donde la mujer pueda tener más protagonismo en el aspecto político. Hay mucho acoso político contra las mujeres.</p> <p>Es necesario promover normas, fortalecer democracia interna de los políticos para promover la participación de mujeres, debemos ampliar soluciones de presupuesto en temas de violencia contra la mujer, sancionar a los agresores y percepción cultural.</p> | La relación se traslada y los roles se juegan cuando una no tiene opciones. Mientras existan opciones y una mujer decida tomarlas con total libertad y acceso a información, no tenemos por qué juzgar sus decisiones. |
| <b>Tema 2: Género, comunicación y profesión</b>   |   |  |   |  |
|   | <b>¿Cuál es la relación del género y la comunicación?</b>   | <b>¿Cómo se genera una percepción femenina/masculina con respecto a una profesión?</b>   | <b>¿Qué efectos causa en la profesión?</b>  |  |

|  |   |   |  |
|--|---|---|--|
|  | <p>El uso de la información por ejemplo, sin perspectiva de género en los medios de comunicación. Por ejemplo en caso de violencia familiar “justifican” el accionar del varón que golpeó a su esposa. Si se utiliza bien, los medios de comunicación son una mina de oro para promover cambios culturales.</p> | <p>Los roles, espacios y atributos que se asignan a hombres y mujeres a lo largo de nuestra vida determinan nuestro comportamiento, nuestro lugar de desarrollo y los distintos mandatos que tendremos en nuestra vida social esto incluye nuestra visión de las profesiones.</p> | <p>Definitivamente cualquier persona que corte sus decisiones de carrera profesional en función de un mandato cultural, de todas maneras está bloqueando alguna actitud o aptitud y no aprovechándolo. Podría significar y nunca lo sabremos, una pérdida para la ingeniería (por ejemplo)</p> |
|--|---|---|--|

**Tema 3: Efectos en la sociedad**

|  |  |
|--|--|
|  | <p><b>¿Qué efectos causa en la sociedad?</b></p> |
|  | <p>Idem pregunta anterior</p>                    |