

UNIVERSIDAD

SIGLO 21

TRABAJO FINAL DE GRADO
MANUSCRITO CIENTIFICO

**"EL PAPEL DEL
PERIODISMO EN LA
LUCHA CONTRA LA
VIOLENCIA ECONÓMICA
DE GÉNERO"**

*"The role of journalism in the fight against gender-based
economic violence."*

ANALISIS DE LA COBERTURA DE LOS
MEDIOS DIGITALES EN EL ULTIMO
SEMESTRE

AUTOR: MARCELO DE MARCO

Legajo: VPER 001535

Tutora: Guadalupe Zamar Despontin

CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES
JUNIO 2023

Índice

Agradecimientos.....	2
Resumen	3
Abstract.....	3
Introducción	4
Métodos.....	11
Resultados.....	25
Discusión	33
Referencias Bibliográficas	41
Anexo Entrevistas	43
Anexo I – Fragmento de la entrevista a Martina Soto Pose (Periodista) - 18/05/2023.....	43
Anexo II – Fragmento de la entrevista a María Alejandra Brandolini (Presidenta Fondo Argentino de Mujeres Ejecutivas) - 02/06/2023	46
Anexo III – Fragmento de la Entrevista a Patricia Pérez (Presidenta ILAPYC “Instituto Latinoamericano Paz y Ciudadanía) – 05/06/2023.....	48

Agradecimientos

En primer lugar, expreso mi agradecimiento a todas las personas que contribuyeron a la elaboración de mi tesis final de grado de grado. A todos los que participaron en mi estudio dedicando una porción de su tiempo - colegas, amigos/as, profesionales de la materia - que han contribuido a recopilar los datos necesarios para el logro de mi investigación. Su capacidad para compartir sus experiencias y conocimientos fue fundamental para el logro de mi investigación.

En segundo lugar, quiero expresar mi agradecimiento a mi familia por apoyarme en esta aventura resignando tiempo de calidad con ellos por un objetivo concreto.

Asimismo, deseo expresar mi gratitud a Guadalupe Zamar Despontin, mi tutora de tesis, por su acompañamiento y dedicación en cada fase del proceso. Su profesionalismo, acompañamiento y correcciones me ayudaron a concretar este manuscrito.

Finalmente, agradezco a todos mis compañeros de cursada que, de manera u otra, me brindaron su apoyo, consejos y ánimo durante el transcurso de estos cuatro años de estudio universitario.

Resumen

El objetivo del presente trabajo de estudio bajo el método de manuscrito científico se centra en examinar y comprender la problemática de la violencia económica de género y el tratamiento de los medios digitales. Se estudian las diferentes formas de violencia que afectan a mujeres, así como los factores sociales, culturales y estructurales que lo afectan. A través de una minuciosa recopilación de datos, se pretende profundizar en las raíces de la violencia de género y cual es el espacio que le brindan los medios de comunicación dependiendo la línea editorial.

El propósito primordial de esta investigación radica en analizar la cuestión particular y la relevancia de abordar este asunto desde la perspectiva de los medios de comunicación digital. Se comparará el tratamiento de distintos medios analizando posteriormente el espacio que se otorga en su agenda diaria.

Los resultados obtenidos gracias a la contribución de fuentes expertas en la materia destacan la necesidad de involucrar a la comunidad en su conjunto, incluyendo tanto a los individuos como a las instituciones, con el fin de alcanzar un cambio sostenible, siendo los medios de comunicación un pilar importante en cuanto al espacio que se le debe otorgar a la temática.

En síntesis, este estudio puede ayudar a debatir y promover sociedades más justas e igualitarias, libres de violencia, siendo el periodismo un pilar primordial para fomentar este tipo de cuestiones.

Palabras Clave: Violencia económica- Periodismo- Agenda periodística

Abstract

The objective of the present dissertation, which was conducted through the scientific manuscript method, is to examine and understand the problem of gender economic violence and its treatment in digital media. It explores the different forms of violence that affect women, as well as the social, cultural, and structural factors that influence it. Through thorough data collection, the aim is to delve into the roots of gender violence and the space provided by the media depending on their editorial line.

The primary purpose of this research lies in analysing the particular issue and the relevance of addressing this issue from the perspective of digital media. The treatment of different media will be compared, subsequently analysing the space that is granted in their daily agenda.

The results obtained thanks to the contribution of expert sources in the matter highlight the need to involve the community as a whole, including both individuals and institutions, in order to achieve sustainable change, being the media an important pillar in terms of the space that must be granted to the topic.

In summary, this manuscript can be used to discuss and promote fairer and more egalitarian societies, free of violence, journalism is essential to promote this type of issue.

Keywords: Economic violence
- Journalism- Journalistic agenda

Introducción

La función periodística se centra en la elaboración de contenidos informativos a través de la búsqueda de fuentes confiables y verificadas de manera veraz y oportuna.

Así lo establece el derecho a la libertad de prensa en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos en la cual se reconoce el derecho a la libertad de opinión convirtiéndose en un derecho universal básico e indispensable para nuestra vida democrática como sociedad¹.

No obstante, cada línea editorial tiene marcado su agenda periodística, ofreciéndoles al público el espacio mediático que considera apropiado para cada temática.

Bajo el concepto de “*equidad de género en servicios de comunicación*” la ley 27.635² pretende fomentar en los medios de comunicación públicos y privados la igualdad efectiva de derechos, oportunidades y trato de las personas, sin importar su identidad de género, orientación sexual o su expresión.

El incremento del espacio femenino en el ámbito laboral es un asunto que ha comenzado a otorgar mayor atención en nuestra sociedad. Sin embargo, existe una amplia brecha entre hombres y mujeres en referencia a la cantidad de cargos asignados a nivel gerencial o puestos de suma jerarquía. La desigualdad en cuanto a ingreso económico y

¹ Organización de las Naciones Unidas <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights#:~:text=Art%C3%ADculo%2019,por%20cualquier%20medio%20de%20expresi%C3%B3n>. consultado 12/04/2023.

² Ley 27.635 <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/350000-354999/351817/norma.htm>

tiempo dedicado de dicha representación femenina por igual trabajo brindado por un hombre sigue siendo amplia, convirtiéndose esa disparidad en una desventaja para el sector femenino³.

Brindar el espacio respectivo a perspectiva de género implica también reconocer el derecho a la igualdad. De acuerdo a lo dispuesto en el artículo 2 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, "*Toda persona tiene todos los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición*"⁴. Esto significa que los medios deben ser sumamente sensibles y respetuosos con todo su público garantizando una representación equitativa y justa de cada cultura y etnia.

La Declaración Americana de los Derechos y Deberes del hombre en su Artículo XIV establece que "*Toda persona tiene derecho al trabajo en condiciones dignas...*"⁵.

Asimismo, el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, en su artículo 7º expresa que "*Los Estados Partes en el presente pacto reconocen el derecho de toda persona al goce de condiciones de trabajo equitativas y satisfactorias que le aseguren condiciones de existencia dignas para ellos y para sus familias*"⁶.

³ Argentina Unida <https://www.argentina.gob.ar/noticias/brecha-salarial-entre-varones-y-mujeres> consultado 12/04/2023.





⁴ <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

⁵ Ackerman, Mario, dir II. Rubio "Discriminación y violencia laboral II" Derecho Laboral I. (2009) pg. 544

⁶ Ley 23.313 <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/20000-24999/23782/norma.htm>

Toda investigación se inicia con la formulación de interrogantes o con ciertas proposiciones o hipótesis sobre determinados fenómenos que deben ser comprobados, los cuales presentaré con mayor amplitud.

. Dichos interrogantes serán la guía de este manuscrito científico. María Avendaño⁷ examina que existen cuatro métodos de investigación, a saber:

Tenacidad		subyace la idea de que algo es verdad porque siempre lo ha sido
Intuición		se caracteriza por asumir que algo es cierto porque es evidente por sí mismo.
Autoridad		hace depender la verdad de una proposición de lo establecido por alguna fuente autorizada.
Científico		genera conocimiento a través de una serie de pasos, más o menos pautados, y procede por ensayo y error

En el presente trabajo se examinará la temática en cuestión, proporcionando datos estadísticos y, con el aporte de expertos en la materia, se analizará la situación concreta a nivel periodístico, posibilitando responder a las presunciones ya planteadas.

Análisis y definición de la problemática

La acción de violencia mediática o simbólica hacia las mujeres no requiere afrontar situaciones de violencia física de forma "automática" o directa. No obstante, contribuye al reflexionar, al creer y, en última instancia, a la elaboración colectiva de ciertos patrones de valoración o conducta que respaldan la disparidad de género. Si bien, la ley

⁷ Avendaño, M. (2006), Elementos de Metodología y prácticas locales. Cuadernos de Análisis I. Córdoba, AR: Universidad Nacional de Córdoba, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Escuela de Ciencias de la Información.

26.485 refiere a violencia simbólica y mediática contra las mujeres, la propia normativa se hace extensiva a otros géneros.

Algunas de estas actitudes son identificadas por influenciadores, quienes las condenan en público; argumentan que reproducir estas violencias genera un retroceso en materia de igualdad.

La lucha de géneros es un tema que evoluciona constantemente. En el área periodística, se intentará verificar si existe un espacio equitativo ente hombres y mujeres en los medios. Por otro lado, se analizará si la cobertura de esta temática es equilibrada.

Los hombres siempre tendieron a ocupar y/o representar a las empresas en puestos jerárquicos o con cierto grado de dirección.

Se analizarán qué iniciativas ofrecen los medios para reducir esta brecha, y qué medidas ofrecen para que esta desigualdad permita una representación más equitativa en la cobertura cotidiana.

Objetivo general planteado / enfoque:

- El objetivo de este trabajo consiste en analizar tres medios de comunicación digital, en los cuales se podrá observar el grado de profundidad que se le da a la temática de violencia de género, analizando el lenguaje que se utiliza y comparando el tratamiento que ofrecen los mismos. A su vez, se buscará verificar cuál es el grado de participación de hombres y mujeres en el armado y producción de noticias y se analizará si existe discriminación de género en cuanto al trato en el lugar de trabajo.

Objetivos Específicos:

- Describir la problemática en cuanto al entorno social local: a través de estadísticas se recopilarán datos relevantes y se analizarán informes gubernamentales, estudios académicos, encuestas de organizaciones locales con el fin de describir las singularidades que influyen en la manifestación de la violencia de género. En segundo lugar, la investigación cualitativa posibilitará la obtención de datos obtenidos para lograr una perspectiva más profunda y contribuir a explicar la problemática, analizando los elementos culturales y sociales que pueden contribuir a la violencia en el entorno local.
- Verificar si se cumple el concepto de techo de cristal: se utiliza el término "techo de cristal" para describir una vía de lucha invisible y sistemática que dificulta la consolidación de las mujeres en puestos de liderazgo y niveles elevados de responsabilidad en el ámbito laboral; se analizará si este concepto se aplica dentro del ámbito de los medios de comunicación digitales.
- Visibilizar que las oportunidades laborales no son iguales para hombres y mujeres: difundir los desafíos con los que deben lidiar las mujeres dentro del ámbito laboral de medios de comunicación.

Hipótesis de Investigación

En la actualidad y dentro del ámbito de la Provincia de Buenos Aires, la cobertura de los medios digitales sobre los temas relacionados con la violencia económica de género está directamente vinculada con la línea editorial, lo cual conlleva que el abordaje sea importante o no según sea el medio.

1. ¿Qué rol cumplen los medios de comunicación para la prevención de la violencia de género? ¿Existe una brecha entre las noticias que se ofrecen al público como una cobertura mediática versus la importancia que se merece ese tema en la agenda?
2. ¿Cuál es el espacio que se le brinda al tema desde los medios de comunicación?
3. ¿Es la violencia económica de género un tema de agenda pública?
4. ¿Cuál es el lugar que los medios elegidos le brindan a este tema?
5. ¿Existe una responsabilidad social del periodismo, como medio de información y comunicación?

Para el desarrollo del presente trabajo se ha decidido acortar el espacio geográfico de aplicación a la Provincia de Buenos Aires dentro del campo temporal del primer semestre del año 2023. Asimismo, se trabajará con fuentes públicas y privadas, como así también con fuentes de información experta por la especialización del área que interviene.

Contexto social:

En la Provincia de Buenos Aires, como sucede en la mayoría de las provincias de nuestro país, la violencia económica está relacionada con factores económicos, sociales y políticos. A lo largo de nuestra historia, siempre existió una diferencia entre el hombre y la mujer en lo que respecta a la discriminación laboral relacionada con aspectos económicos, culturales y sociales.

Se procederá en las siguientes etapas a verificar si existe el llamado “*techo de cristal*” dentro de las organizaciones⁸.

La cosificación de la mujer, y la llamada “cultura machista” se extiende al ámbito de las finanzas, en la cual se percibe a la mujer con una retribución sumamente inferior respecto del género masculino. ¿Cuántas veces las mujeres han tenido que esforzarse mucho más que los hombres para obtener un beneficio o un reconocimiento económico?

Justificación de la elección del tema:

La elección del tema obedece a mi convicción de que éste debe ser un tema de agenda cotidiana, de conciencia pública y social. Es imperativo que se pueda mostrar una problemática que afecta a una cantidad considerable de ciudadanas de la provincia de Buenos Aires. Busco causar un impacto positivo en la audiencia y que mi trabajo pueda, posteriormente, ser fuente de consulta de diversas personas que lo requieran y permitir abrir nuevas investigaciones a partir del mismo.

⁸Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Techo_de_cristal

Métodos

1) Entrevistas

De acuerdo a lo expresado por Roberto De Miguel, como se cita en investigar en comunicación⁹, la entrevista, como técnica útil para la investigación cualitativa, cumple cuatro funciones:

- 1) Obtener información acerca de las entidades comunicativas
- 2) Facilitar el análisis de las relaciones existentes entre esas entidades.
- 3) Influir en el conocimiento de aspectos de la conducta comunicativa (opiniones, sentimientos) que resultan opacos a través de otros métodos científicos de indagación.
- 4) Ejercer un efecto clarificador en el proceso analítico de inducción y deducción.

Se propuso realizar entrevistas a profesionales de la comunicación, activistas, como así también a directivos de entidades dedicadas al tratamiento de esta problemática, los cuales ofrecerán su visión desde su lugar sobre la forma en la que impacta la violencia económica en nuestra provincia. Para el desarrollo de las mismas se ha tenido que lidiar con la falta de predisposición de colegas periodistas; de todos modos, el objetivo se ha cumplido el objetivo al lograr entrevistar a tres personalidades referentes en la materia.

Entrevistas realizadas

- *Patricia Pérez* - Instituto Latinoamericano para la Paz y La Ciudadanía (ILAPyC)
- *María Alejandra Brandolini* – (Somosfame) Foro Argentino de Mujeres Ejecutivas

⁹ Berganza Conde, M. R., y Ruiz San Román, J. (Coords.). (2005). Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación. Madrid, ES: McGraw-Hill.

- *Martina Soto Pose* – (Periodista)

Se ha utilizado el método de “*entrevista no sistematizada*” buscando que las mismas sean distendidas no estructuradas y esquematizadas, brindando libertad de expresión y permitiendo profundidad de los temas en los conceptos de parte de los expertos en la materia. Al ser entrevistas semi estructuradas, se ha trabajado con preguntas abiertas contrastando este recurso de las preguntas propias de una encuesta.

Lo expresado en entrevistas con profesionales de la materia da la pauta que las mujeres a menudo enfrentan desafíos constantemente, la discriminación de género en el lugar de trabajo, prejuicios de genero

Las trayectorias de nuestras entrevistadas nos muestran factores que fueron relevantes para ellas y describen sus propios modos de perseguir los objetivos que cada una eligió para su carrera profesional.

Las entrevistas sirvieron de base para el análisis posterior, incorporándose como anexos del presente trabajo.

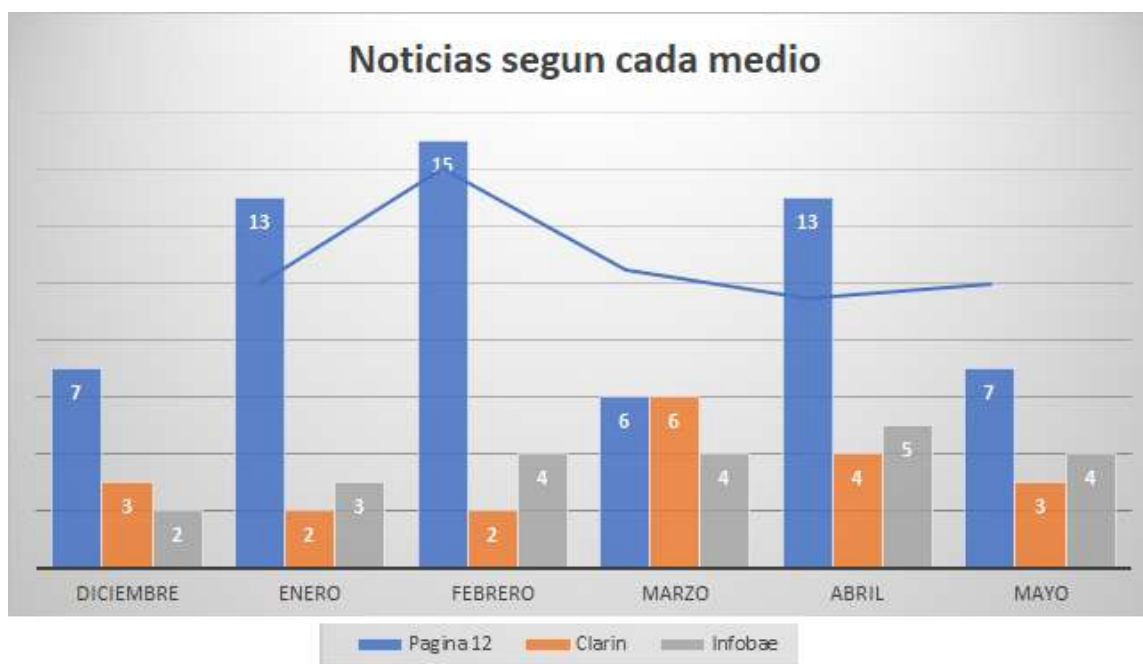
2)Análisis de casos

Se comparó el abordaje que los diferentes medios de comunicación dan a la temática violencia económica, lo cual posibilitará analizar y sumergirse en el problema en cuestión, con el fin de poder identificar de manera exhaustiva el tratamiento que los medios digitales ofrecen al tema.

Se analizó la temática desde la Teoría de Fijación de la Agenda (*Agenda Setting*) verificando la importancia que le dan los medios escogidos y si el tema posee o no relevancia o interés informativo.

Se llevó a cabo un análisis tres diarios digitales para determinar si la temática de violencia económica de género era relevante para las webs y aplicaciones propias de cada diario (tabla 1).

Tabla 1: noticias sobre violencia de género según el diario respectivo



Fuente: Elaboración propia

Análisis del género periodístico

Página 12

Página/12 es el diario local que aborda con mayor frecuencia temas relacionados con el género femenino. El periódico tiene una sección llamada “Las 12” dedicada exclusivamente a la perspectiva de género donde aborda temas socio culturales como son los derechos de las mujeres y la violencia de género.



Página 12
30 de junio de 2023 | Edición Impresa | PDF | Newsletter | Hazte socio | Iniciar sesión

SECCIONES Y SUPLEMENTOS | El país | Economía | Sociedad | Espectáculos | Deportes | El mundo | Ciencia

NEGRX

Raza, género y trabajo

Por Ivanna Madeo*

2 de mayo de 2023 - 09:33

Mucho se habla desde los feminismos hegemónicos que son las mujeres quienes ejercen principalmente las tareas de cuidados. Pero, ¿de qué mujeres se trata? ¿Qué tareas implica el cuidado? Queda muy corto, especialmente en este tema, realizar un análisis únicamente desde una perspectiva de género. Es necesario y urgente realizar un análisis desde una mirada interseccional que atañe al *género, la raza y la clase* para obtener mejores diagnósticos sobre las realidades que nos atraviesan.

Desde una perspectiva económica las tareas de cuidado son aquellas que se realizan cotidiana y sistemáticamente en todos los hogares y que al final del día generan valor en la sociedad. Limpiar, cocinar, cuidar infancias, personas mayores o personas enfermas son apenas algunas de las partes que componen la organización social del cuidado. Sin embargo, existen más dimensiones a considerar, más allá de la cuestión económica y de género. Ochy Curiel -Doctora en Antropología social y feminista decolonial antirracista- complejiza el análisis en la entrevista publicada en *Negrx* incorporando la variable racial, y afirma: “Creo que si solo vemos género en analizar el cuidado hay cuestiones importantes que se nos quedarán por fuera. Por ejemplo, hay hombres que son negros, que son populares, que son indígenas que están trabajando en edificios, cuidando un edificio completo y están haciendo trabajo de cuidado u los hombres que están labrando la tierra, que también es trabajo de cuidado”. La variable raza es insoslayable. Estos trabajos de cuidado son desarrollados en su mayoría por personas racializadas. En su mayoría, mujeres racializadas.

Mientras desde los feminismos blancos y hegemónicos se habla de techo de cristal y brecha salarial entre hombres y mujeres, desde los feminismos negros somos conscientes de que otras injustas realidades nos pasan por el cuerpo y entendemos lo solas que quedamos cuando aparte del género, problematizamos raza y clase. Las mujeres racializadas no tenemos la misma relación con el trabajo que las demás mujeres. Mis hermanas y las mujeres de nuestras familias no sueñan con limpiar las casas de otras, con lavar su ropa, cocinar su comida y con cuidar hijos e hijas ajenos. Lo hacemos porque estamos en desventaja, y esas desventajas llevan acumuladas siglos y siglos. Es deshonesto no reconocerlo. Y también es deshonesto no reconocer las ventajas que tienen muchas personas gracias a nuestro trabajo (aun cuando esté registrado).

Me apropio de las palabras de la intelectual y activista afroestadounidense Angela Davis “Proporcionalmente, las mujeres negras siempre han trabajado fuera de sus hogares más que sus hermanas blancas. El inmenso espacio que actualmente ocupa el trabajo en sus vidas responde a un modelo establecido en los albores de la esclavitud”. Así un nuevo 1° de mayo queda atrás y con él una sentencia, es necesario que las políticas de reparación y reconocimiento sean destinadas a los sujetos que históricamente han sido vulnerados en sus derechos y no sigan perpetuando inequidad racial y desigualdad social.

*Afroargentina, activista antirracista y militante del campo nacional y popular.

Fuente: <https://www.pagina12.com.ar/545408-raza-genero-y-trabajo>

Esta sección es elaborada por periodistas especializados en temas de género y tiene como objetivo social divulgar las voces y luchas de las mujeres a través de sus páginas web.

Página/12 brinda a los lectores, a quienes denominan "*socios/as*", la posibilidad de adquirir su presencia en su plataforma. Los comentarios se denominan "contribuciones" y los "me gusta" se llaman "respetos". La diferencia entre dejar un mensaje en un foro y crear una comunidad es sumamente notoria, ya que esto permitió que los miembros compartan su conocimiento y experiencia en diversos temas lo cual contribuye a fomentar la cobertura periodística de estos temas.

Infobae

El diario Infobae posee cobertura detectada en temas relacionados con la violencia de género, y tiene una sección específica llamada "**Mujeres**" que aborda el tema de género y diversidad.

Esta sección contiene información y artículos sobre la lucha contra la violencia de género, el feminismo, la igualdad y además se publican entrevistas con especialistas en género y diversidad, así como testimonios de mujeres víctimas de violencia de género.

Al ser un diario que prevalece la información económica / social, Infobae ha publicado notas sobre la participación de las mujeres en cargos directivos, la brecha salarial entre hombres y mujeres, la situación laboral de las mujeres y la violencia de género en el lugar de trabajo.

iProUP | Innovación | Hoy escribe

Mujeres en tecnología: romper con el techo de cristal es posible



Marisa Bircher, secretaria para la Igualdad de Género del Gobierno de la Ciudad, analiza la importancia de la igualdad de género en el sector IT



Por Marisa Bircher*
12.09.2022 - 14.30hs - INNOVACIÓN

Sabemos que la ciencia, la investigación y la tecnología son las actividades del futuro o, mejor dicho, del presente porque el campo de las carreras STEM brinda la oportunidad de innovar, volver a las economías más productivas y dotar a sus trabajadores de mayores ingresos.

A nivel nacional, los trabajadores en ciencia y tecnología ganan 65% más que los trabajadores de la economía en su totalidad.

Además, presentan bajos niveles de informalidad. Las actividades STEM moldean, cada vez más, las demandas de la sociedad contemporánea y, por eso, la ausencia de diversidad acrecienta las brechas y reduce las posibilidades de innovación y de metodologías para abordar los desafíos actuales y futuros.

En la Ciudad, las empresas tecnológicas son un sector productivo clave que concentra el 62% de la totalidad de estas empresas en el país.

Hay más de 3.500 empresas de IT, lo que representa más de 106.000 empleados.

A pesar de la relevancia creciente que está adquiriendo el campo STEM, la disparidad y la dificultad de las mujeres para entrar en estos sectores sigue siendo la misma.

Aunque seis de cada diez estudiantes universitarias en Argentina son mujeres, sólo representan el 25% del total de estudiantes de ingeniería y ciencias aplicadas y solo el 15% de las inscripciones en la carrera de programación. Mucho se habla de que no hay mujeres en áreas de trabajo vinculadas al campo de la ciencia y tecnología.

Desde la Ciudad de Buenos Aires, tenemos el compromiso de seguir proponiendo políticas públicas inclusivas que derriben prejuicios y generen las condiciones necesarias para que más mujeres ingresen al sector tecnológico.

En la Secretaría para la Igualdad de Género trabajamos para que las brechas y los obstáculos para las mujeres sean cada vez menores, y para que cada una pueda insertarse en el mercado laboral con igualdad de oportunidades, acceder a empleos de calidad y ocupar puestos de decisión.

Lanzamos el Programa de Formación en herramientas STEM, una iniciativa para más de 100 mujeres de la Ciudad que están estudiando carreras sociales y se quieren capacitar en herramientas tecnológicas como big data, data science y estadística.

A través de cursos dictados por la UTN, obtienen una certificación que les asegura una formación de calidad, brindándoles herramientas para los empleos del futuro. Para lograr un cambio real también es necesario fomentar nuevas prácticas en el ámbito privado.

Interés por el ámbito científico

Por eso, trabajamos con más de 70 empresas en PARES, Iniciativa Público Privada por la igualdad de oportunidades en el mercado laboral, un programa, por medio del cual, las compañías asumen compromisos con el fin de alcanzar la igualdad de género dentro de sus organizaciones.

En línea con el trabajo intersectorial que se requiere, también es importante brindar herramientas y oportunidades para las jóvenes desde muy temprana edad.

Derribar ciertos estereotipos de género que afectan el interés y la confianza al momento de insertarse en el ámbito científico y tecnológico es clave en este proceso y es fundamental en instancias de la elección de una carrera universitaria o en el momento de buscar un empleo.

Este círculo se retroalimenta y, por eso, reafirmamos que la igualdad de oportunidades es la clave para lograr el desarrollo económico y la prosperidad de un país. Sabemos que queda mucho camino por recorrer y que el cambio cultural de una sociedad no se da de un día para el otro.

Para lograrlo tenemos que trabajar juntos y, desde la Secretaría para la Igualdad de Género, estamos convencidos de que podemos hacerlo a través de un abordaje integral de las barreras que tienen las mujeres a lo largo de su vida. Mediante el diálogo y la coordinación entre el sector público, privado y la sociedad civil lograremos un país más igualitario.

*Por Marisa Bircher, Secretaria para la Igualdad de Género del Gobierno de la Ciudad

Fuente: <https://www.iprou.com/innovacion/34243-mujeres-en-tecnologia-romper-con-el-techo-de-cristal-es-posible>

Clarín

El diario Clarín es uno de los que recibe más visitas y una mayor tirada a nivel nacional. **No se ha verificado una sección específica para el tratamiento de temas de género.** Siendo un diario generalista, se abordan diversos temas, por lo tanto, esta temática se encuentra dividida en una amplia gama de áreas tales como "Sociedad", "Política", "Nacionales", etc.

La mujer del clima: soñaba con ser maestra, rompió el techo de cristal y se metió en la historia

La argentina Celeste Saulo es la primera en dirigir la Organización Meteorológica Mundial. "El rol de los meteorólogos es clave para proteger a la población".



Flavia Tomaello



25/06/2023 6:00 / Clarín.com / Sociedad / Actualizado el 25/06/2023 6:00

Cuando Aristóteles acuñó en su libro Meteorológica en el año 340 a.C. el término "meteorón", que significaba "una cosa en lo alto" y se refería a cualquier objeto observado en la atmósfera, no se imaginaba que **estaba cambiando la historia para siempre.**

Sin embargo, las cosas seguirían algo lentas hasta que en los siglos XVII y XVIII se inventaron respectivamente el termómetro y el barómetro. La disciplina tomó un ritmo acelerado en el siglo XIX, cuando los especialistas empezaron a **enviar sus observaciones meteorológicas a través del telégrafo.** Con el tiempo la práctica alcanzó el estrellato con protagonistas en todos los noticieros del mundo.

Nació en Capital Federal el 6 de mayo de 1964 en el seno de una familia de clase media. "Mis padres se separaron de pequeña - cuenta -, pero tanto mi mamá como mi papá siempre fueron muy presentes. Yo vivía con mi mamá y los fines de semana lo pasaba con la familia paterna. Me encantaba ir porque ahí jugaba con mi primo que tiene más o menos mi misma edad".

La especialista ve como el desafío por venir el hecho de que los meteorólogos **puedan sumarse en la cadena de valor.** "Cuando uno habla del cumplimiento del protocolo de París - continúa -, o cuando uno habla del marco de FENAI para la reducción de riesgos de desastres, esas agendas globales están íntimamente vinculadas con los servicios meteorológicos e hidrológicos porque no nos podríamos dar cuenta hoy del cambio climático si no tuviéramos servicios meteorológicos e hidrológicos que estuvieran midiendo".



Ser mujer y líder mundial en este segmento es un atributo que logra, según dice, "habiendo persistido, perseverado, contando con una red de contención, con una directora de tesis que supo comprender mis momentos más complicados: **hice mi tesis doctoral con dos niños pequeños.** Fue valioso contar con una pareja que me acompañó en mi crecimiento. El desafío en los primeros años consistió en mantener sostener una familia mientras tratábamos de realizarnos y disfrutando de nuestros hijos".

Aunque no niega el orgullo de su más reciente nombramiento, afirma que "tenemos que acompañar con acciones lo que manifiesta la importancia de la inclusión de la mujer, de romper los techos de cristal para lo cual se necesitan dos componentes: mujeres que estemos dispuestas a asumir esos desafíos y personas, tanto hombres como mujeres, que estén dispuestos a apoyarnos cuando tomamos ese reto. Para la Argentina que yo dirija la OMM creo que **le otorga un valor estratégico,** aumenta la visibilidad de nuestros científicos y científicas que otra vez estamos siendo elegidos por el mundo para ocupar cargos de relevancia mundial".

Fuente: https://www.clarin.com/sociedad/mujer-clima-sonaba-maestra-rompio-techo-cristal-metio-historia_0_4j6urpu5e0.html

En momentos particulares, es factible que se pueda producir una edición singular mediante la creación de un suplemento especial o una edición temática en fechas específicas.

La conclusión obtenida fue que el diario Clarín abordó esta temática de manera insuficiente, mientras que los otros dos medios no han manifestado su opinión respecto al asunto.

La Hipótesis de Agenda Setting

La teoría de la fijación de la agenda¹⁰ de Mc Combs y Shaw, también conocida como teoría de la agenda setting por su nombre en inglés, postula que los medios de comunicación de masas tienen una gran influencia sobre el público al determinar qué asuntos poseen interés informativo y cuánto espacio e importancia se les da.

Es esencial que el discurso prevalezca en el tiempo, los medios de comunicación tienen consecuencias a largo plazo, son acumulativos, deben acumularse a lo largo del tiempo. No importa cómo actúan los sujetos receptores en un momento determinado, sino cómo estos van pensando y cómo se construye el conocimiento, ya que son estos quienes, en definitiva, cambian el mundo.

A partir de la observación empírica se han analizado las noticias vinculadas al tema de estudio en los sitios web de los tres medios de comunicación escogidos (Página/12, Infobae y Clarín) del último semestre calendario.

¹⁰ https://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_del_establecimiento_de_la_agenda

Se han verificado las siguientes premisas vinculadas a la teoría de agenda setting:

1. Por lo general, aparece una noticia relacionada con el tema de violencia de género y todos los días siguientes se hace un seguimiento de la misma. En este caso se cumple con uno de los principios que consiste en que los medios de comunicación **son acumulativos**, es decir que la cobertura de los medios se sostiene en el tiempo;
2. Los medios digitales de comunicación **son consonantes** entre sí, sus contenidos son similares. Los medios tratan, más o menos, las mismas noticias, de hecho, se ha verificado que repiten contenidos.
3. Los medios de comunicación están **omnipresentes**, es decir, presentes en todos lados. Los contenidos se replican en los diferentes de comunicación: sitios web, aplicación de celular, televisión, etc.

Los medios de comunicación fijan los temas relevantes del día, establecen la agenda, y al mencionar esos temas, impactan sobre las condiciones de existencia y de experiencia de la sociedad (qué sucede, qué se debe hacer) más allá de las interacciones que experimentamos.

Los medios de comunicación **tematizan**, es decir, presentan una lista de temas a partir de hechos ocurridos en la realidad. Estos deciden que temas poner en la agenda, y cuáles dejar de lado.

Página/12 cumple el objetivo de **jerarquización**: Algunos temas le dan más importancia que a otros. Los temas de relevancia poseen una mayor dimensión de tipografía, y se incorporan en la primera plana de sus páginas web.

El diario Clarín, aunque en determinadas fechas se encuentra a la altura de la cantidad de contenidos en relación con el área de análisis, en ocasiones ciertos acontecimientos los omiten y se encuentran desprovistas de la realidad, dejando a los receptores sin existencia de ese material.

De acuerdo con lo expuesto en la **teoría de masas**, algunos diarios digitales tienen un perfil "alto" de agenda, lo que implica que poseen un mayor poder para estructurar temas.

En su área de estudio, Infobae, en su sección "*Mujeres*" se enfoca en temas de relevancia para aquellos que deseen profundizar en el tema, a pesar de que no se encuentren en su portada digital como un elemento destacado, resulta imperativo recurrir al índice de dicha sección con el fin de localizar los contenidos deseados. En otras palabras, Infobae presenta un perfil bajo, ya que, al igual que Clarín, aborda los asuntos de manera fugaz, a excepciones cuando se requiera algún tipo de "flash informativo".

Impresiones

En cuanto al análisis de la temática en las redes sociales y las páginas webs de los tres diarios escogidos se ha verificado las "impresiones" de cada posteo, es decir, el número de veces que se mostró el contenido y el alcance estimado según la cantidad de personas que vieron la publicación.

De acuerdo a un informe cualitativo brindado por la consultora de datos Observatorio Q¹¹ sobre temas coyunturales, **las emociones** sobre este eje temático juegan un

¹¹ Observatorio Humanitario Q <https://qsocialnow.com/> es una organización que aplica los avances de la tecnología aplicada al análisis de los comportamientos sociales.

papel sumamente importante, por el impacto que genera la desigualdad de género y la violencia de género económica. Si bien se presentan quejas sobre la realidad existente, la **tristeza y la fragilidad** reflejan unas de las principales emociones reales que viven las mujeres en situaciones de violencia de género.



Fuente: Observatorio Q

Como se puede apreciar en la infografía anterior, se pueden ver los principales influenciadores dentro del Área Metropolitana de Buenos Aires.

Se estima que la repercusión en la sociedad de tales medios masivos es de gran alcance, por lo que también se espera que el efecto de la agenda sea relevante. Cuanta más difusión y profundidad se brinda a los temas de la vida cotidiana, más será su instalación mediática. En contraposición, aquellos que se oponen a otorgarle el espacio suficiente entre los diferentes géneros están atravesados por la cultura conservadora e histórica.

El “techo de cristal”

Se denomina **techo de cristal** a la limitación velada del ascenso laboral de las personas dentro de las organizaciones. Se trata de un techo que limita sus carreras profesionales, difícil de traspasar y que les impide seguir avanzando¹².



Las mujeres no solo reciben salarios más bajos que los hombres por igual tarea, sino que además tienen menores posibilidades a la hora de postularse, según un informe publicado en enero pasado por Bumeran y la consultora Grow.

“Las mujeres, de acuerdo con el Indec, ganan un 31% menos que los hombres. Esta problemática radica, entre numerosos escenarios, en que las mujeres suelen encontrarse en áreas con remuneraciones más bajas, acceden en menor medida a puestos

¹² Fuente: Wikipedia https://es.wikipedia.org/wiki/Techo_de_cristal

jerárquicos, y su compromiso al trabajo se pone en duda por la expectativa que se pone en ellas en relación al cuidado de sus familias”, afirmó Georgina Sticco, cofundadora de Grow¹³.

El techo de cristal ha sido objeto de debate y discusión en diversos medios de comunicación, especialmente en aquellos que abordan temas relacionados con los derechos de las mujeres, la igualdad de género y el mundo laboral. A menudo, las plataformas digitales en línea proporcionan información sobre estudios e investigaciones que revelan la persistencia del techo de cristal en diversas industrias y sectores.

En general, el techo de cristal ha sido discutido en medios de comunicación, especialmente en temas relacionados con los derechos de las mujeres, la igualdad de género y el mundo laboral.

Se han abordado diversos aspectos relacionados con el techo de cristal, tales como:

Estudios y estadísticas: Los medios de comunicación a menudo proporcionan información acerca de estudios e investigaciones que proporcionan datos y estadísticas acerca de la disparidad de género en el ámbito laboral. Estos datos brindan una base empírica necesaria para comprender la magnitud y la capacidad de construcción del techo de cristal.

Casos destacados: Los medios de comunicación muestran mujeres exitosas y talentosas que han enfrentado dificultades para ascenso profesional debido al techo de cristal.

13 GROW - Género y Trabajo es una organización con más de diez años de trayectoria cuya misión es que todas las personas cuenten con las mismas oportunidades de desarrollo en el mundo laboral.

Los casos presentes contribuyen a la personalización del problema y a destacar las restricciones específicas que enfrentan las mujeres en diversos ámbitos laborales.

Opiniones y análisis: Se presentan artículos de opinión y análisis que examinan las causas y consecuencias del techo de cristal. Los escritos frecuentemente proporcionan perspectivas de expertos, académicos, activistas y líderes empresariales, lo que contribuye a una discusión más amplia y enriquecedora.

3) Encuestas

Durante la tercera semana del mes de mayo, se ha llevado a cabo un cuestionario de preguntas a 141 individuos cuyo rango de edad oscila entre los 20 y 65 años. Mediante la elaboración de un cuestionario de respuestas múltiples, se propuso investigar la problemática a través de la recopilación de estadísticas, examinando las mismas y escuchando la opinión de la muestra.

Resultados

Para la elaboración de este manuscrito, se llevaron a cabo entrevistas a tres referentes del tema, asimismo se realizó una encuesta utilizando la herramienta *Google Forms* a personas de distintas edades con el propósito de recopilar información y su análisis posterior. Esta última, fue difundida a través de WhatsApp, mensajes y redes sociales, lo cual posibilitó una fuente de datos suficientemente homogénea para su análisis.

La encuesta ha mostrado una tendencia muy marcada siendo los resultados estadísticamente significativos con respuestas similares y escaso margen de error.

Las cifras son importantes para evaluar el resultado final, sin considerar las apreciaciones personales, la subjetividad o el comportamiento / mensaje que los encuestados piensan. *“las encuestas constituyen una de las técnicas de recopilación de datos más utilizadas por su perfil cuantitativo”* (Vinuesa en Berganza Conde, 2005)¹⁴.

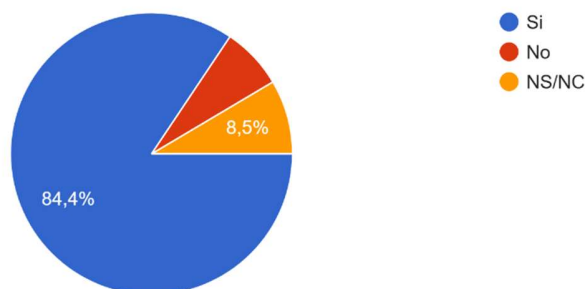
Por lo expuesto previamente, se esperaba un nivel de confianza que oscile entre el 90% y el 95%, lo que nos brindó elementos de juicio válidos y suficientes para tener una buena precisión en cuanto al impacto que genera la problemática, y así poder alcanzar las conclusiones finales.

A partir de los resultados, se presentan gráficos estadísticos que ilustran frecuencias y porcentajes en función de la muestra.

¹⁴ Vinuesa, M. L. (2005). La encuesta. Observación extensiva de la realidad. En Berganza Conde, M. R., y Ruiz San Román, J. (Coords.), Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación (pp. 177-205). Madrid, ES: McGraw-Hill

1) ¿Crees que existe brecha salarial entre mujeres y hombres en la misma posición y con la experiencia?

141 respuestas

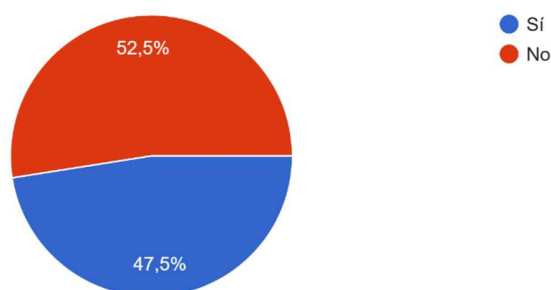


Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los individuos sostiene que la desigualdad actual entre ambos géneros es sumamente significativa. Dicha disparidad entre géneros es un fenómeno que se encuentra en constante variación en los diversos ámbitos y áreas de trabajo. Se ha constatado que, para la mayoría de los individuos entrevistados, la disparidad salarial se encuentra presente en diversos sectores y áreas.

Como se aprecia en el gráfico anterior, existe una diferencia real entre el salario percibido por los trabajadores de ambos sexos, incluso cuando se poseen la misma posición o experiencia.

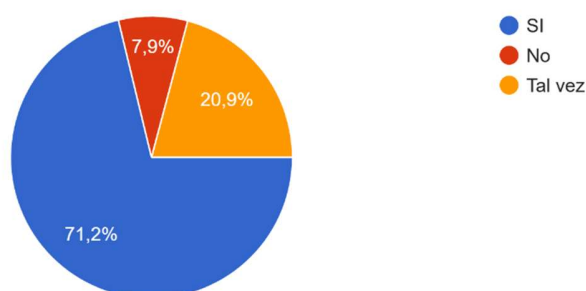
2) ¿Tuviste en alguna oportunidad alguna diferenciación económica con algún otro par masculino?
141 respuestas



Fuente: Elaboración propia

La presente cuestión nos sugiere y confirma lo previamente presupuestado: la mayoría de los individuos hombres y mujeres sostienen que la disparidad actual entre ambos géneros es sumamente antagonista.

3) ¿Consideras que el hecho de que a veces las mujeres tengan que asumir responsabilidades familiares impacta en el sueldo / retribución mensual?
139 respuestas

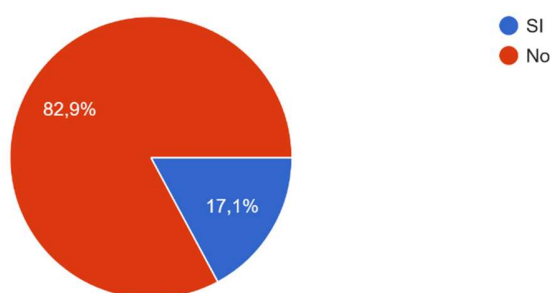


Fuente: Elaboración propia

A la luz de las respuestas obtenidas en el último punto del gráfico, se confirma lo enunciado por Martina Soto. La locutora y periodista considera que las mujeres periodistas

son menos capaces de ser ascendidas y ganar, al igual que sus colegas de trabajo, debido al "techo de cristal" y la doble jornada laboral que tienen en casa. Asimismo, señala que persisten mecanismos de violencia simbólica y laboral en los medios de comunicación. (*En Entrevista a Martina Soto, 18 de mayo de 2023 - Anexo I*)

4) Crees que los empleadores tienen la misma predisposición para contratar a hombres y mujeres?
140 respuestas



Fuente: Elaboración propia

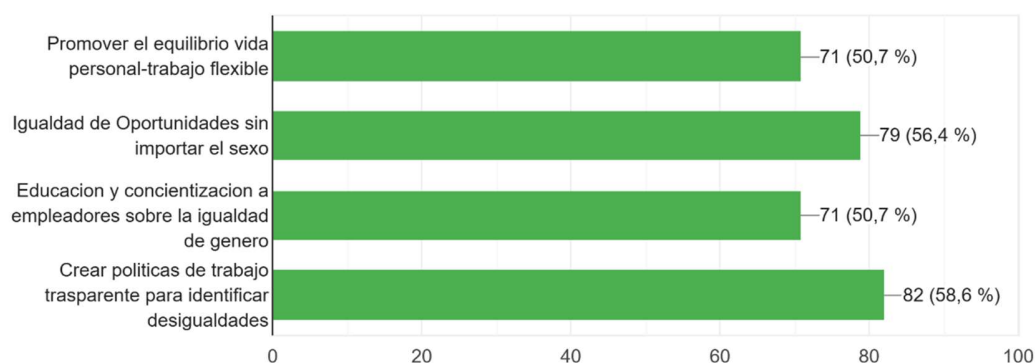
De acuerdo con el análisis, los empleadores pueden manifestar una preferencia inconsciente hacia la contratación de varones en roles o posiciones particulares. Esto puede ser consecuencia de estereotipos, prejuicios o creencias preconcebidas sobre las habilidades de hombres y mujeres en ciertos campos de trabajo.

En lo que respecta a la cobertura de puestos de trabajo, Soto afirma, en la entrevista realizada que en los medios periodísticos las mujeres presentan una menor representación en puestos directivos o jefaturas de redacción, y, además, hay una mayor cantidad de mujeres en puestos de periodistas de exteriores o corresponsalías, dejándolas encasilladas en pequeñas columnas o secciones específicas.

Según las respuestas recibidas, se puede afirmar que la mayoría de las empresas no están comprometidas con la igualdad de oportunidades. A pesar de reconocer la relevancia de la diversidad de género, en general se aprecia que las mismas organizaciones tratan de contratar a las personas más calificadas, pero existen factores de género que en ocasiones no se pueden apreciar en la realidad en este momento.

5) ¿Qué medidas crees que deberían implementarse para reducir la brecha salarial de género?

140 respuestas

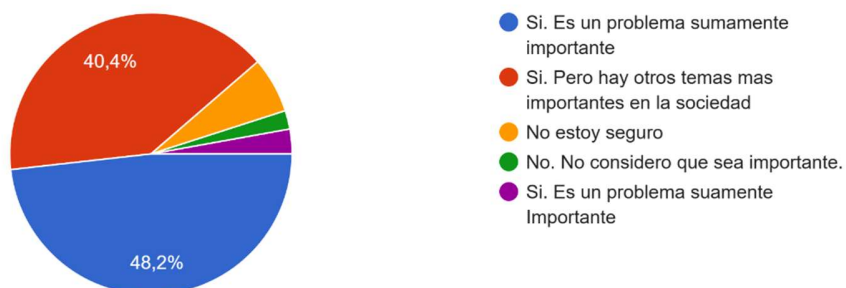


Fuente: Elaboración propia

De las cuatro medidas presentadas a los entrevistados, se evidencia que existe un conjunto de políticas que podrían ser implementadas con el fin de eliminar la brecha existente, siendo la concientización y a la educación como los factores primordiales.

La injerencia del estado, en los distintos ámbitos y escalafones, es de suma importancia para poder crear políticas que permitan la igualdad de oportunidades.

6) ¿Crees que la violencia de género económica es un problema importante en nuestro país?
141 respuestas



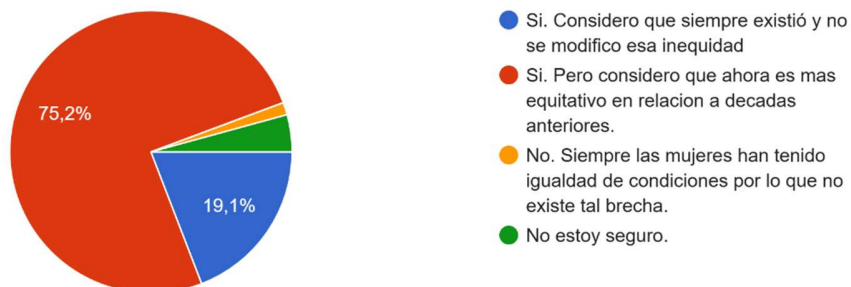
Fuente: Elaboración propia

Aproximadamente el 80 % de los individuos encuestados sostienen que el asunto es de suma importancia, no obstante, la mitad de estas personas sostienen que existen otros problemas más graves debido a la situación en la que nos encontramos atrapados.

La Licenciada Patricia Pérez, fuente especializada en América Latina para el tratamiento de estos asuntos - 9 veces candidata al premio Nobel de la Paz-, como lo expone en la entrevista del día 5 de junio de 2023, expresó que se están llevando a cabo políticas para poder afrontar este tipo de desafíos y promover la igualdad económica entre los géneros. A nivel nacional, Argentina ha adoptado políticas y legislación para proteger los derechos de las mujeres y combatir la violencia de género. La implementación de políticas y normativas referidas como la “Ley de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los Ámbitos en que Desarrollen sus Relaciones Interpersonales” (Ley N.º 26.485) reconoce diferentes formas de violencia, incluida la violencia económica. *(En Entrevista a Patricia Pérez, 5 de junio de 2023 - Anexo III)*

7) Consideras que existe inequidad en cuanto a la brecha salarial que puede tener un hombre a diferencia de la mujer?

141 respuestas

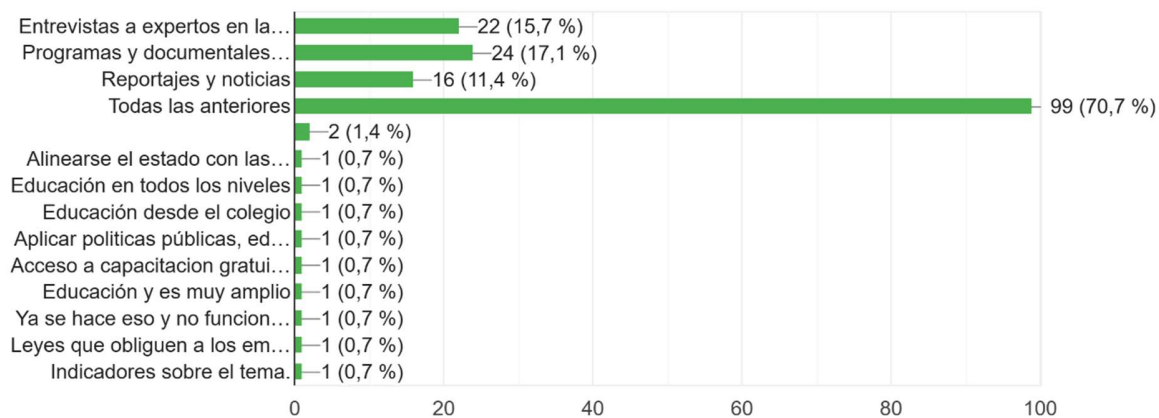


Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con lo expuesto en este análisis, las mujeres perciben una remuneración inferior a la masculina por tareas similares o de igual recompensa. La brecha salarial de género es el término empleado para describir esta disparidad salarial, y según los datos obtenidos se confirma que las mujeres suelen obtener un salario inferior a los hombres. En su mayoría, la opinión popular es que se ha experimentado un cambio de paradigma en los últimos 20 años. El 20 % de los sujetos a la opinión de la mayoría considera que todo se mantiene de la misma manera.

8) Que tipo de contenido se debería dar prioridad localmente hablando para dar visibilidad a esta problemática?

140 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Se les permitió a los receptores que identifiquen los contenidos que se podrían dar prioridad para erradicar este problema de raíz. En la mayoría de los casos, se ha constatado que se requiere una combinación de medidas y que se debe realizar un tratamiento más exhaustivo de la agenda de noticias de los medios.

La implementación de herramientas como la promoción de debates y discusiones, los foros en los medios de discusión, posibilitarán la concienciación de la población y la consecución de una mayor participación de la audiencia para involucrarse en la problemática.

Discusión

El objetivo de este trabajo es analizar cómo los medios de comunicación abordan los temas de violencia de género, específicamente los relacionados con el área económica, y analizar contextualmente la problemática en general.

En virtud de lo expuesto en el acápite anterior, se puede constatar un progreso significativo en relación con la disparidad de género en la actualidad. Sin embargo, se puede observar que existe una situación persistente en el tiempo, como se observa a menudo en el momento en que las mujeres necesitan independizarse, y aún presentan menos posibilidades de llevar a cabo dicha tarea. Las mujeres que trabajan en puestos de trabajo altos siguen siendo pocas, al menos en los lugares de toma de decisiones. A pesar de que la situación ha evolucionado de manera favorable, cada vez se incrementan las mujeres en puestos direccionales. Sin embargo, el análisis evidencia que la mujer debe demostrar de manera clara su desempeño, no solo su nivel intelectual, laboral o profesional, sino también su apariencia, vestimenta y otros aspectos.

Un ejemplo claro y concreto se da en los deportes amateurs, Alejandra Oliveras (seis veces campeona del mundo de Boxeo) tiene una ganancia de la cuarta parte de lo que percibe un hombre con la misma cantidad de títulos¹⁵.

También ocurre lo mismo en otros campos, como en el ámbito científico y en el mundo empresarial, si uno examina las estadísticas, los hombres son los más responsables de

¹⁵ <https://escrituracronica.com/la-boxeadora-que-lucha-por-la-igualdad/>

las áreas de dirección. La mayoría de los encuestados y entrevistados piensan que el monto actual que se percibe entre los distintos sexos no es equitativo.

El mundo laboral experimenta un importante proceso de cambio. Variadas son las fuerzas que lo están transformando, desde el avance de la tecnología, la alta conectividad, entre otras. Según un estudio de Accenture¹⁶, las mujeres por desempeñar trabajos con habilidades que son altamente compatibles con la era digital, están entre los grupos mejor posicionados para enfrentar muchos de los desafíos que se prestarán. La era digital es una fuerza igualadora de género

Sin embargo, el tema se ha vuelto más debatido en la última década, y se está discutiendo con mayor amplitud en los medios de comunicación desde el surgimiento de las redes sociales y el nacimiento de la Internet 2.0.

Aunque se afirma una evolución comunicativa del problema, se aprecia una falta de profundidad, a pesar de que se debata en diversos medios digitales.

Muchos de los campos laborales que varios estudios especifican como de alta demanda a futuro son aquellos que hoy justamente se consideran femeninos por sus mandatos sociales, familiares o autoimpuestos.

Como lo expone Fabiana Gadow en “*Mujeres y Trayectorias de carrera*”¹⁷ mucho queda por recorrer en la medida de que:

- Las decisiones de negocio sigan siendo tomadas por perfiles no proclives a la creciente presencia femenina en posiciones de poder

¹⁶ Accenture (2015). El Futuro del Trabajo en Argentina. En la era digital, lo humano hace la diferencia.

¹⁷ Gadow, Fabiana “Mujeres y trayectorias de carrera: claves y desafíos – 1er Ed. Edicon C.P.C.E.C.A.B.A. (2018)

- El modelo organizacional diseñado históricamente no sea replanteado
- Los sesgos inconscientes generen estereotipos que etiquetan una carrera exitosa;
- Los mandatos sociales de hombres y mujeres no sean derribados

Es una cuestión cultural que necesitamos abordar, para la que hay que lidiar con los líderes, con los propietarios de las empresas y multimédios hegemónicos, o inclusive con estados que tienen la autoridad máxima de cada organismo en lo que refiere a materia legal.

A pesar de que se ha ampliado el tema, desde el ámbito socio— legal requiere políticas más inclusivas por parte del estado a partir del Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad, el cual debe proporcionar lineamientos que permitan llevar a cabo su objetivo, brindando asesoramiento y contención a quienes lo requieran. Resulta interesante que, además de la legislación, se convocase a los diversos sectores para fomentar esta política de igualdad de oportunidades y de igual remuneración por igual trabajo. Si consideramos la política de estado, deberíamos tener como base algún aliciente para que esto sea factible. En consecuencia, así como existen incentivos para el ámbito de las personas con discapacidad, sería conveniente para las empresas que pagan lo mismo por hombre o mujer, de igual manera, tengan un beneficio para contratación del personal femenino.

Es factible llevar a cabo múltiples medidas, no obstante, el problema radica en que no se trata de una política ejecutada por un gobierno de turno, del gobierno actual, sino que las normas deben permanecer en el transcurso de su tiempo. La legislación debe permitir la inclusión de diversas esferas, desde lo nacional hasta lo local o municipal, permitiendo que los distintos actores puedan también ilustrar la norma matriz.

Los medios de comunicación deben llevar a cabo una labor de articulación con el fin de fomentar el convencimiento de la población, y que estas políticas sociales se hagan

efectivas como un hecho habitual. No debe ser solo una cuestión de un sector en particular, sino que debe incluirse a todos los sectores de la población que se identifique con los derechos de las mujeres.

En términos generales, los medios de comunicación suelen abordar el techo de cristal a través de reportajes, artículos de opinión, análisis y entrevistas que destacan los desafíos y obstáculos que enfrentan las mujeres en el ámbito laboral para acceder a puestos de liderazgo y altos niveles salariales.

Es posible que se encuentren diversos factores que influyen en estas políticas, aunque no son las mismas, sino que el contexto político y social influye directamente en la representación de la muestra obtenida.

Por lo tanto, la mayoría de las personas que dieron su opinión aseguran que existe una cuestión en la que todo lo concerniente a los derechos está desordenado, en la que todos los aspectos relacionados con el tema de las instituciones tienen un enfoque distinto al que correspondería tener en el siglo actual.

En primer lugar, los medios de comunicación desempeñan una función fundamental en todos los asuntos sociales, no solo en el contexto actual, sino que van adaptándose siempre a las diversas situaciones que ocurren. Los medios digitales en la actualidad son los que transmiten con mayor rapidez en comparación a los medios conocidos como más tradicionales, y decodifican a la sociedad los mensajes, con el fin de que consumidores o interpretantes puedan realizar un análisis y extracción de los mensajes necesarios.

Por otro lado, los propietarios, ejecutivos de los medios periodísticos toman una posición de acuerdo con la temática, por lo tanto, la agenda de temas se ve de algún modo sesgada por los intereses que estos ejecutivos.

Del análisis de los medios digitales durante el semestre, se pudo apreciar que los medios digitales suelen ser las plataformas más “independientes” que existen, debido a que existen opiniones particulares o singulares sin caer en los medios de comunicación hegemónicos, los cuales tienen una línea editorial más específica.

En este contexto, se abordan las cuestiones personales y las creencias de cada individuo como profesional de la materia, así como la forma y el espacio que se le puede ofrecer al tema en particular. Además, hay varios medios de comunicación que tienen diferentes ideas y formas para transmitir las noticias.

De acuerdo con el análisis realizado por las entrevistadas, la mayoría de ellas opinan que el periodismo actual no es tan independiente en cuanto a estas cuestiones.

Los medios no enfocan esta temática con la misma atención mediática que otros temas. En la actualidad, en el último semestre, se encuentran otros asuntos que presentan una mayor relevancia en el ámbito mediático. Los temas políticos y económicos se llevan un mayor porcentaje del tiempo en los medios consultados.

La violencia económica de género puede tener un impacto significativo dependiendo la línea editorial del medio de comunicación. A pesar de que nuestro país está sumergido en una crisis económica con problemas sociales de diversa índole, con temas mucho más atractivos para comunicar o de mayor interés, lamentablemente este tipo de noticias se ofrecen de una manera muy escasa.

Estos asuntos son de suma importancia para la sociedad y presentan una perspectiva acerca de cómo podemos abordar estos desafíos en víspera de un futuro más igualitario. Tomar conciencia de este problema es responsabilidad de todos los actores.

Se trata de un tema de inclusión que debemos adoptar todos como sociedad, la cual implica la identificación de los derechos y la defensa de ellos para crear una sociedad más justa e igualitaria.

Los medios de comunicación tradicionales y digitales deben asumir una responsabilidad mucho más dinámica en lo que respecta a estos asuntos sociales, aunque los medios de comunicación no sean responsables de las políticas gubernamentales o del accionar de la población, poseen un gran poder de difusión, ya que generan opinión y ofrecen mensajes a la sociedad brindando el espacio que merece en cada plataforma.

Según lo examinado, se puede afirmar que los medios de comunicación desempeñan un papel sumamente significativo en todos estos asuntos, dando lugar a todas las voces e iluminando con cuestiones relevantes del ámbito, siendo los objetivos fundamentales el de canal de difusión de información. Los medios digitales deben aportar su granito de arena a esta problemática, proponiendo y generando debate. Adicionalmente, los medios deben proporcionar las herramientas necesarias para abordar estos temas que son sumamente sensibles, siendo una herramienta de difusión que puede colaborar en la prevención y la sensibilización, y establecer una conexión con los otros intérpretes.

En el ámbito comunicativo, se requiere una mayor participación de las organizaciones no gubernamentales en la gestión de la información, siendo un motor fundamental para el análisis y la toma de decisiones, lo que demuestra una gran relevancia

para el desarrollo de la sociedad. Estas organizaciones deben disponer de programas para ayudar a las personas a prevenir problemas de manera más continua y sostenible. Además, las entidades gubernamentales, en todos sus niveles, deben tomar decisiones sobre la situación y no hacer oídos sordos a las necesidades sociales.

La riqueza del aporte de las mujeres entrevistadas para esta investigación ha permitido descubrir dinámicas muy valiosas sobre qué las moviliza, qué es lo que buscan y qué las inspira. No aplicaron recetas mágicas, sino que en el camino hacia posiciones de liderazgo experimentaron, tomaron decisiones y aprendieron a partir de la acción.

Como corolario de lo expuesto, en todo el proceso de investigación se ha hallado que estas mujeres siguen ciertos patrones y algunos que posiblemente se sostendrán en el corto plazo los cuales influyen en la problemática descrita. Sin lugar a dudas que, para lograr una efectiva integración de la mujer a posiciones decisorias y de liderazgo, se necesita incluir a los varones en el proceso. Ambos deben involucrarse activamente para desterrar mitos y estereotipos.

A modo de síntesis, los medios de comunicación digitales deberían presentar los siguientes desafíos en el corto plazo:

- Generar una amplia difusión y visibilidad de la violencia de género en todas sus plataformas, lo que puede propiciar una conciencia y sensibilización acerca del tema.
- Tienen la oportunidad de sensibilizar a la sociedad, sus causas y consecuencias, y fomentar una cultura de respeto y equidad.

- Proporcionar un espacio para que las víctimas denuncian y compartan sus vivencias, lo cual puede contribuir a romper el silencio y fomentar el respaldo y la solidaridad.
- Deben permitir ayudar a las personas a combatir el tema, juntando a diferentes grupos sociales y haciendo acciones para resolver el problema.

Esta tesis de grado ha sido sumamente importante para profundizar en mi comprensión de este asunto, y espero que pueda generar conciencia y fomentar medidas preventivas para erradicar dicha cuestión social. Para tratar efectivamente la temática en cuestión, es importante tener un enfoque completo que incluya acciones legales, políticas y sociales. Es fundamental fomentar la conciencia y la educación acerca de esta forma de violencia, así como fomentar la implementación de leyes y políticas que garanticen los derechos económicos de las mujeres. Asimismo, se deben establecer programas y servicios que brinden respaldo y recursos a las víctimas, y se debe incentivar la involucración activa de la sociedad en su conjunto en la fomentación de relaciones igualitarias y respetuosas. Es importante trabajar juntos para lograr una sociedad más justa y libre de violencia de género.

Referencias Bibliográficas

- <https://www.argentina.gob.ar/noticias/brecha-salarial-entre-varones-y-mujeres>
- https://dhpedia.wikis.cc/wiki/Art%C3%ADculo_19_de_la_Declaraci%C3%B3n_Universal_de_Derechos_Humanos
- <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights#:~:text=Art%C3%ADculo%2019,por%20cualquier%20medio%20de%20expresi%C3%B3n.>
- https://www.youtube.com/watch?v=_W2vitGLOe4
- <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- [Ley 23.313 http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/20000-24999/23782/norma.htm](http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/20000-24999/23782/norma.htm)
- https://www.clarin.com/sociedad/mujeres-enganadas-infidelidad-forma-simbolica-violencia-genero-0_Bkzoz88uUG.html
- <https://escrituracronica.com/la-boxeadora-que-lucha-por-la-igualdad/>
- <https://www.iproup.com/innovacion/34243-mujeres-en-tecnologia-romper-con-el-techo-de-cristal-es-posible>
- <https://www.iprofesional.com/management/378422-la-desigualdad-de-genero-no-afecta-solo-a-las-mujeres-lideres>
- <https://www.pagina12.com.ar/545408-raza-genero-y-trabajo>
- <https://www.pagina12.com.ar/563035-quienes-son-las-cinco-cientificas-ganadoras-del-premio-inter>
- https://www.clarin.com/opinion/mujeres-ciencia-atrapadas-techo-cristal_0_p88veL79MP.html

- https://www.clarin.com/sociedad/mujer-clima-sonaba-maestra-rompio-techo-cristal-metio-historia_0_4j6urpu5e0.html
- Ackerman, Mario, dir II. Rubio "Discriminación y violencia laboral II" Derecho Laboral I. (2009) pg. 544
- Avendaño, M. (2006). Elementos de Metodología y prácticas locales. Cuadernos de Análisis I. Córdoba, AR: Universidad Nacional de Córdoba, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Escuela de Ciencias de la Información.
- Vinuesa, M. L. (2005). La encuesta. Observación extensiva de la realidad. En Berganza Conde, M. R., y Ruiz San Román, J. (Coords.), Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación (pp. 177-205). Madrid, ES: McGraw-Hill
- Berganza Conde, M. R., y Ruiz San Román, J. (Coords.). (2005). Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación. Madrid, ES: McGraw-Hill.
- Gadow, Fabiana "Mujeres y trayectorias de carrera: claves y desafíos – 1er Ed. Edicon C.P.C.E.C.A.B.A. (2018)
- Wynarczyk, Hilario. Caja de herramientas para hacer la tesis. 1ed. Ed. Edicon Fondo Editorial Consejo (2017)

Anexo Entrevistas

Anexo I – (Fragmento de entrevista a Martina Soto Pose)

18/05/2023

-Trabajaste en distintos medios de radio y tv, ¿notaste en algún momento que algún entrevistado tenga prejuicios sobre género durante alguna entrevista?

- *Bueno, a ver, yo no recuerdo haberlo experimentado tanto en colegas, sino más bien en entrevistados. Recuerdo una vuelta que yo trabajaba en un programa de gastronomía, un programa radial, y vino una importante chef, que es conocida por tener una personalidad un poco vehemente, una chef muy cool, muy famosa, y cuando me vio a mí, que era la conductora, sin ser una palabra autorizada en materia culinaria, lo primero que hizo fue preguntar, así como muy violentamente, ¿qué hace esta chica acá? No había alguien que supiera. Y lo cierto es que mi rol era el de conducir, el de ser bastonera. No es necesario que tenga un máster en gastronomía como este programa era el contenido principal, pero a veces siento justamente que Incluso las mujeres son las más machistas a la hora de marcar diferencia con una colega o con una par mujer profesional. Eso lo sentí mucho, que muchas veces por ser mujer tenemos que rendir doblemente examen, incluso ante los ojos de mujeres mismas también, ¿viste? Y después recuerdo otra entrevista de la cual yo no participé, pero sí fui testigo como público, estaba Billy Bond, emblema del rock argentino, en un programa radial, en donde en la mesa había una chica también. Y la chica, al momento de formularle una pregunta, recibió una respuesta por parte de Billy Bond que, en otra época, no muy lejana, hubiera pasado desapercibido porque él la tiró como un chiste. Dijo, la mandó a lavar los platos, básicamente. No recuerdo cuál fue la frase textual, pero fue como, bueno, ¿qué hace esta chica hablando que vaya a lavar los platos? Algo que podría haber pasado desapercibido así nomás hace unos 10 años o incluso menos, te diría, pero me acuerdo que estaba escuchando el programa de radio y cambió el clima completamente. El conductor tuvo que hacer un parate y mencionar que ese chiste, bueno, no había estado bien. La periodista que estaba en la mesa, obviamente se sugestionó y después no volvió a preguntar más nada porque entiendo que se quedó hasta incluso mal, indignada. Puede pasar como un chiste tonto, pero la realidad es que esa forma de responder, esa forma de reaccionar esconde mucho prejuicio y una violencia muy simbólica en relación a las mujeres.*

- ¿Pensas que en la actualidad los medios de comunicación suelen dar las mismas oportunidades a hombres y mujeres para entrevistar?

- *Creería que sí, pero ese sí está sujeto a la temática de la entrevista, es decir, si es violencia de género, sí, en líneas generales van a ir más a preguntarme a mujeres que son estadísticamente las principales víctimas, pero eso no quiere decir que el día de mañana un hombre puede estar dando también cátedra de violencia de género, lo cual*

no estaría mal necesariamente si no fuera porque las mujeres no tienen tanto espacio siempre. Me acuerdo hace unos años que se hizo un documental acerca de la ola verde en Argentina, las marchas, las manifestaciones y las chicas que básicamente por esa época salían a protestar y a exigir la interrupción voluntaria del embarazo. Bueno, el documental lo dirigió un hombre. Un hombre que encima es hijo de un importante director. O sea que hasta un "nepo baby" hijo de un padre exitoso, podríamos decir. Un tipo que tiene, por supuesto, herramientas, pero para mí caía de maduro que la mirada de ese documental tenía que ser la mirada de una mujer. Entonces volviendo a tu pregunta, yo creo que sí les dan la misma oportunidad pero que es algo en lo que todavía hay que seguir trabajando. Todavía la palabra y el discurso del hombre tienen un poco más de peso que el de la mujer. A menos que sea una mujer que está ubicada en un rol donde está bien que nos explique o nos enseñe, sea el rol de madre, el rol de docente, pero fuera de eso es difícil encontrar mujeres con palabras autorizadas, no es difícil de encontrar, pero no es tan habitual que le den mayor foco en los medios como sí sucede con los hombres. En resumen, te diría que "sí" que existen las mismas posibilidades... pero no lo suficiente todavía.

-Puntualmente sobre las mujeres entrevistadas, ¿crees que este género es más propenso a recibir preguntas relacionadas con su vida personal que en lugar de preguntas sobre su trabajo o merito profesional?

Sí, 100%. Se me viene a la cabeza, a modo de ejemplo, una entrevista que se había viralizado, por lo menos ese fragmento, que le hacían a Scarlett Johansson, que por esa época había asumido el rol de viuda negra, creo. Era un personaje de Marvel o de DC Comics, no me acuerdo exactamente, y le estaban haciendo la entrevista a ella y a sus compañeros de elenco y claro, a sus compañeros les hacían preguntas mucho más existenciales, tipo ¿en qué tuviste que pensar para ponerte en el rol del personaje? Y a Scarlett le preguntaban ¿tuviste que hacer dieta para entrar en el traje de viuda negra, de super heroína? Y Scarlett en un momento a modo medio jocoso, riéndose, pero igualmente indignada, dijo ¿por qué a él le hacen todas las preguntas interesantes y a mí me hacen preguntas acerca del disfraz? Lo puso tan en evidencia de una manera pesada. No se puso en un pedestal, lo bajó a la realidad y fue como, "hágame preguntas un poco más interesantes". Por lo que sí, realmente creo que el género femenino es más propenso a recibir preguntas relacionadas con su vida personal, con sus hábitos de belleza, con la mirada que tienen que sostener o con la postura que tienen que sostener frente a la mirada del mundo sobre ellas básicamente pienso que sí que es así.

- ¿Consideras que las mujeres periodistas son menos propensas a ser ascendidas o tomar algún cargo jerárquico en los medios de comunicación?

Sin duda considero que son menos propensas a ser ascendidas y si son ascendidas, son menos propensas a cobrar el equivalente de lo que cobraría un colega varón desarrollando las mismas tareas. Sí creo que sucede así, sí creo que las mujeres padecemos el famoso techo de cristal, nos cuesta crecer más allá de un determinado punto, ni hablar si sos mamá, si tenes personas a cargo. La mayoría de los casos las mujeres, o por lo menos yo crecí viendo esta realidad. La mujer llega del trabajo, entra a su casa y empieza la segunda jornada laboral que es trabajar en la casa. Hace unos años decían es trabajo no remunerado. Cuidar al abuelito, ayudar a los hijos a hacer la tarea, limpiar la casa, lavar la ropa no es amor. Se está rompiendo el lomo después de haberse roto el lomo en la calle trabajando de lo otro que trabaja de manera remunerada. Así que sí creo que las mujeres son menos propensas a alcanzar cargos jerárquicos en los medios de comunicación y en líneas generales, porque también lo que noto mucho en los medios de comunicación es que, si bien están empezando a haber más mujeres en la pantalla, cámara apagada, digamos, puertas para adentro, se siguen dando los mismos mecanismos de violencia simbólica, violencia explícita incluso, violencia laboral, creo que todavía tenemos un largo trecho por andar.

-¿Crees que las mujeres periodistas son menos propensas a ser atribuidas a temas considerados masculinos?

Me genera un poco de dudas, porque tengo mis dudas en relación a lo que consideramos temáticas masculinas. Hoy en día, en la Fórmula 1 ya hay una periodista mujer, estoy pensando en otras temáticas masculinas. Cada vez hay más y más periodistas de economía, que también antes era algo en donde, por lo menos, los que se destacaban, los especialistas, siempre fueron hombres. Creo que hasta en la medicina, en temáticas como urología, está habiendo más mujeres, que si lo comparamos con ginecología, u obstetricia, perdón, toda la vida hubo especialistas hombres y digamos a la mujer como paciente no la representaba, bueno depende de cada caso, pero un mayor problema. No así el hombre yendo a una especialista mujer en temáticas, bueno, como urología, proctología y demás. No concebí lo que hoy en día haya temáticas masculinas, por ende, no creo que haya mujeres periodistas que son menos propensas a ser atribuidas a estos temas. En mi ejemplo te mencionaba el dato de la periodista dedicada a Fórmula 1, si bien hay una periodista mujer tiene un rol protagónico mucho más pequeño comparado al de sus compañeros y al de sus colegas varones.

Anexo II – Fragmento Entrevista a María Alejandra Brandolini (Presidenta Fondo Argentino de Mujeres Ejecutivas) - 02/06/2023

- ¿Crees que la violencia económica de género es un problema común en los lugares de trabajo de Buenos Aires?

-Muchas veces sucede esto por desconocimiento o algo ya implantado de manera natural. Porque se desconoce y tiene que ver con que las mujeres a la hora de primero aplicar a un puesto de trabajo tienen que superar los skills que se piden. Ejemplo: en una entrevista de trabajo: Cuando llega a la hora de pedir salario, una mujer siempre pide un valor que ella considera justo o requerido y ese valor se le reduce al momento de negociar el puesto o por el puesto asignado en si por el carácter femenino de la persona a contratar.

-¿Crees que las mujeres son menos propensas a ser incorporadas en puestos de liderazgo o alta gerencia?

-No es que son menos propensas en ser incorporadas o jerarquizadas, en puestos de liderazgo o alta gerencia. ¿Es que las que llegan, si son ascendidas, por ejemplo, por un headhunter, pero el tema es que en el camino quedan muchas y quedan muchas porque Si ve los informes de la Cepal, la cantidad de mujeres que deja de trabajar Cuándo se casa en Latinoamérica? ¿Y cuándo tienen el primer hijo? Deloitte tenía un programa de retención de talento dándole a las mujeres que se querían desvincular una jornada part time para que siguiera vinculada, se consideraba que el máximo de hijos que tendría sería dos hasta que estuvieran en la escolaridad, serían aproximadamente unos siete años, entonces, los primeros años con un proyecto la mantenían unida, luego part time para no perder toda la inversión que habían tenido en la inducción y mantenimiento.

Cuando una mujer se haiga puesto de liderazgo y alta gerencia es muy requerida por el mercado, porque hay muchas empresas tienen cupo, tienen políticas de equidad, que requieren mujeres y muchas veces no se encuentra.

- ¿Consideras que los medios de comunicación deberían usar un lenguaje inclusivo y no sexista en todas sus publicaciones?

-Y creo que el lenguaje sexista no va ahora, el inclusivo tiene bastantes dificultades, porque si vos vas al lenguaje, el lenguaje se transmite a través de la oralidad, y una vez

que se incorpora a través de la oralidad, puede incorporarse a lo escrito. Pretender que algo que se supone que lo lea y que lo aplique, es difícil. Toda la historia de la humanidad ha sido una narrativa y se ha hecho candente por la oralidad.

En rubro de comunicación, desde ya te digo que no. En el Consejo Profesional de Relaciones Públicas, entidad a la cual también pertenezco ninguna mujer ha presidido en los últimos mandatos cuando justamente el ochenta por ciento del rubro comunicación esta siendo ejercido por mujeres.

- **¿Consideras que en el rubro comunicación dan igualdad de oportunidades a hombres y mujeres para participar en la producción de noticias?**

- *En muchos programas ponen fotos de mujeres para que se vea que es una empresa donde los puestos se distribuyen entre todos los sexos, pero que no tiene la misma jerarquía, categoría periodística, salvo algunos casos particulares, por ejemplo, puedo citarte a Carolina Amoroso, que se habla ganado su lugar, y después de la guerra de Ucrania, más aún, pero, en general, no. Se puede visualizar, por más esfuerzo que hagan, en paneles comunes y demás*

- **¿Cree que el sector empresarial puede desempeñar un papel importante en la lucha contra la violencia económica de género en la sociedad en general? ¿Por qué?**

Hoy yo creo que hay que dividir la problemática según la región y las prioridades. Si en Argentina lo que se quiere combatir es la violencia de inflación y el desempleo y la inseguridad. Entonces, es como si queremos hablar de sustentabilidad, cuando la emergencia hoy radica por otro lado.

Anexo III – Fragmento de la Entrevista a Patricia Pérez (Presidenta · ILAPYC. Instituto latinoamericano paz y ciudadanía) – 05/06/2023

-¿Cuál es su opinión sobre la brecha de género en puestos de trabajo relacionados con la violencia de género económica?

No cabe duda de que hay un avance significativo en lo que respecta a la disparidad de género, pero también existe una situación marcada que persiste cuando las mujeres necesitan independizarse, tienen muchas menos posibilidades de independizarse que los hombres, las mujeres que trabajan en puestos altos siguen siendo escasas por lo menos no en los lugares en la toma de decisiones. Siempre la mujer ha tenido que demostrar su desempeño, es todo un componente que conforma el ideal de la mujer para acceder a determinado lugar. Me parece importante remarcar lo siguiente: en general, cuando vos tenés una familia, una posibilidad de salir a trabajar desde joven, los hombres tienen más posibilidades de trabajar fuera del entorno, que la mujer ya que es considerado que la mujer en general es quien ayuda en la casa o sea, que también hay como una otra violencia allí.

Y después aparecen muchas cuestiones que de las que habitualmente no se hablan, que tiene que ver con profesiones, en el deporte por ejemplo ahora está el tema del fútbol femenino que está oficializado. Ahora, si vos proporcionalmente miras la remuneración de una mujer vs un hombre por igual cantidad horaria de trabajo la mujer cobra mucho menos.

-¿Ha observado alguna vez casos en los que una mujer es contratada para un puesto de trabajo relacionado con la violencia de género económica, pero recibe un salario más bajo que un hombre que desempeña las mismas funciones?

No hay una línea jerárquica con esto. Pero yo creo que el monto o retribución debería ser equitativo e igualitario entre todos los sexos.

-¿Qué políticas o medidas cree que podrían adoptarse para garantizar que las mujeres que trabajan en puestos relacionados con la violencia de género económica reciban un salario justo y equitativo?

Me parece que acá tiene que haber cambios culturales, políticas de estado que acompañan dichos cambios. Esta cuestión no es puramente de legislaciones, debe

existir una batería de instrumentos y la decisión política para llevar adelante estas medidas. Entonces, debe existir gente que se ocupe de velar por la igualdad de derechos de las mujeres en cuanto a violencia económica de género. Me parece que a eso tenemos que llegar. Lo primero que hace falta es que nuestro país se recupere económicamente, cosa que hoy no está pasando. Necesitamos reactivar la cultura del trabajo que tampoco está pasando en todos los sectores. Después de eso, lo que hace falta es equiparar los salarios a igual trabajo, igual remuneración con políticas de estado sostenidas. Que no sean políticas de un gobierno y el gobierno que viene hace otra cosa, y el que viene después hace otra cosa, son políticas de estado que tienen que sostenerse en el tiempo