

MUJERES PERIODISTAS EN LA ARGENTINA

Situación laboral y rol profesional
de las comunicadoras en el país

Estudio cuantitativo a nivel nacional
Informe de resultados
Buenos Aires, noviembre de 2018

www.fopea.org



Con el apoyo de
 Google News Initiative



INTRODUCCIÓN

El **MediaLab** del **Foro de Periodismo Argentino (FOPEA)**, con el apoyo de **Google News Initiative**, realizó entre octubre y noviembre de 2018 una encuesta online a mujeres periodistas argentinas de todo el país para conocer su situación laboral, su rol profesional, sus perspectivas de desarrollo y su lugar respecto a sus colegas varones en los medios. El **MediaLab** fue el espacio propicio para impulsar este relevamiento sobre la igualdad / desigualdad de género en la estructura de los medios argentinos y en la cobertura periodística, desde la perspectiva femenina, dado que el apoyo recibido desde Google News Initiative permitió, además, hacer foco en qué uso le dan a las nuevas tecnologías y cuál es el aporte en torno a su desarrollo profesional. El **Foro de Periodismo Argentino (FOPEA)** fue creado tanto por hombres como por mujeres comprometidas con la mejora del periodismo profesional. Actualmente, FOPEA cuenta con más de 200 socias mujeres que representan el 38% de sus asociados. La conformación de su Comisión Directiva intenta alcanzar el equilibrio de género, una búsqueda en la que estamos comprometidos. En cuanto al equipo de trabajo full time y part time, la mayoría de sus integrantes –incluyendo a esta Directora– son mujeres. Asimismo a lo largo y ancho del país, nuestra organización ha realizado diferentes actividades, debates y capacitaciones en coberturas con perspectiva de género y en apoyo a la diversidad.

Este estudio es un nuevo y valioso aporte en este camino emprendido por **FOPEA** en el marco de una época y de un debate constante que atraviesa a la profesión, tanto afuera como adentro de su industria. ¿Las mujeres periodistas ganan lo mismo que sus colegas varones? ¿Tienen las mismas oportunidades de crecimiento laboral que sus pares masculinos? Sus jefes directos, ¿son varones o mujeres? ¿En qué temas quieren capacitarse? ¿Las coberturas cuentan con una perspectiva de género? La visión de la mujer, ¿está representada en los medios y sus coberturas, o es un ojo/criterio masculino y masculinizante el que opina, califica e informa?

Este es un año donde se han dado grandes pasos en este sentido y medios de todo el mundo han sumado mujeres directivas así como especialistas en género, y las colegas de las redacciones se han movilizado en reclamo de mejores condiciones de trabajo y de desarrollo profesional. Cada vez son más las periodistas mujeres en los medios. Sin embargo, diferentes estudios dan cuenta de lo difícil que es romper el llamado “techo de cristal” cuando se trata de ocupar espacios de decisión.



INTRODUCCIÓN

Como suele suceder en otros ámbitos, las nuevas tecnologías representan uno de los motores para mejorar las competencias de las personas, abren nuevos espacios de desarrollo profesional y facilitan el intercambio de ideas entre pares. Este estudio da cuenta además de que hay otros conocimientos para incorporar, como la gestión de proyectos, coordinación de equipos, gestión de negocios, que permitirían mejorar el crecimiento profesional de las periodistas mujeres.

El presente informe busca inicialmente poner una lupa sobre el estado de situación, brindar datos e información actualizada y apuntar a que finalmente se transforme en el puntapié para que los diferentes actores involucrados puedan desarrollar espacios y propuestas de trabajo conjunto entre los y las colegas periodistas que permitan mejorar el ámbito laboral y su horizonte profesional.

Alentamos a los responsables de los medios a que puedan transformar sus lugares de trabajo en un entorno que tenga en cuenta el género, no solo en la instancia de la cobertura periodística, sino en igualar las oportunidades de desarrollo de sus empleados masculinos y femeninos. Potenciar la participación de la mujer no es “permitirle” estar o intervenir: es obrar en consecuencia con la justicia (mujeres y varones constituimos ambos, a la par, la sociedad en que nos movemos) y ser estrategas: la mujer contribuye de seguro a mejorar el potencial de todo el equipo y los logros de sus organizaciones.

Vanina Berghella

Directora Ejecutiva



METODOLOGÍA

SOBRE ESTE RELEVAMIENTO

El **MediaLab** del **Foro de Periodismo Argentino (FOPEA)**, con el apoyo de Google News Initiative, realizó entre octubre y noviembre de 2018, una encuesta a mujeres periodistas argentinas para conocer su situación laboral, su rol profesional y su lugar respecto a sus colegas varones en las redacciones del país.

El **MediaLab** fue el espacio propicio para impulsar este relevamiento sobre la igualdad / desigualdad de género en la estructura de los medios argentinos y en la cobertura periodística, desde la perspectiva femenina.

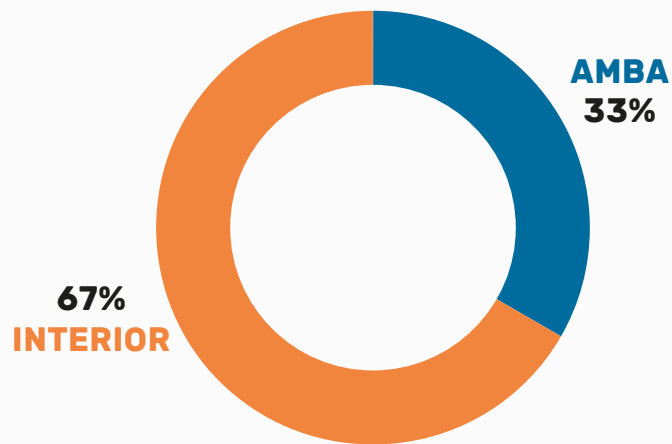
METODOLOGÍA

- Se realizó un muestreo a periodistas mujeres integrado por profesionales de todo el país.
- La base de periodistas incluyó 2.700 contactos.
- La tasa de respuesta fue del 15 %, aproximadamente (405 casos completos efectivos).
- El cuestionario se digitalizó para aplicarle el formato CAWI.
- El programa permitió insertar saltos dinámicos para mostrar solo aquellas preguntas de acuerdo al perfil de la entrevistada.
- Los datos se cargaron directamente sobre una base en servidor con validaciones que guiaron a cada entrevistada a responder correctamente sin errores de interpretación.
- La recolección de datos se realizó *online*.
- El cuestionario incluía preguntas cerradas y abiertas.
- El campo se realizó entre el 16 de octubre y el 7 de noviembre de 2018.
- El relevamiento fue realizado por **CIO Investigación**.

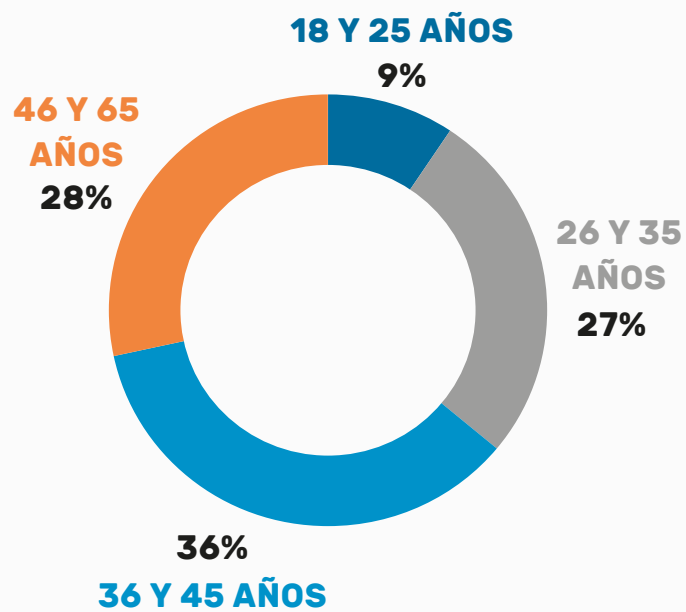


METODOLOGÍA

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA



DISTRIBUCIÓN POR EDAD

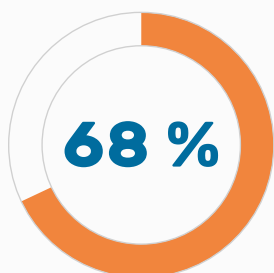




INSERCIÓN EN EL MERCADO DE TRABAJO

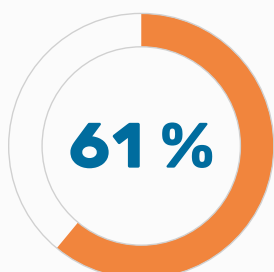
La dinámica de inserción de las periodistas mujeres en el mercado de trabajo muestra:

A) ALTO NIVEL DE DESEMPLEO POR DEBAJO DE LOS 26 AÑOS



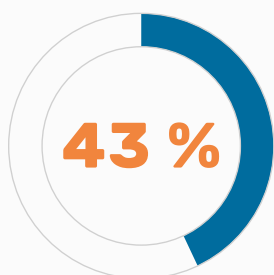
Triplika la media nacional de las mujeres en ese segmento etario (68% vs 21% - EPH 2° trim 2018).

B) ALTO NIVEL DE PLURIEMPLEO UNA VEZ QUE INGRESAN AL MERCADO DE TRABAJO



61% de las mujeres periodistas que trabajan tienen más de un empleo.

MEDIO

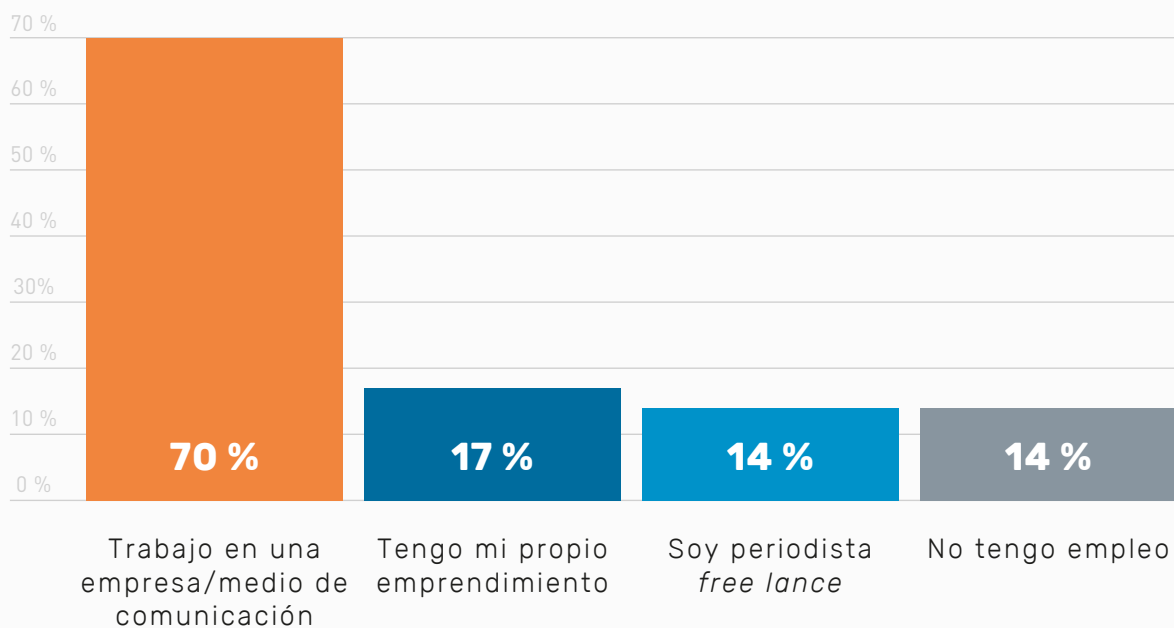


43% de las periodistas mujeres trabaja en un medio digital (puro o convergente).



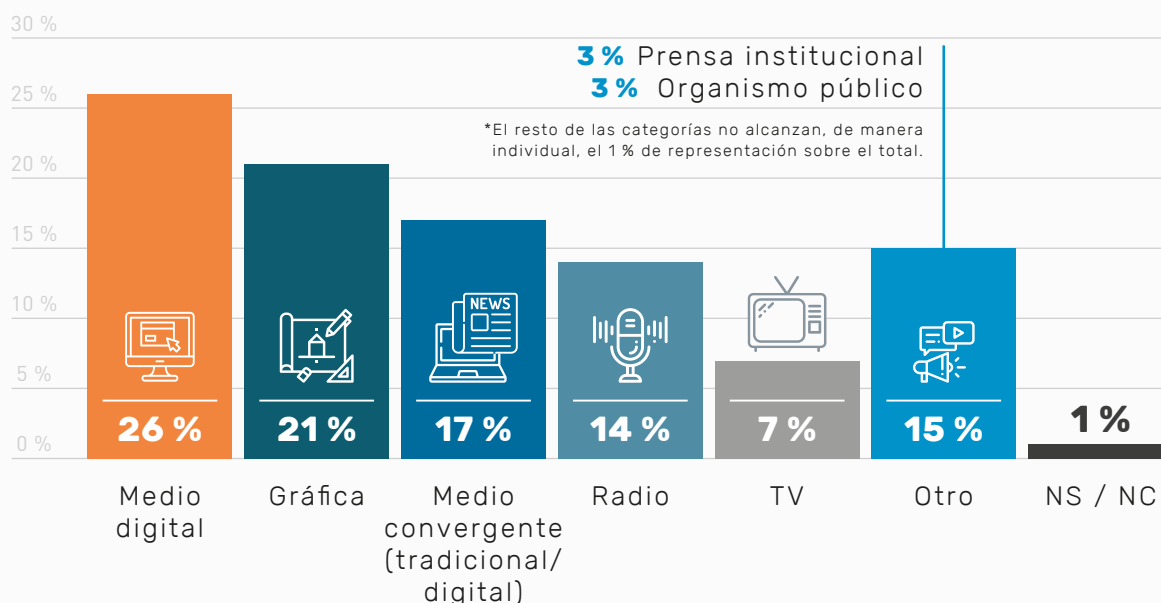
INSERCIÓN EN EL MERCADO DE TRABAJO

¿CUÁL ES TU SITUACIÓN LABORAL ACTUAL?



¿EN DÓNDE LLEVÁS A CABO TU TRABAJO PRINCIPAL?

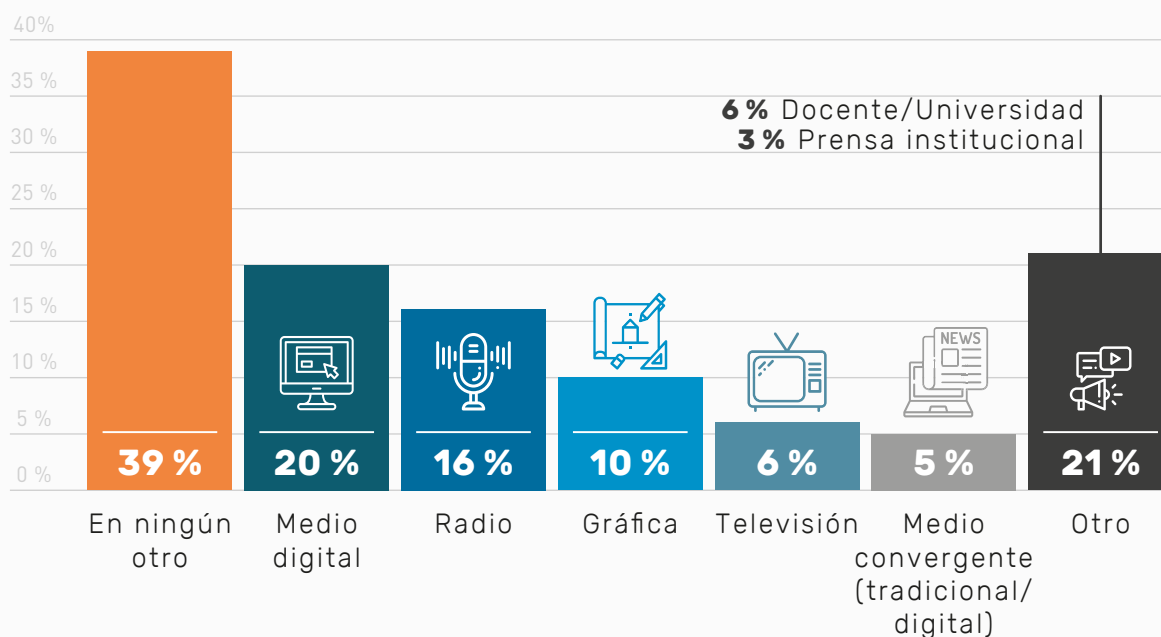
(en el que ganás más o en el que trabajás más horas)





INSERCIÓN EN EL MERCADO DE TRABAJO

ADEMÁS DE TU OCUPACIÓN PRINCIPAL, ¿EN QUÉ OTROS MEDIOS TRABAJÁS?



SITUACIÓN LABORAL ACTUAL

		18-25 años	26-35 años	36-45 años	46-55 años	Gráfica	Convergente	Digital	Radio	TV
Trabajo en una empresa/medio de comunicación	70%	24%	77%	77%	74%	90%	87%	64%	77%	96%
Tengo mi propio emprendimiento	17%	5%	12%	22%	16%	8%	11%	33%	21%	8%
Soy periodista <i>free lance</i>	14%	5%	15%	13%	17%	14%	13%	18%	23%	4%
No tengo empleo	14%	68%	9%	8%	6%					

El desempleo es muy fuerte por debajo de los 26 años.
La proporción de emprendedoras se duplica en medios digitales.



INSERCIÓN EN EL MERCADO DE TRABAJO

¿EN QUÉ ÁREAS DESEMPEÑÁS TU TRABAJO?

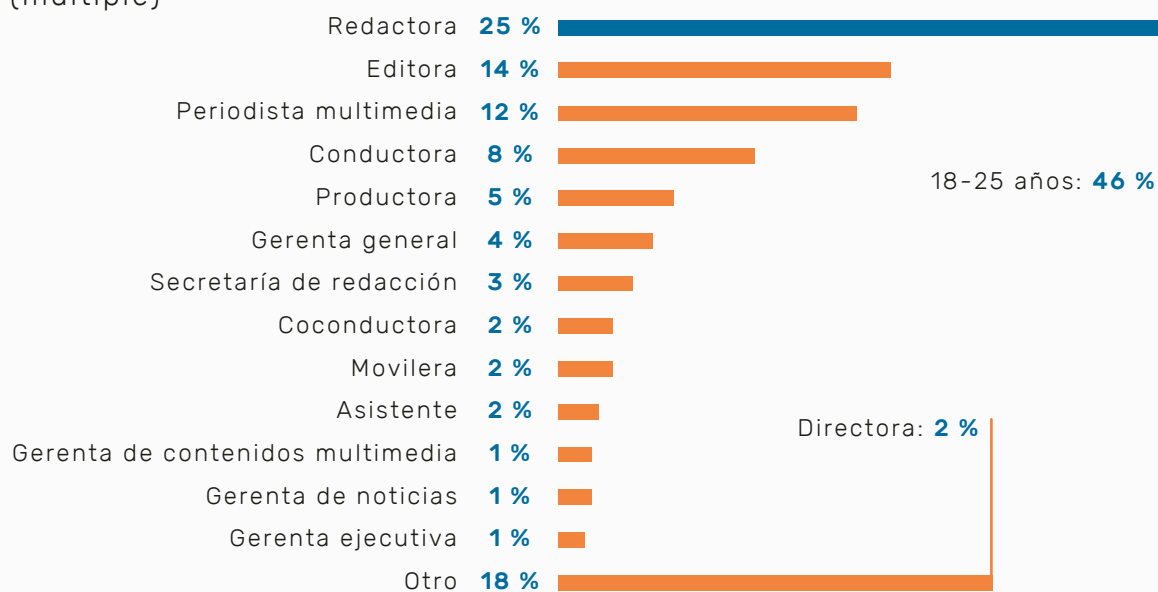
(múltiple)



Multiplicidad: 2.

¿CUÁL ES TU CARGO ACTUAL?

(múltiple)

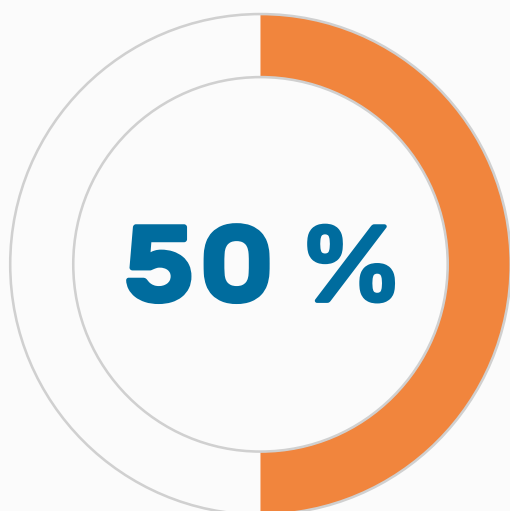


Multiplicidad: NO.

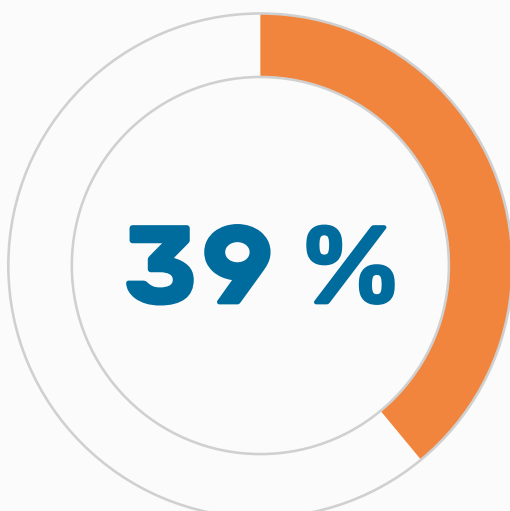


INSERCIÓN EN EL MERCADO DE TRABAJO

Dos imaginarios distintos emergen cuando las encuestadas son consultadas respecto a **cómo les gustaría que fuera su futuro profesional en la actividad periodística:**



Desearía progresar trabajando dentro de una empresa periodística.

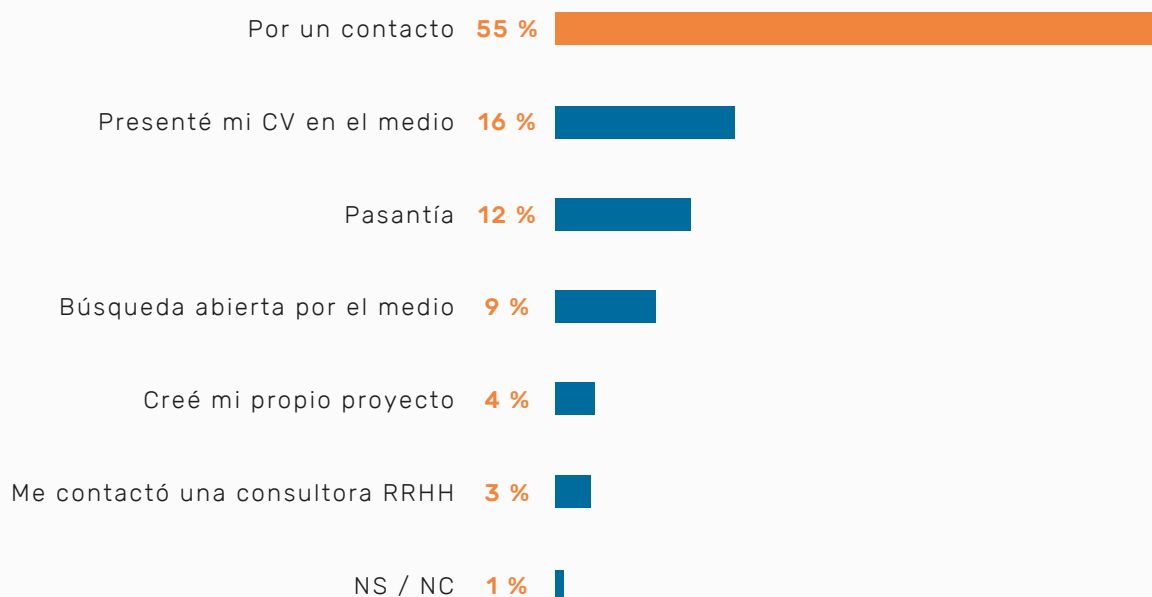


Espera desarrollarse trabajando en forma independiente.

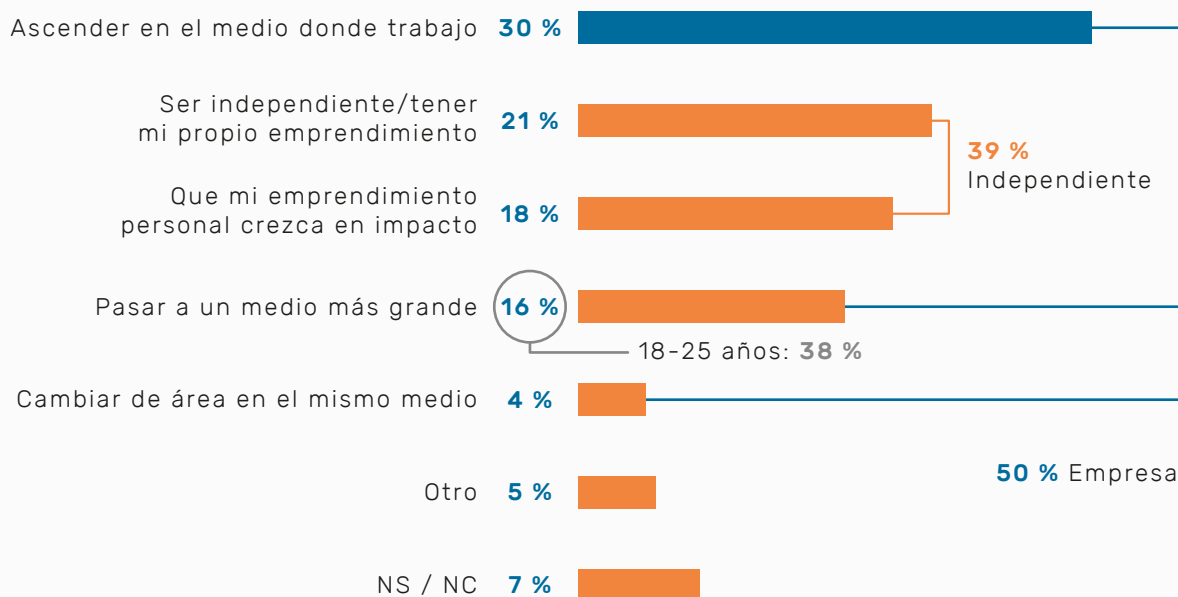


INSERCIÓN EN EL MERCADO DE TRABAJO

¿CÓMO INGRESASTE A TU TRABAJO ACTUAL?



¿QUÉ TIPO DE PROGRESO PROFESIONAL TE GUSTARÍA TENER?



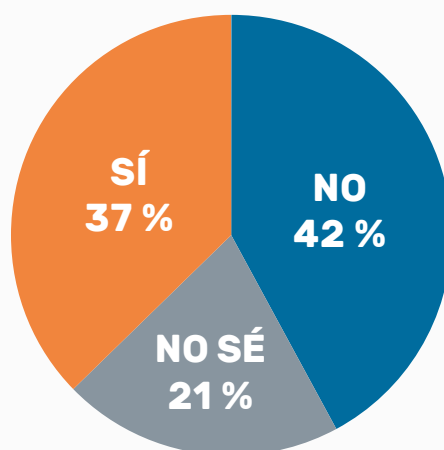
Conviven dos visiones respecto al empleo en la profesión: 50 % se imagina dentro de una "empresa"; el 39 % siendo independiente.



INSERCIÓN EN EL MERCADO DE TRABAJO

¿HAY POSIBILIDAD DE CRECIMIENTO EN TU TRABAJO ACTUAL?

Solo un tercio de la muestra piensa que tiene posibilidades de crecimiento en su actual trabajo:



En digitales puros, aumenta la percepción de dinamismo y posibilidades de ascenso profesional:

	Total	18-25 años	26-35 años	36-45 años	46-55 años	Gráfica	Converg.	Digital	Radio	TV
Sí	37 %	23 %	32 %	43 %	39 %	16 %	33 %	47 %	44 %	38 %
No	42 %	46 %	52 %	36 %	39 %	59 %	57 %	32 %	40 %	33 %
No sé	21 %	31 %	16 %	21 %	22 %	25 %	10 %	22 %	17 %	29 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %



INSERCIÓN EN EL MERCADO DE TRABAJO

Otros dos emergentes dan forma empírica a la percepción de precariedad que las periodistas mujeres tienen respecto de la industria: **los bajos salarios y el temor a perder el empleo son las principales dificultades** que hoy enfrenta, según su visión, la actividad periodística en la Argentina.

¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES DIFICULTADES QUE HOY ENFRENTA LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA EN LA ARGENTINA?

(múltiple)

DIFICULTADES ECONÓMICAS

- Los bajos salarios
- El temor a perder el trabajo
- La falta de recursos e inversión de los medios para hacer periodismo de calidad
- La dependencia de la pauta oficial
- La situación del país

DIFICULTADES PROFESIONALES

- El no reconocimiento del valor agregado que aporta el periodismo de calidad
- La falta de rigor profesional de los periodistas
- La falta de capacitación de los periodistas
- La crisis general que afecta al periodismo en todo el mundo
- Los nuevos hábitos de consumo de contenidos informativos de las audiencias



INSERCIÓN EN EL MERCADO DE TRABAJO

¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES DIFICULTADES QUE HOY ENFRENTA LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA EN LA ARGENTINA?

(múltiple)

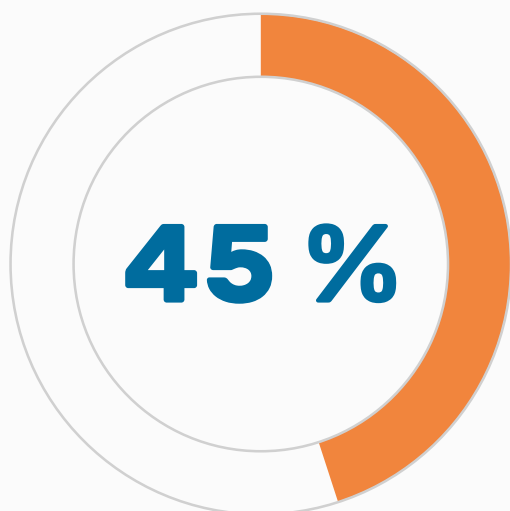


■ Dificultades económicas ■ Dificultades profesionales



USO DE REDES, SOFTWARE Y APLICACIONES

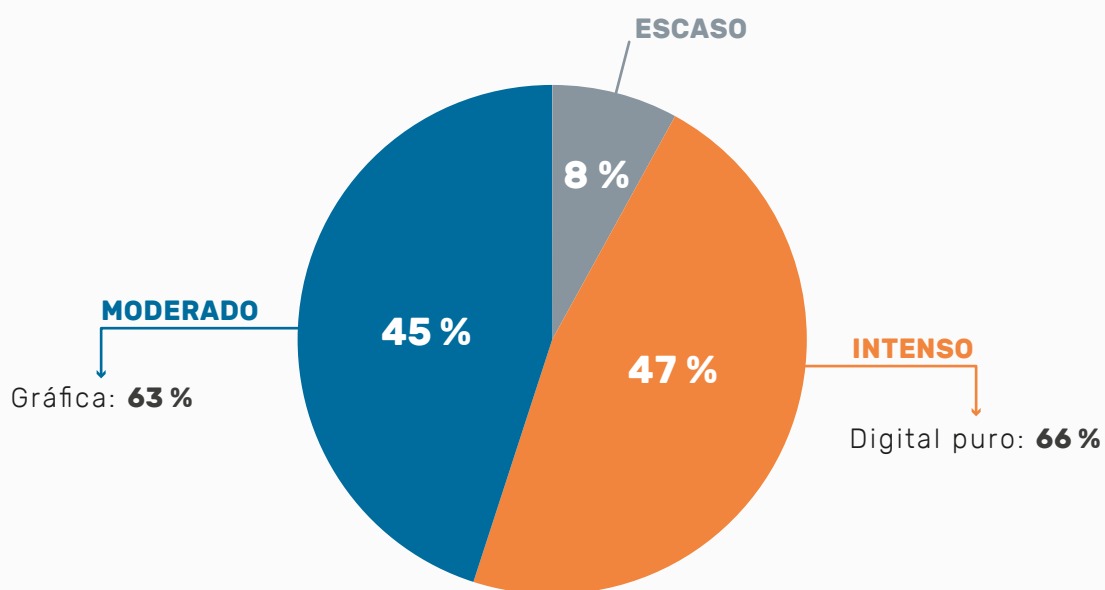
USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS



45% de las periodistas afirman que es **moderado el uso de "nuevas tecnologías"** en la profesión.

En efecto, **la alta incidencia del uso de redes sociales no se mantiene en aplicaciones o software de trabajo** (procesamiento, diseño, edición, etc.)

¿CÓMO DESCRIBIRÍAS EL USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS EN TU TRABAJO COTIDIANO?





USO DE REDES, SOFTWARE Y APLICACIONES

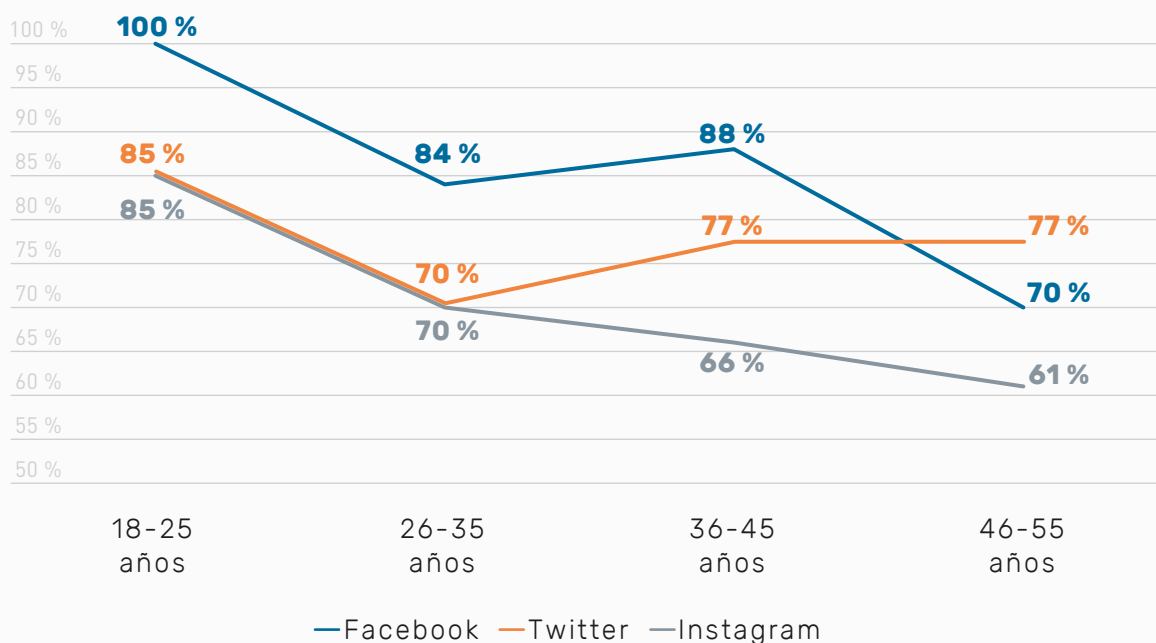
¿QUÉ APLICACIONES/PLATAFORMAS UTILIZÁS A DIARIO EN TU TRABAJO?

Whatsapp	91 %	
Facebook	82 %	
Twitter	76 %	
Instagram	67 %	
Google drive	64 %	
Plataforma de publicación del trabajo	49 %	
Google Maps	44 %	
Google Analytics	33 %	
Photoshop	32 %	
GoogleTrends	18 %	
Canva	18 %	
Charbeat	10 %	
Premiere	10 %	
Google Forms	9 %	
Flourish	3 %	
NS / NC	1 %	
Otras	7 %	

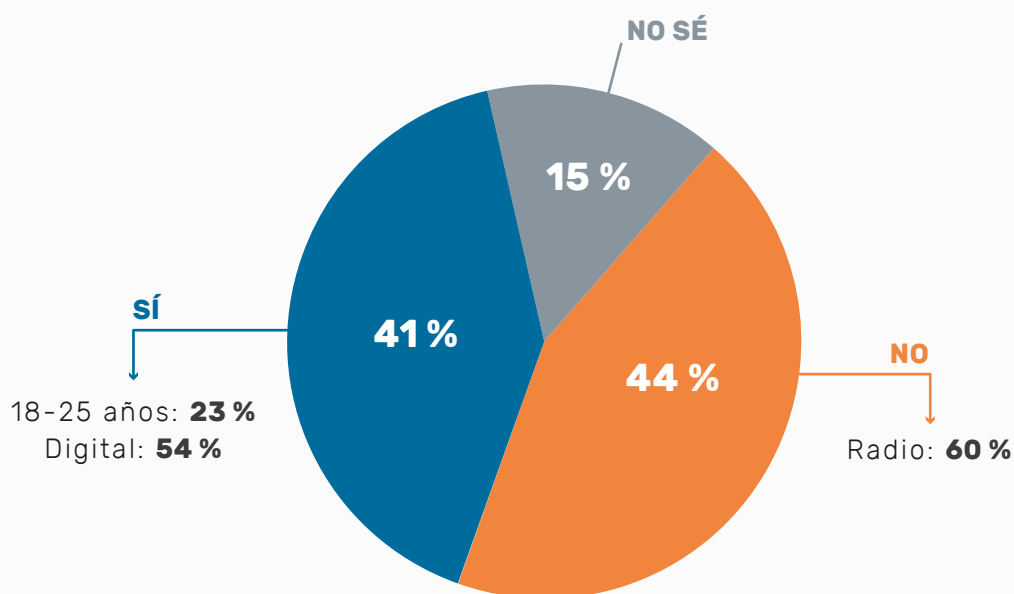


USO DE REDES, SOFTWARE Y APLICACIONES

¿QUÉ APLICACIONES/PLATAFORMAS UTILIZÁS A DIARIO EN TU TRABAJO?



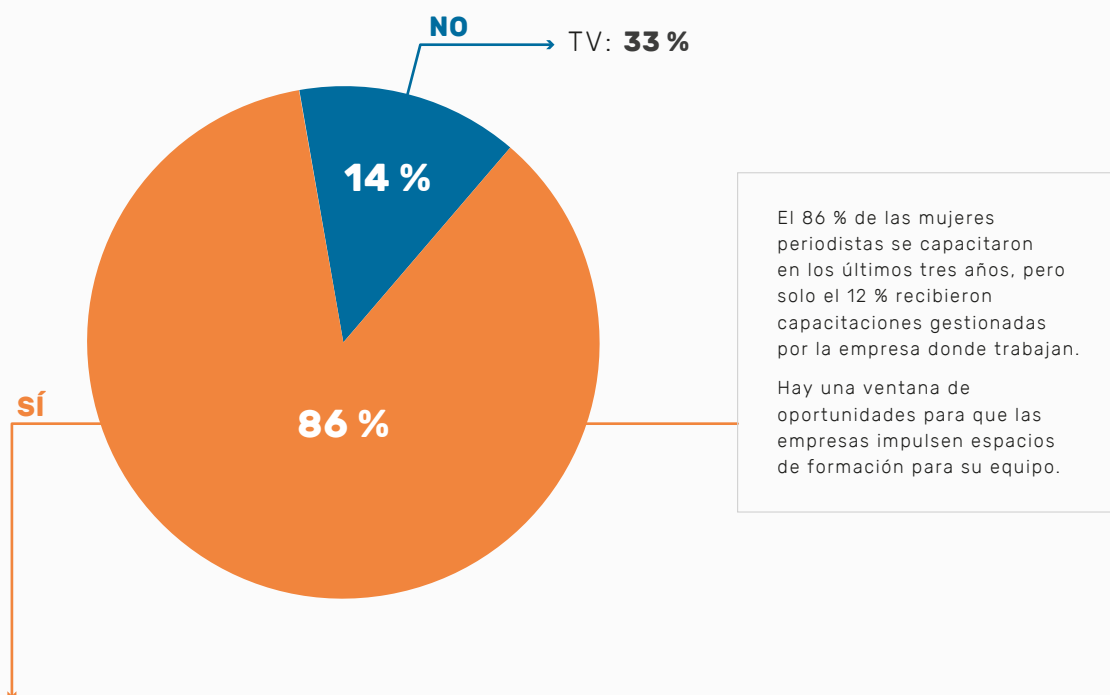
EL MEDIO DONDE TRABAJÁS, ¿FOMENTA LA CAPACITACIÓN?



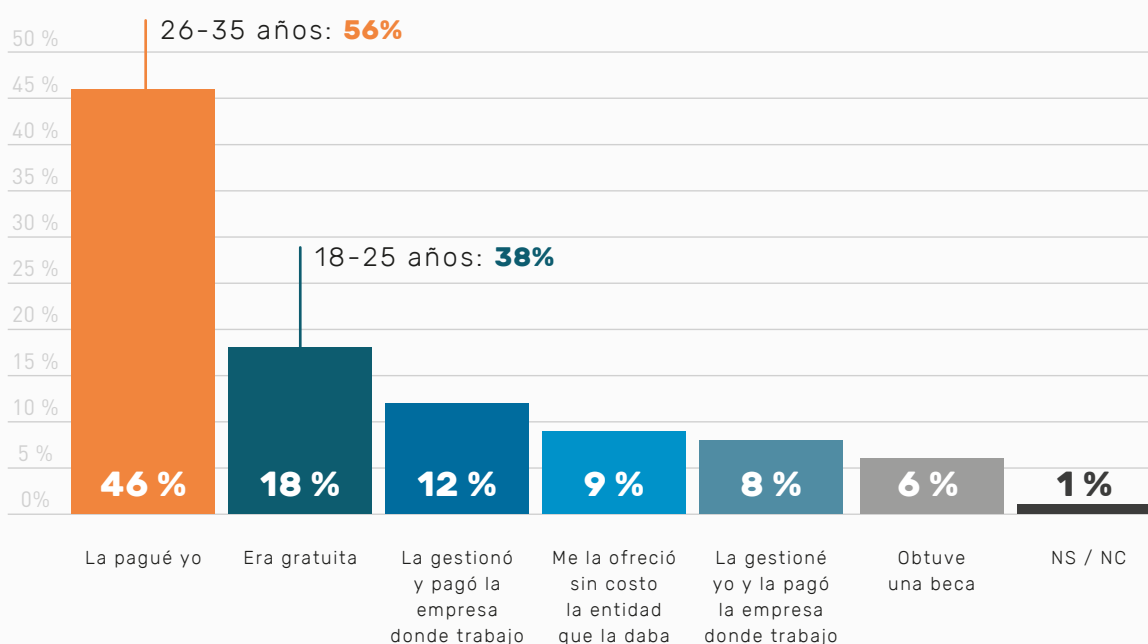


CAPACITACIÓN

¿HICISTE CAPACITACIONES EN LOS ÚLTIMOS TRES AÑOS?



¿CÓMO ACCEDISTE A LA CAPACITACIÓN?





CAPACITACIÓN

¿QUÉ CAPACITACIÓN EN NUEVAS TECNOLOGÍAS TE SERVIRÍA PARA TU CRECIMIENTO PROFESIONAL?

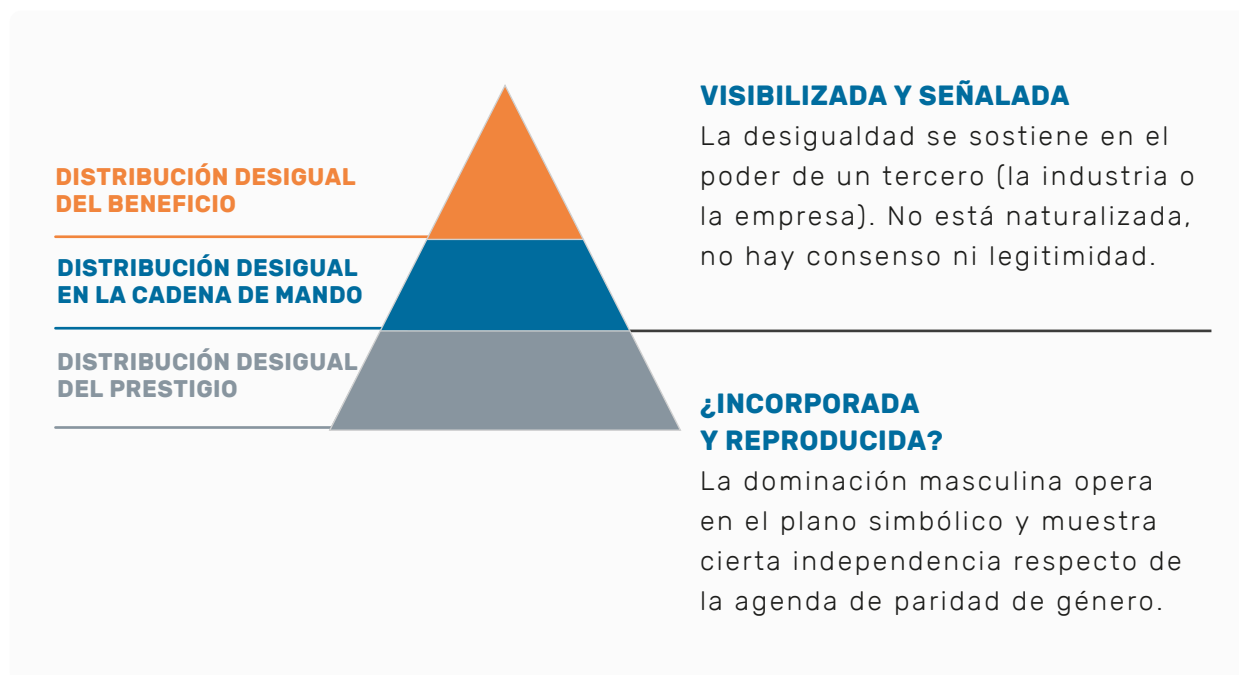
(múltiple)

Aprender sobre audiencias y engagement	57 %	
Conocer los nuevos medios y las nuevas plataformas que surgen	54 %	
Producción multimedia	48 %	
Conocer cómo se producen contenidos para celulares	48 %	
Producción y edición de videos	44 %	
Entender y aprender a gestionar las plataformas de métricas y estadísticas	44 %	
Marketing digital	43 %	
Diseño web	35 %	
Manejo de herramientas para storytelling	33 %	
Fotografía digital	25 %	
Procesamiento de datos	25 %	
Programación	20 %	
Producción y edición de visualizaciones	20 %	
SEO/SEM/SMM/SMO	20 %	
Realidad virtual y realidad aumentada	13 %	
Inteligencia artificial/Machine learning	12 %	
Producción de juegos	3 %	



DESIGUALDAD DE GÉNERO

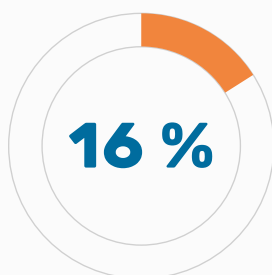
Los datos del estudio permiten observar cómo la desigualdad de género circula a través de dos modalidades distintas en la actividad periodística.



La desigualdad de oportunidades y beneficios profesionales **es señalada de manera homogénea por la muestra.**

El cuestionamiento recae en la industria (las empresas de medios), cuyo modelo de funcionamiento real está aún desactualizado respecto de las expectativas de las periodistas encuestadas.

MENCIÓN DE PERIODISTAS PRESTIGIOSOS



Solo el 16 % menciona una mujer al momento de elegir un/a periodista prestigioso/a.

Existe, incluso, un 12 % que afirma que las diferencias en detrimento de las mujeres se originan en la menor capacitación de estas frente a sus pares varones.

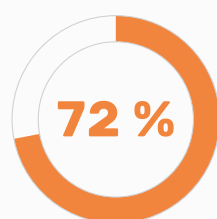


DESIGUALDAD DE GÉNERO

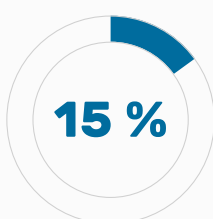
DISTRIBUCIÓN DESIGUAL DE LOS BENEFICIOS

• OPORTUNIDADES

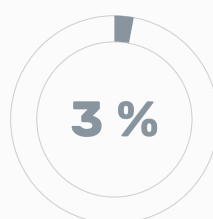
EN LAS EMPRESAS DE MEDIOS, LAS MUJERES...



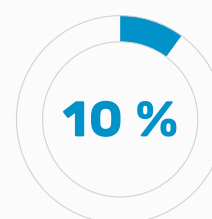
Tienen menos oportunidades de crecimiento que los hombres.



Tienen las mismas oportunidades de crecimiento que los hombres.



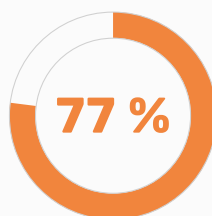
Tienen más oportunidades de crecimiento que los hombres.



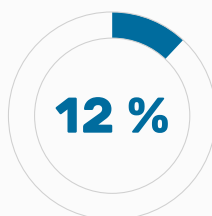
NS / NC

• BENEFICIOS

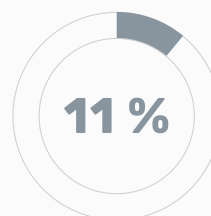
¿DIRÍAS QUE, EN EL PERIODISMO, A IGUAL TRABAJO LA MUJER OBTIENE LA MISMA RETRIBUCIÓN ECONÓMICA QUE EL HOMBRE?



No

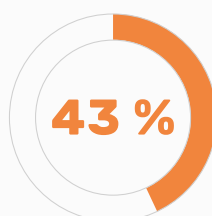


Sí

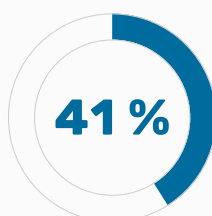


NS / NC

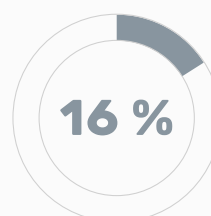
EN EL LUGAR DONDE TRABAJÁS, ¿CONOCÉS CASOS DE MUJERES QUE HAYAN PERDIDO UNA OPORTUNIDAD LABORAL POR EL HECHO DE SER MUJERES?



No



Sí



NS / NC

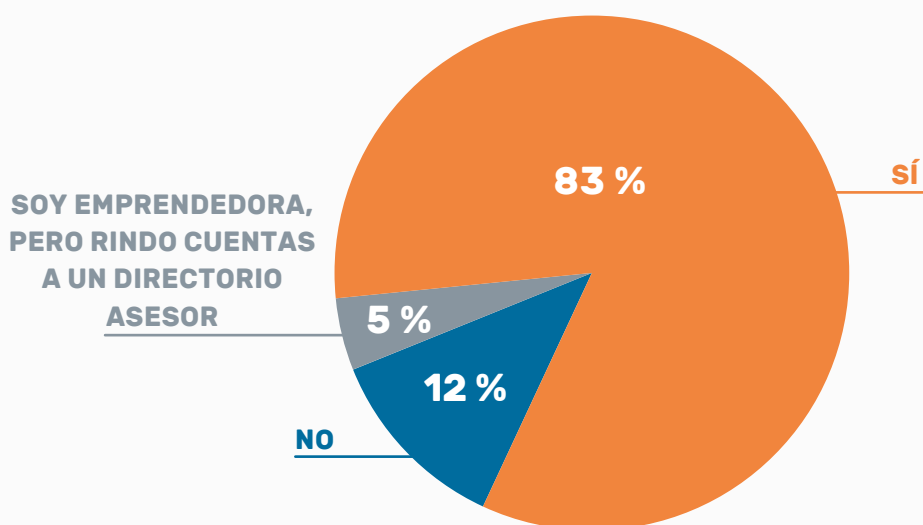
La desigualdad de oportunidades y beneficios profesionales es denunciada de manera homogénea por la muestra.



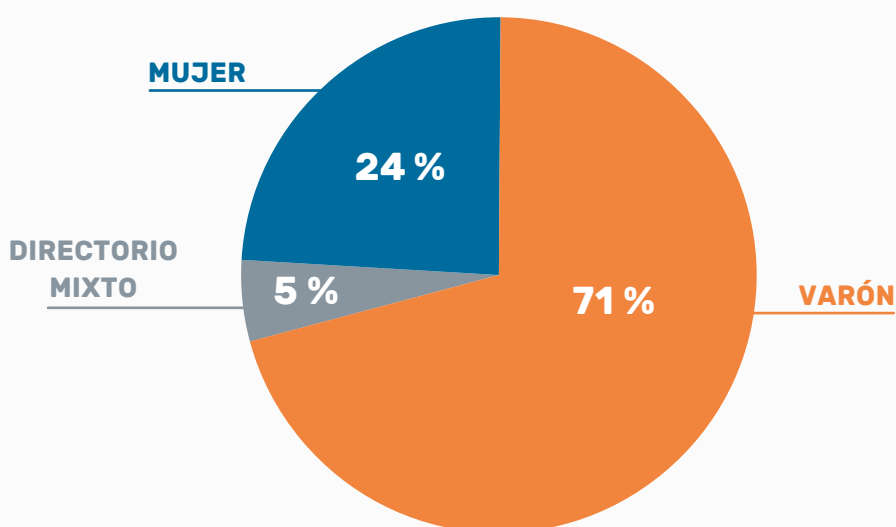
DESIGUALDAD DE GÉNERO

DISTRIBUCIÓN DESIGUAL EN LA CADENA DE MANDO

¿TENÉS JEFE DIRECTO?



¿CUÁL ES EL GÉNERO DE TU JEFE/A DIRECTO/A?

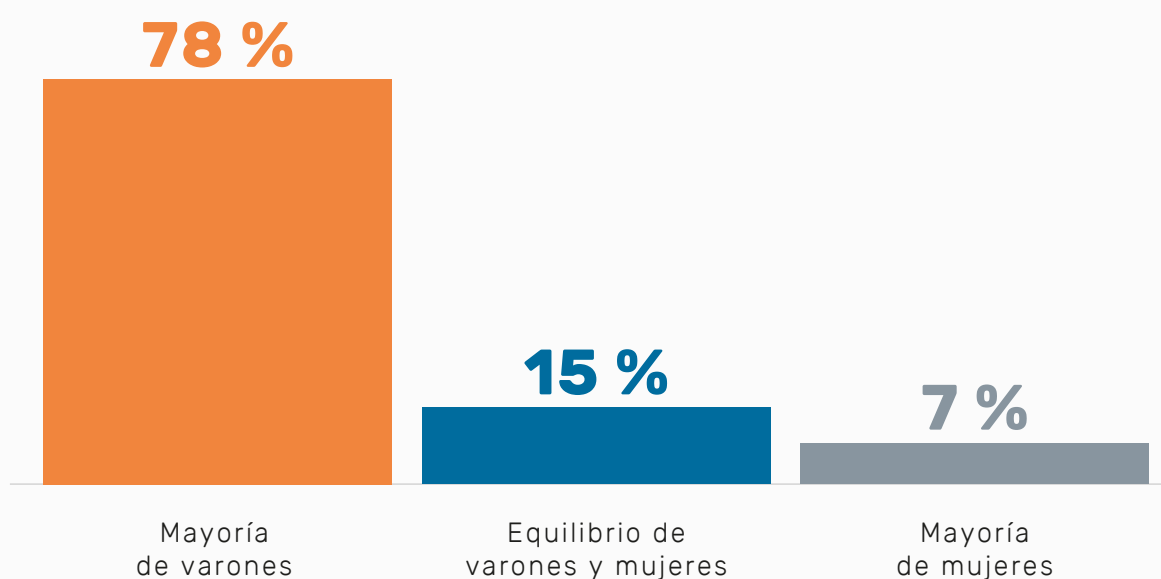




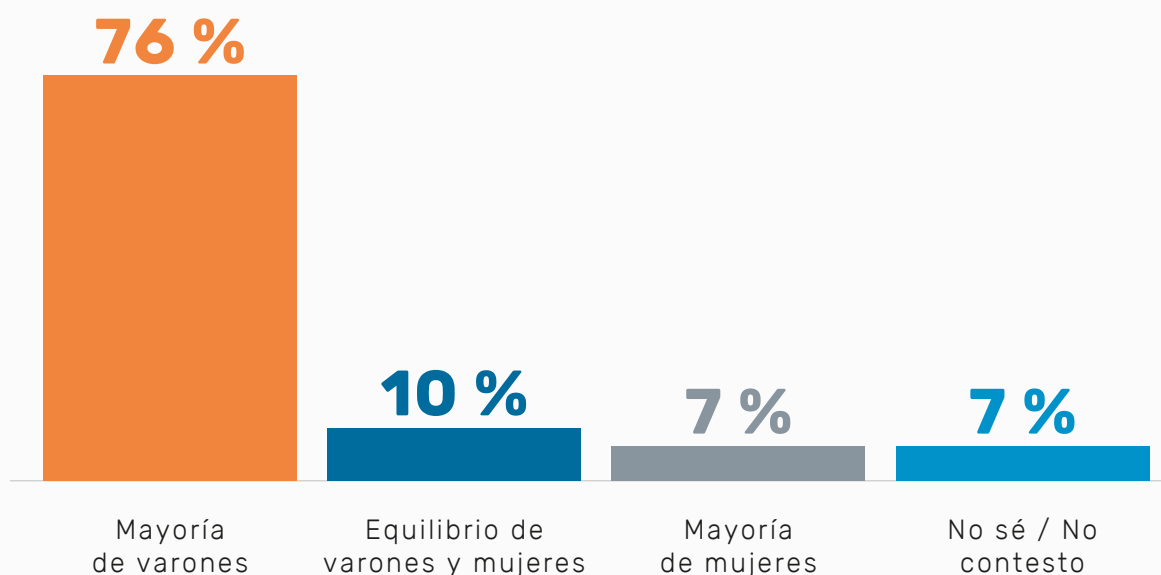
DESIGUALDAD DE GÉNERO

DISTRIBUCIÓN DESIGUAL EN LA CADENA DE MANDO

SEGÚN EL GÉNERO, ¿LOS JEFES EN EL MEDIO DONDE TRABAJÁS SON...













SEGÚN EL GÉNERO, ¿LOS INTEGRANTES DE LA MESA DIRECTIVA DEL MEDIO DONDE TRABAJÁS SON...



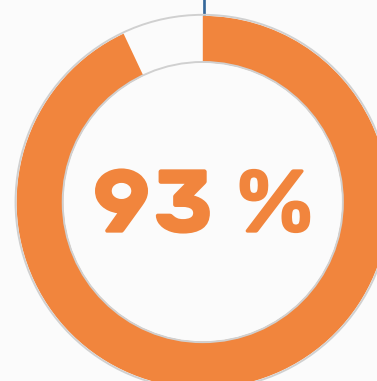


DESIGUALDAD DE GÉNERO

¿CUÁLES CREÉS QUE SON LOS PRINCIPALES PROBLEMAS QUE HOY ENFRENTAN LAS MUJERES EN PARTICULAR, NO ASÍ SUS PARES VARONES, EN LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA?

Combinar la vida familiar con el desarrollo profesional	58 %	
Siempre prefieren a los hombres cuando hay posibilidad de ascenso	55 %	
Discriminación por el hecho de ser mujeres	43 %	
Discriminación por no entrar en los patrones de belleza de la sociedad actual	40 %	
Discriminación por edad	33 %	
Discriminación por tener hijos	29 %	
Acoso sexual	28 %	
Falta de capacitación	12 %	
No creo que las periodistas enfrenten problemas distintos respecto a sus pares varones	7 %	
Otro	3 %	

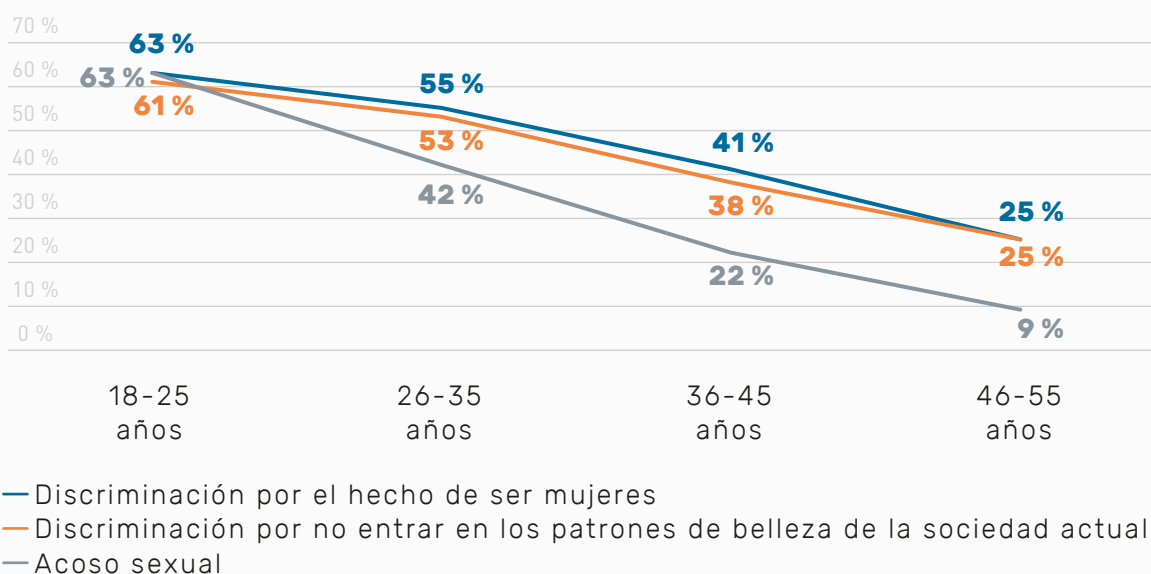
93% está de acuerdo en que existe algún tipo de diferencia.





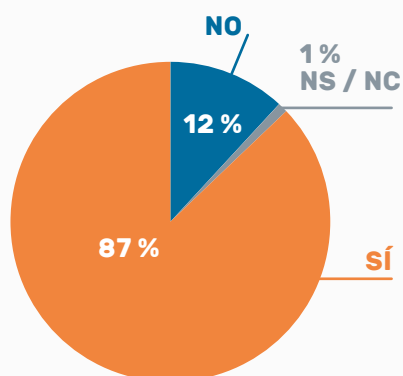
DESIGUALDAD DE GÉNERO

¿CUÁLES CREÉS QUE SON LOS PRINCIPALES PROBLEMAS QUE HOY ENFRENTAN LAS MUJERES EN PARTICULAR, NO ASÍ SUS PARES VARONES, EN LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA?

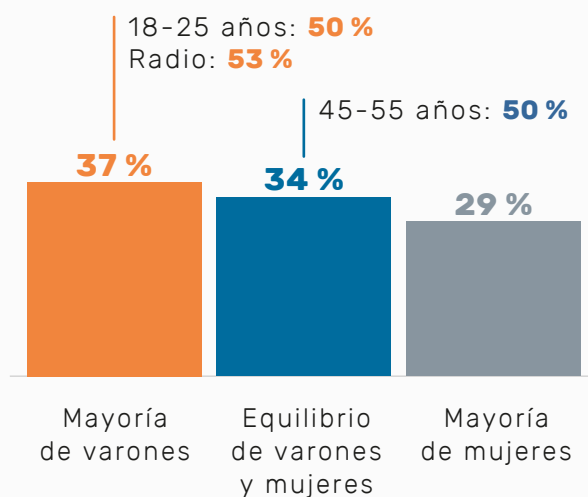


PARIDAD Y DIVERSIDAD

¿TRABAJÁS EN EQUIPO?



SEGÚN EL GÉNERO, ¿CÓMO SE COMPONE TU EQUIPO?

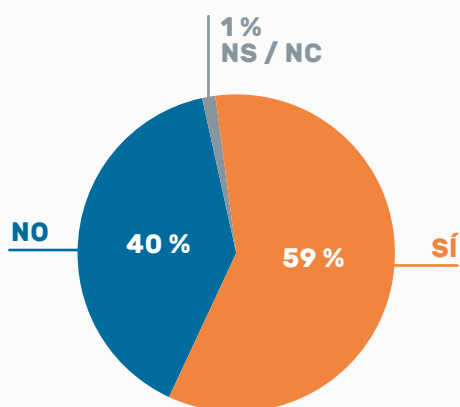




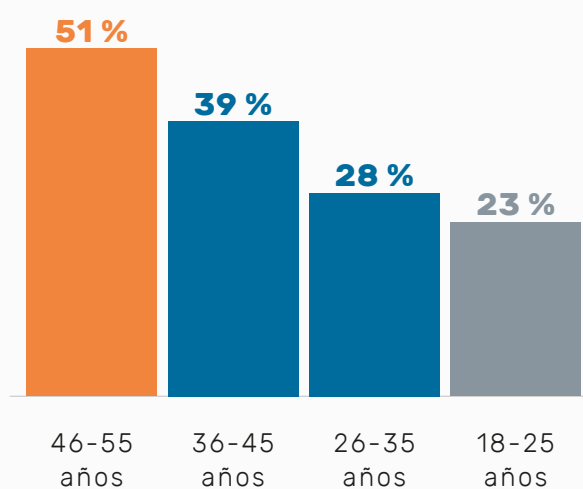
DESIGUALDAD DE GÉNERO

PARIDAD Y DIVERSIDAD

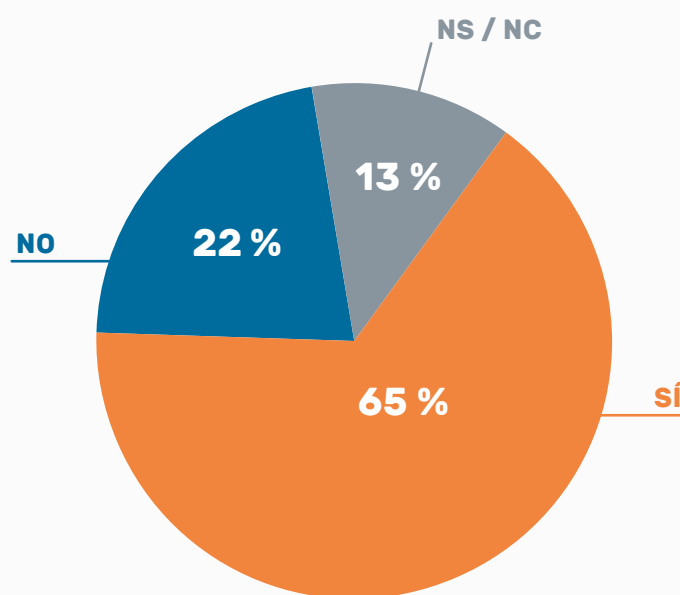
¿TENÉS PERSONAS A CARGO EN TU TRABAJO?



PERSONAS A CARGO, SEGÚN EDAD



CUANDO TRABAJÁS CON FUENTES DE INFORMACIÓN, ¿BUSCÁS QUE LAS MUJERES ESTÉN REPRESENTADAS EQUITATIVAMENTE?

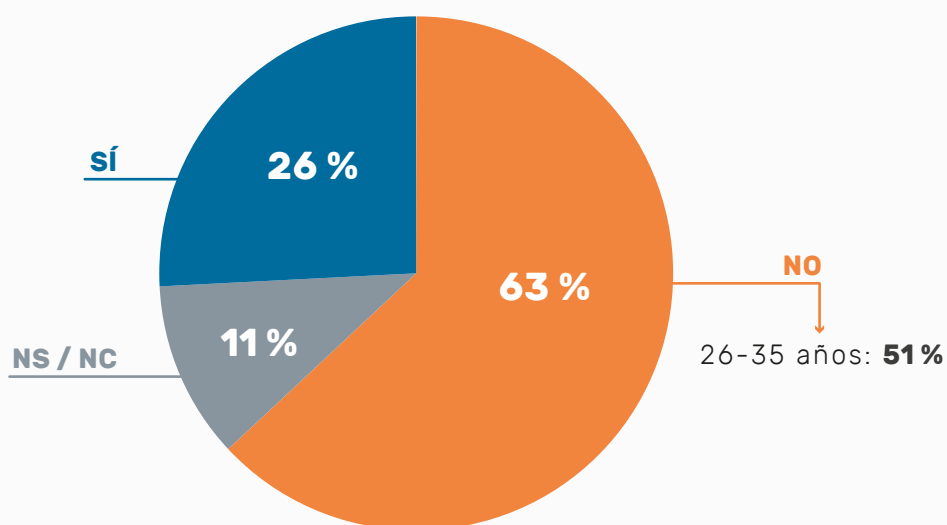




DESIGUALDAD DE GÉNERO

TRABAJO Y FAMILIA

TU VIDA FAMILIAR, ¿ES, O PODRÍA LLEGAR A SER EN EL FUTURO, UN LÍMITE A TU CARRERA PROFESIONAL?



¿CONTÁS CON LA AYUDA DE TU PAREJA EN LA ORGANIZACIÓN FAMILIAR?

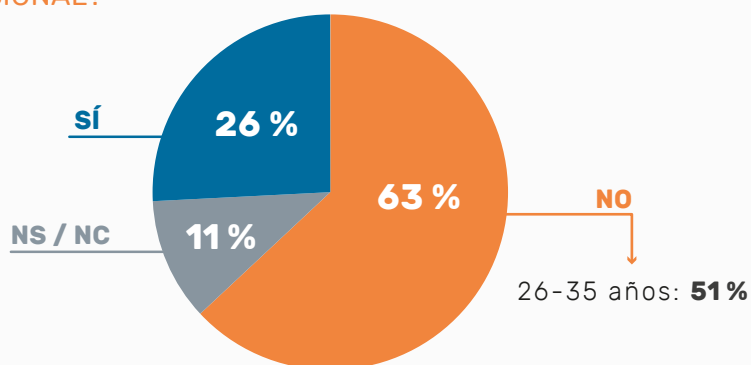
18-25 años: 74 % — No tengo pareja	39 %	
Sí, nos dividimos las tareas	38 %	
Sí, aunque yo soy la que más tiempo dedico a la organización familiar	18 %	
No, me encargo de todo yo	5 %	



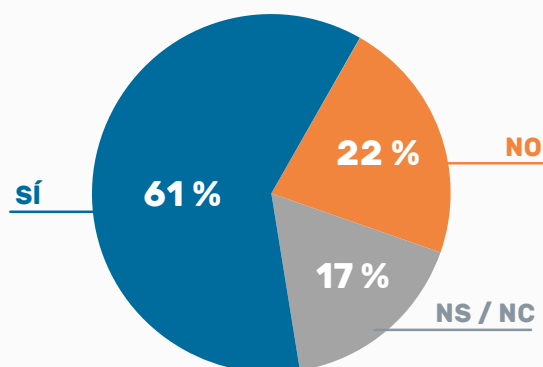
DESIGUALDAD DE GÉNERO

TRABAJO Y FAMILIA

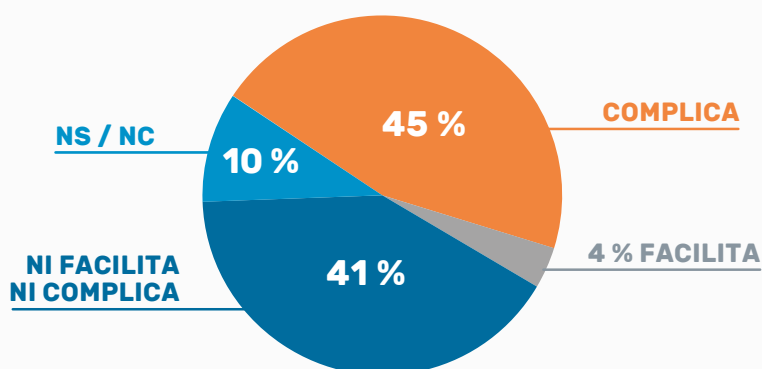
TU VIDA FAMILIAR, ¿ES, O PODRÍA LLEGAR A SER EN EL FUTURO, UN LÍMITE A TU CARRERA PROFESIONAL?



PARA LAS MUJERES, ¿ES COMPATIBLE LA CRIANZA DE LOS HIJOS CON EL DESARROLLO PROFESIONAL?



EL TRABAJO EN MEDIOS, COMPARADO CON EL TRABAJO EN OTRAS INDUSTRIAS, ¿FACILITA O COMPLICA EL EQUILIBRIO CON LA VIDA FAMILIAR?

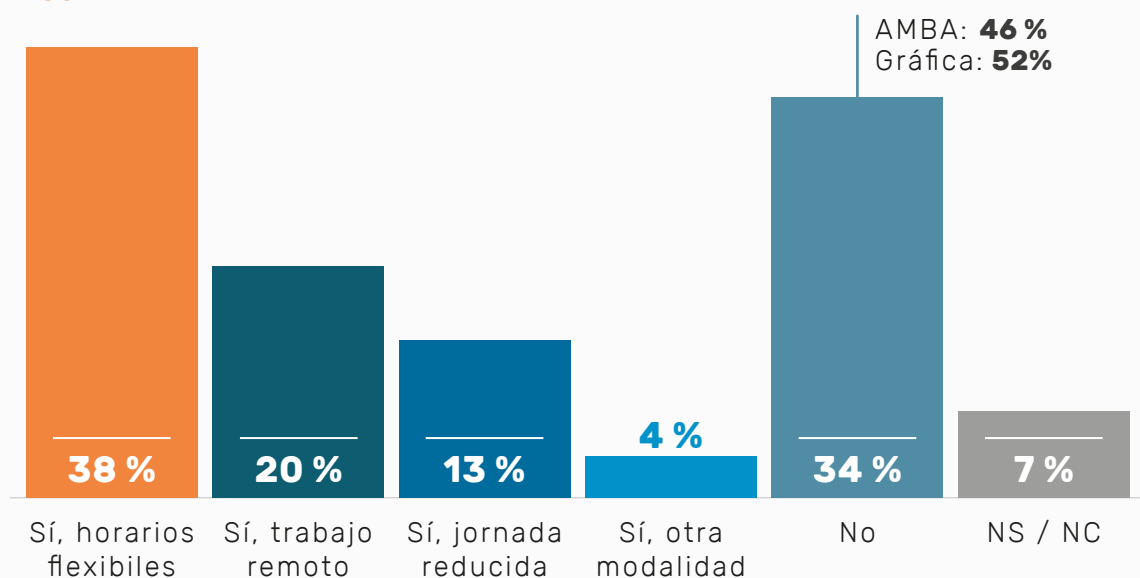




DESIGUALDAD DE GÉNERO

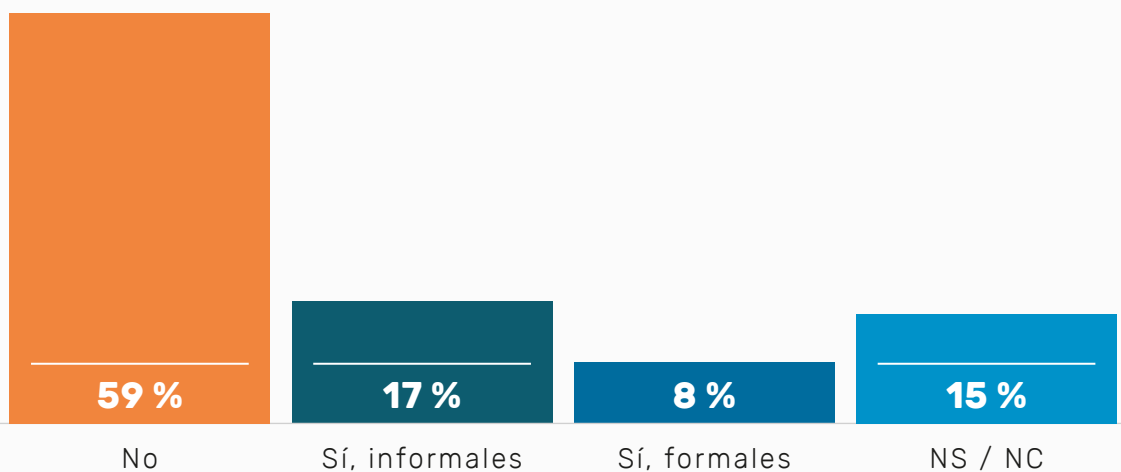
TRABAJO Y FAMILIA

EN TU TRABAJO ACTUAL, ¿HAY OPCIONES PARA EQUILIBRAR TRABAJO / VIDA PERSONAL?



LAS EMPRESAS PERIODÍSTICAS ESTÁN ATRASADAS RESPECTO DE LA AGENDA DE GÉNERO

EN EL MEDIO DONDE TRABAJÁS, ¿EXISTEN PRÁCTICAS DE PROMOCIÓN DE LA DIVERSIDAD DE GÉNERO?

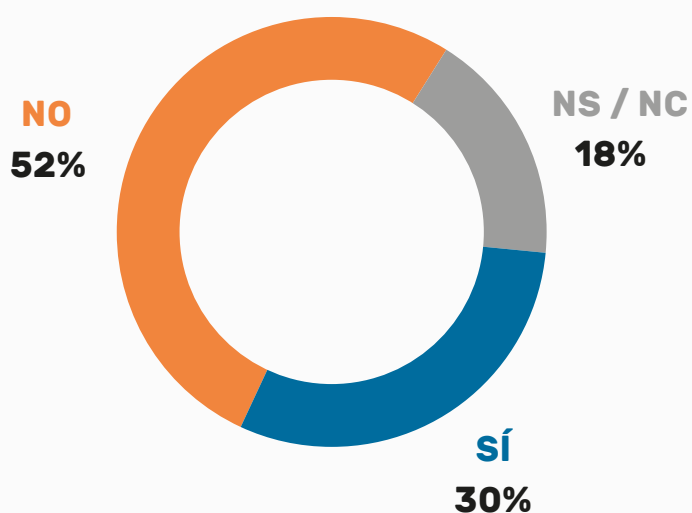




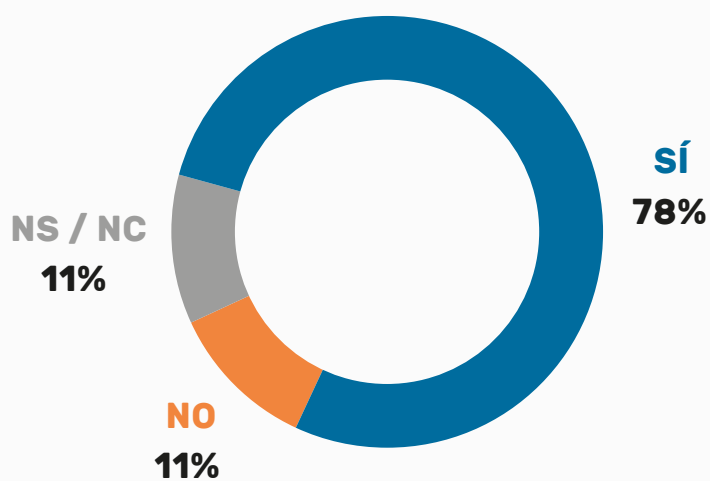
DESIGUALDAD DE GÉNERO

LAS EMPRESAS PERIODÍSTICAS ESTÁN ATRASADAS RESPECTO DE LA AGENDA DE GÉNERO

EL MEDIO PARA EL QUE TRABAJÁS, ¿IMPULSA EL PERIODISMO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO?



¿CREÉS QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEBERÍAN TENER UN ÁREA QUE IMPULSE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA COBERTURA PERIODÍSTICA?

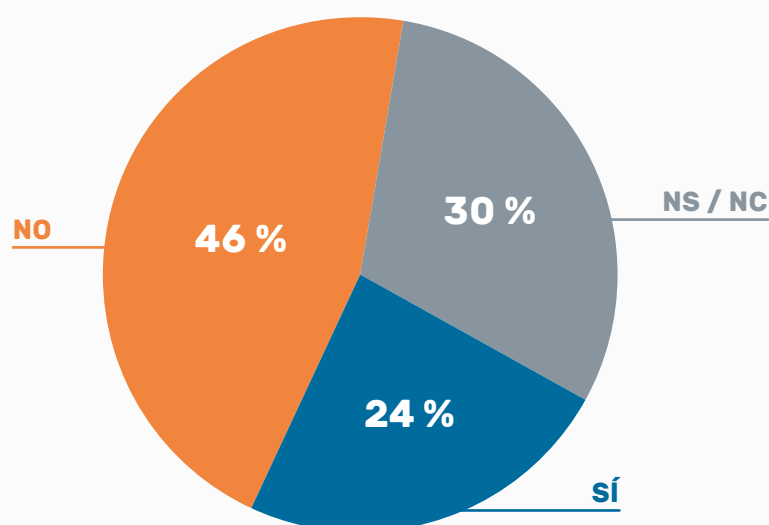




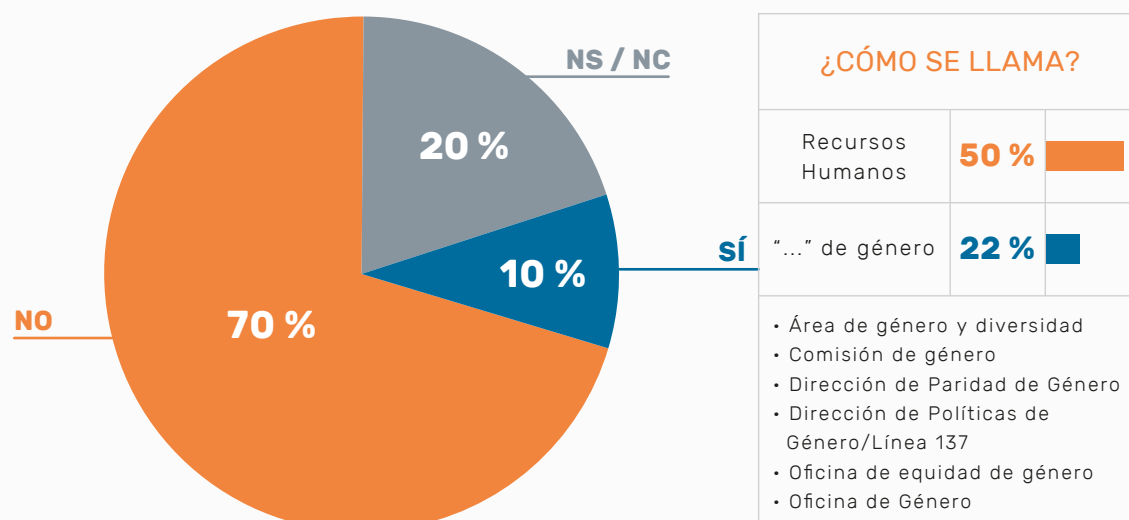
DESIGUALDAD DE GÉNERO

ACOSO SEXUAL

¿HUBO CASOS DE ACOSO SEXUAL EN TU TRABAJO ACTUAL?



¿EXISTE UN ÁREA QUE MANEJE LAS SITUACIONES DE ACOSO SEXUAL O DISCRIMINACIÓN POR GÉNERO EN EL LUGAR PARA EL QUE TRABAJÁS?



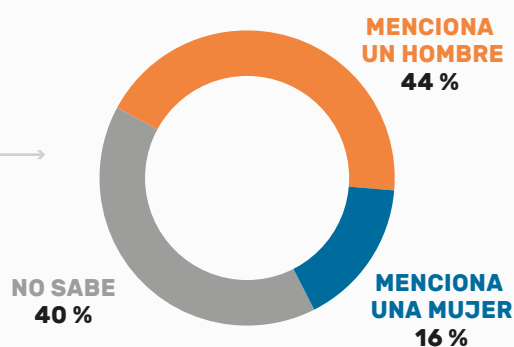


DESIGUALDAD DE GÉNERO

DISTRIBUCIÓN DESIGUAL DEL PRESTIGIO

¿QUIÉNES SON LOS PERIODISTAS DE MAYOR PRESTIGIO EN LA PROFESIÓN? SE MENCIONARON 73 PERIODISTAS EN TOTAL. SE LISTAN LOS PRIMEROS 30. (pregunta abierta)

No sabe / no contesta	40,0 %
Hugo Alconada Mon	12,6 %
Nelson Castro	4,4 %
María O'Donnell	3,2 %
Ninguno	3,0 %
Víctor Hugo Morales	3,0 %
Marcelo Longobardi	2,5 %
Magdalena Ruiz Guiñazú	2,2 %
Luis Novaresio	2,0 %
Reynaldo Sietecase	2,0 %
Jorge Lanata	1,7 %
Leila Guerriero	1,5 %
Diego Cabot	0,7 %
Ernesto Tenenbaum	0,7 %
Jorge Fernández Díaz	0,7 %
Nora Bär	0,7 %
Alfredo Leuco	0,5 %
Antonio Laje	0,5 %
Cristina Pérez	0,5 %
Diego Leuco	0,5 %
Francisco Olivera	0,5 %
Jorge Fontevecchia	0,5 %
Juan Amorín	0,5 %
Julia Mengolini	0,5 %
Luciana Peker	0,5 %
María Seoane	0,5 %
Mariana Carbajal	0,5 %
Martín Caparrós	0,5 %
Mónica Gutiérrez	0,5 %
Rodolfo Barili	0,5 %



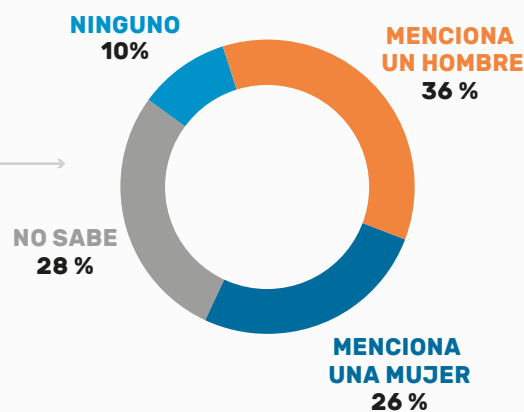


DESIGUALDAD DE GÉNERO

DISTRIBUCIÓN DESIGUAL DEL PRESTIGIO

¿QUÉ PERIODISTA, HOMBRE O MUJER, FUE TU REFERENTE PROFESIONAL?
(pregunta abierta)

No sabe / no contesta	28,4 %
Ninguno	10,4 %
Magdalena Ruiz Guiñazú	6,2 %
Jorge Lanata	4,4 %
Rodolfo Walsh	2,7 %
Víctor Hugo Morales	2,2 %
María O'Donnell	2,0 %
Cristina Pérez	1,5 %
Leila Guerriero	1,5 %
María Laura Santillán	1,5 %
Mónica Gutiérrez	1,0 %
Carlos Ulanovsky	0,7 %
Fanny Mandelbaum	0,7 %
Horacio Verbitsky	0,7 %
Hugo Alconada Mon	0,7 %
Juan Alberto Badía	0,7 %
Martín Caparrós	0,7 %
Nelson Castro	0,7 %
Andy Kusnetzoff	0,5 %
Facundo Pastor	0,5 %
Florencia Etcheves	0,5 %
Germán Sopeña	0,5 %
Guillermo Alfieri	0,5 %
Jonatan Viale	0,5 %
Julia Mengolini	0,5 %
Leonardo Fernández	0,5 %
Luis Novaresio	0,5 %
Marcelo Longobardi	0,5 %
Mariana Carbajal	0,5 %





CONCLUSIONES

La ausencia de paridad entre mujeres y hombres en la distribución de beneficios y oportunidades es señalada de manera homogénea por toda la muestra.

Las mujeres periodistas en la Argentina manifiestan una doble sensación de incertidumbre respecto al presente de los medios de comunicación:

- Incertidumbre vinculada a la dinámica del **mercado de trabajo** y a las dificultades para vivir del periodismo.
- Incertidumbre vinculada a los **cambios en el sistema de medios** y los nuevos perfiles de audiencia.

SITUACIÓN LABORAL

- El 61 % de las mujeres periodistas tienen más de un empleo para poder sostenerse.
- Pese a que el 71% hoy trabaja en una empresa de medios, el 39% espera desarrollarse trabajando en forma independiente.
- Solo un tercio de la muestra piensa que tiene posibilidades de crecimiento en su actual trabajo.

CAPACITACIÓN

- En las encuestadas, predomina el interés por **entender a las audiencias, las nuevas tendencias e incorporar herramientas técnicas** que permitan mejorar la eficacia del contacto.
- El 80 % de las periodistas se capacitó en los últimos tres años, pero solo el 12 % de estas actividades fueron gestionadas por la empresa donde trabajan.

MEDIOS Y GÉNERO

- La muestra señala, de manera homogénea, la **ausencia de paridad entre mujeres y hombres** en la distribución de beneficios y oportunidades. Se trata de una brecha objetiva que se consolida en la cadena de mando: el **71% tiene un jefe varón**.



CONCLUSIONES

- Solo el 12% de las encuestadas ocupa un cargo de decisión (dirección, gerencia o jefatura) dentro de las organizaciones periodísticas.
- Respecto a la configuración simbólica del rol de mujeres y varones en la profesión, vale destacar que **solo el 16% menciona a una mujer** cuando son consultadas por **“periodistas prestigiosos”**.
- El **76% de los integrantes de la mesa directiva** del medio donde trabajan las periodistas son **varones**.
- La demanda recae en las empresas de medios, cuya lógica de funcionamiento interno se encuentra atrasada respecto de las expectativas y la agenda de las periodistas argentinas.

**VER EL ESTUDIO
COMPLETO**

www.fopea.org/mujeresperiodistas

2017-2019

Presidente

Néstor Sclauzero (CABA)

Vicepresidente

Alfredo Zacarías (Corrientes)

Secretario

José Crettaz (CABA)

Prosecretario

Jorge Elías (CABA)

Tesorero

John Reichertz (CABA)

Protesorera

Mariela Arias (Santa Cruz)

Vocales titulares

Hugo Alonso (Río Negro)

Diego Marconetti (Córdoba)

Carlos Guyot (CABA)

Vocales suplentes

Fanny Mandelbaum (CABA)

Julio Rodríguez (Santiago del Estero)

Verónica Toller (Entre Ríos)

Órgano fiscalizador titular

Gabriel Michi (CABA)

Órgano fiscalizador suplente

Fabio Ladetto (Tucumán)

www.fopea.org

TW @fopea

FB /fopea

e-mail fopea@fopea.org

Tel. 54 11 4331 1521