

El periodismo ejercido por mujeres en América latina en clave de igualdad de oportunidades y derechos

Año
2019

Autora
Navarro, Paula

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Navarro, P. (2019). *El periodismo ejercido por mujeres en América latina en clave de igualdad de oportunidades y derechos*. 1er Congreso Latinoamericano de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María, articulando diálogos políticos y académicos en Ciencias Sociales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

EL PERIODISMO EJERCIDO POR MUJERES EN AMERICA LATINA EN CLAVE DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y DERECHOS

Línea 20

**Navarro Paula, UNVM- Lago Hermoso 170, Villa Nueva
iniciativasvisuales@gmail.com**

Prensa femenina- equidad de oportunidades-historia

Revisando la Historia del Periodismo, se observa que las mujeres prácticamente no aparecen, ni como protagonistas de noticias o artículos, ni como redactoras de tales artículos. Fueron los hombres los que elaboraron las primeras gacetas y los que libraron las grandes batallas del periodismo político en una época en que cada partido, e incluso, cada facción de partido poseía su propio periódico. Este estudio se encuadra en las Ciencias Sociales, más concretamente en la disciplina de las Ciencias de la Comunicación Social, en el marco de los estudios sobre género y comunicación, tiene como propósito hacer emerger nuevas enunciaciones desde las comunicadoras y periodistas, tomando en cuenta que “lo femenino” corre el riesgo de caer en una endogamia si se hace sólo desde las mujeres, para las mujeres.

Se interroga si las mujeres de medios en la producción de contenidos deberían evitar la posibilidad de soslayar a los otros, sin dejar de advertir que sin dudas en ciertos momentos se debe reflexionar para el propio colectivo. Las reflexiones deben venir desde lo femenino, desde su particularidad, aunque tendría que atravesar todos los espacios y no constituir sólo espacios como compartimentos estancos y separados de “lo femenino”. Abrir una mirada a paradigmas integradores y transversales, no terciar solo “lo femenino” como actor de relevancia.

Este estudio se encuadra en las Ciencias Sociales, más concretamente en la disciplina de las Ciencias de la Comunicación Social.

Esta investigación pretende visibilizar como primer requisito lo publicado sobre la trayectoria de la mujer periodista en Argentina y Latinoamérica y su progresiva incorporación a los medios de comunicación. El estudio busca presentar resultados novedosos respecto a un asunto que ha ingresado en la agenda pública de temas de manera recurrente en los últimos años como el de la lenta equiparación de la mujer a sus compañeros varones en el periodismo.

En cuanto a los requisitos de toda investigación científica se apoyaría en la definición de Eco quien aporta cuatro reglas para identificar el proceso que lleva a resultados verdaderamente rigurosos: En primer lugar establece que “la investigación versa sobre un objeto reconocible y definido de tal modo que también sea reconocible por los demás” (Eco, 2006: 26).

En segundo término señala que “la investigación tiene que decir sobre este objeto cosas que todavía no han sido dichas o bien revisar con óptica diferente las cosas que ya han sido dichas”. En tercer lugar, Eco expone que “la investigación tiene que ser útil a los demás”. (Eco, 2006: 26)

Finalmente, alude a que “la investigación debe suministrar elementos para la verificación y la refutación de las hipótesis que presenta, y por tanto tiene que suministrar los elementos necesarios para su seguimiento público”.

En cuanto a la elección del tema, tomando como referencia a Umberto Eco, la primera opción que propone el autor es que la tesis sea “monográfica o panorámica” (Eco, 2006:28)

En este caso, se aproximará a una investigación monográfica puesto que se concreta en el estudio del periodismo ejercido por mujeres en América Latina. Además, abarcará temas secundarios afines al esencial: la trayectoria profesional de la mujer periodista, feminismo, igualdad de oportunidades, la historia de la prensa, el derecho a la comunicación, sistema de concentración de medios, hegemonía comunicacional, techo de cristal, entre otros.

Continuando con el mismo autor quien aporta una distinción a las tesis: teóricas o históricas (Eco, 2006: 30). Esta investigación se propone realizar un recorrido histórico desde la aparición de la primera firma femenina en la prensa Argentina en el contexto Latinoamericano hasta el presente siglo para intentar predecir qué puede ocurrir en el futuro en relación con las comunicadoras en esta región de América. .

Para delimitar el objeto de estudio, se hace referencia a Eco: allí se establece la diferencia entre temas clásicos y temas contemporáneos. (Eco, 2006: 32). En este caso se indagará sobre periodistas del siglo XIX, y también se entrevistará a comunicadoras del siglo XX y XXI y se analizarán datos publicados del siglo XXI.

El punto de inicio de la investigación se produce con la irrupción de las primeras mujeres periodistas, el marco conceptual: las mujeres como productoras de contenido y los medios de comunicación.

Ceñir este estudio a un tiempo y espacio no significa que se aborde la materia como una parte aislada sino contextualizada en un lugar, una época y un tema concreto. Se trabajará desde un abordaje interdisciplinario entendido como unión y transformación de conceptos provenientes de distintas áreas de conocimiento para poder construir otro derivado de ellos (Márquez, 1989: 1)

Será necesario el abordaje de los hechos desde distintas perspectivas y disciplinas no para que funcionen de manera conceptual y aislada, sino de manera que los aportes de cada área de conocimiento puedan dialogar y negociar sobre pasado y presente. En este proceso confluyen múltiples dimensiones que en muchos casos interactúan, cooperan y armonizan.

Lo que fundamenta la elección del tema fue comprobar que es escasa la investigación, como también el material de recopilación histórica sobre el periodismo de mujeres, sobre la trayectoria de la incorporación de las periodistas en los medios de comunicación y menos aún sobre la relación de las mujeres que se forman en los ámbitos académicos como profesionales de la comunicación y la relación de equidad con los roles y lugares de trabajo de ellas en los medios de comunicación.

Este trabajo se inscribe en el marco del amplio y diverso de los denominados estudios sobre género y comunicación. En el mismo se abordará: la sociología de género, centrada en el análisis del empleo femenino, la incorporación de la mujer en el mercado de trabajo (Borderías, et al., 1994); la perspectiva teórica del Newsmaking, interesada en las estructuras, las rutinas y la cultura profesional periodística (Wolf, 1979; 1987); y los aportes provenientes de la sociología de la profesión periodística que observa aspectos como la identidad profesional (Ortega y Humanes, 2000), las condiciones y roles en el trabajo (García de Cortázar y García de León, 2000) y la incompatibilidad entre vida profesional y privada (Papí Gálvez, 2008). La escasa participación de mujeres como propietarias y productoras en los medios de comunicación son poderosas barreras que dificultan la universalidad de los derechos humanos.

La Oficina para la Igualdad de Género de la Secretaría de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) con sede en Ginebra, afirma que cada vez más, los nuevos medios se caracterizan por la presencia de mujeres. Además señala que las innovaciones aplicadas en las redacciones en cuanto a tecnología de la información y las comunicaciones están equilibrando la balanza entre personal fijo y freelancers (periodistas que trabajan por su cuenta), lo que brinda cada vez más oportunidades profesionales a las mujeres.

Lograr una representación equitativa de mujeres y hombres como trabajadores en los medios de comunicación no es tarea fácil, y menos aún inmediata. Los medios funcionan a través de la interacción de distintas fuerzas: propiedad, control de la estructura editorial, ideología de los profesionales y condicionamientos técnicos y de organización. La propiedad de los medios tiene en general un carácter monopolista, sólo unas cuantas empresas, generalmente presididas por hombres son las que acaparan los distintos medios de expresión, impide el ejercicio pleno del derecho a una información pluralista (Ortiz, 2001)

La presencia femenina en los medios de comunicación ha crecido notablemente. Sin embargo, ello no ha significado un cambio fundamental en el contenido y enfoque de la información que se transmite. Los medios elaboran construcciones sociales estereotipadas de la realidad que son ideológicas y por lo tanto tienen consecuencias sobre la propia realidad social. Frecuentemente las vidas de mujeres y hombres han sido construidas alrededor de modelos “falsos y artificiales” (Burkle, 1997-98; Menendez 2001).

El Proyecto de Monitoreo Global de Medios GMMP es implementado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés) de promoción y defensa de la comunicación que cuenta con el apoyo de ONU Mujeres. El informe GMMP de 2015 incluye datos de 114 países y ofrece análisis y estudios de caso a nivel mundial, regional y nacional, además de las tendencias detectadas desde el primer GMMP, que fue realizado en 1995. En 1995, se recogieron datos de 71 países. La participación ha aumentado en cada uno de los posteriores GMMP, que tuvieron lugar en 2000, 2005, 2010 y 2015.

Se utilizó metodología específica para monitorear y codificar las noticias del 25 de marzo de 2015. Algunos datos que arrojó este monitoreo:

- La casi paridad entre las y los presentadores de televisión en todas las categorías de edad que se documentaba en 2010 ha sido sustituida por una significativa sobrerrepresentación de mujeres jóvenes como presentadoras. Sin embargo, ha surgido actualmente una importante infrarrepresentación (29%) de las mujeres. Existe un “techo de cristal” ¹ en todo el mundo para las periodistas que firman sus artículos en los periódicos y hacen los reportajes en los noticiarios, ya que el 37% de las historias son contadas por mujeres, el mismo porcentaje que hace diez años en la franja de edad de 50-64 años, y la completa desaparición de las mujeres a los 65 años.

El periodismo es una profesión que requiere la vocación de servicio que conllevan los intereses públicos. Contribuye en buena medida a la configuración de la opinión pública y constituye una actividad con funciones políticas y sociales trascendentes (Santana 2001) Según éste el ejercicio de la libertad de expresión dota a la profesión del periodista de un “aura de aventura y bohemia” el cual permite a quienes la ejercen sean capaces de vivir con altas dosis de tensión y estrés, con sueldos bajos, falta de tiempo y ausencia de horarios. No sorprende entonces que los requisitos para triunfar en esta profesión tales como la dedicación exclusiva y la disponibilidad full time dificulten una vida familiar y privada satisfactoria.

El “techo de cristal” es esa barrera invisible que impide o dificulta moverse tanto hacia un puesto superior como hacia la cúspide de los organigramas. Pero en realidad, las profesionales de la comunicación no viven una situación distinta a la del resto de las mujeres que tienen que compaginar vida laboral y vida personal y enfrentarse a la doble jornada, dado que la mujer sigue siendo la responsable principal del funcionamiento del hogar (Hernández, 2000; Lorente, 2001)

Mabel Burín (2014) hace referencia a una doble inscripción del techo de cristal, la objetiva y la subjetiva. En esta doble inscripción se incluyen: las responsabilidades domésticas y el cuidado de los niños, el nivel de exigencias, los estereotipos sociales, la percepción que tienen de sí mismas las propias mujeres, el principio de logro y los ideales juveniles.

¹–“Techo de cristal” es la traducción de un término anglosajón, glass ceiling, necesario para denominar lo enigmático, lo críptico, lo secreto, lo indetectable, pero cuyo resultado es muy cuantificable, nominable, detectable y real (Wirth, 2001).

La autora llega a la conclusión de que debido a la doble inscripción del techo de cristal, objetiva y subjetiva a la vez, los recursos para enfrentarlo deberán ser dobles: por una parte requerirán de un cambio de posición subjetiva de las mujeres, poniendo en marcha el deseo hostil y el juicio crítico, junto con el deseo de justicia. Por otra, será necesaria una firme actitud de denuncia y de modificación de las condiciones laborales inequitativas que provocan situaciones de exclusión para las mujeres y efectos nocivos sobre su salud mental (Burín, 2014, párrafo 11). Virginia García Beaudoux agrega que además del techo se presentan “paredes de cristal” que “restringen el ingreso de las mujeres a ciertas áreas alineadas con el estereotipo de lo que se considera “masculino”...”, (García Beaudoux, 2018).

Cabe destacar que en realidad, las profesionales de la comunicación no viven una situación distinta a la del resto de las mujeres que tienen que compaginar vida laboral y vida personal y enfrentarse a la doble jornada, dado que la mujer sigue siendo la responsable principal del funcionamiento del hogar (Hernández, 2000; Lorente, 2001).

Un estudio reciente desarrollado por investigadoras de organizaciones de la sociedad civil, mediante entrevistas realizadas en los principales medios de comunicación gráficos, radiales y audiovisuales del sector público, privado y de la sociedad civil en Buenos Aires y Córdoba, arrojó como resultado que sólo el 30,35 % de personas empleadas en los medios son mujeres. Además, el estudio confirma la existencia del techo de cristal, por cuanto el 78,28% de los cargos de propiedad y gerenciales en los medios están ocupados por hombres.

El estudio referido contrapone esta situación a las características de la formación profesional en comunicación: el 64,02% de los egresos de estas carreras corresponden a mujeres. Es decir, las autoras confirman que la cantidad de egresadas no tiene igual correlato ni con el ingreso ni con el ascenso en los medios. En otros países de América Latina también puede constatarse un mayor número de mujeres estudiando periodismo y comunicación. En México, por ejemplo, representan el 60% de la matrícula de la universidad (ANUIES, 2003), sin embargo al igual que en el resto del mundo el acceso al mundo laboral no corresponde proporcionalmente a la tendencia ascendente de licenciadas que las universidades forman cada año.

Lo mismo puede observarse en la ciudad cordobesa de Villa María, donde según el anuario estadístico 2017 de la Universidad Nacional de Villa María, tomando la

matriculación de la Licenciatura en Comunicación Social de los años 2011 al 2017, encontramos que las mujeres representan también un porcentaje cercano al 60% (OIR, 2018).

Susana Narotzky en *Mujer, mujeres y género* (1999:150) sostiene: "...la economía contemporánea ha movido al centro de la escena una fuerza de trabajo que debe ser continuamente dotada con características marginales. Las mujeres han sido uno de los grupos cuya marginalización ideológica unida a la necesidad creciente de gran número de ellas de entrar en el mercado de trabajo para obtener ingresos con los que mantener parcial o totalmente sus grupos domésticos, y se han convertido en mano de obra especialmente idónea para esta expansión del sector servicios".

La escritora francesa Catherine Millet (2018) se pregunta ¿Existe la mujer? en su discurso de apertura del Festival Internacional de Literatura de Buenos Aires. Oportunidad en la que Millet enfatiza: "La mujer no nace, se hace. Pero quisiera sobre todo comentar el "se hace". Desde luego, la educación, la organización de la sociedad, las tradiciones y los atavismos que perduran, los lugares comunes vehiculizados por los medios, el habitus, influyen en una parte muy grande de nuestra formación, sobre todo, en la forma en la que cada uno de nosotros elabora su femineidad, o su masculinidad, o una identidad situada entre esos dos polos".

"Pero, justamente, se trata de una elaboración, de una construcción de la personalidad. Sin embargo, en tanto una mujer haya elegido su condición tan libremente como sea posible, debe ser respetada. Está la que encuentra un equilibrio en su rol de madre y esposa, la que lo encuentra en el nomadismo sexual y el placer de la seducción, la que lo encuentra en la militancia política o feminista" (Ibid)

Millet va más allá y cuestiona "¿Hay demasiados discursos políticos, estrategias de comunicación y mensajes publicitarios que se dirigen a nosotras como grupo, o incluso como masa! ...correspondía a nuestro rol de escritoras o artistas expresarnos a título personal, a partir de la experiencia que cada una de nosotras se ha forjado a lo largo de la vida, de mujer, de amante, para algunas de nosotras de madre... Y que, al expresarnos así, íbamos al encuentro de cada mujer –o de cada hombre– en particular, para que cada una, cada uno, confrontara sus propias convicciones con las nuestras".

En la actualidad el periodismo con enfoque de género es llevado adelante, mayoritariamente, por mujeres nucleadas en asociaciones y redes que circulan por carriles paralelos a los medios informativos tradicionales, creando agencias de noticias con proyección internacional, valiéndose de los recursos y alcances que proveen las nuevas tecnologías, pero con escasa incidencia masiva en los territorios nacionales. **2**

Esta investigación tiene como propósito hacer emerger nuevas enunciaciones desde las comunicadoras y periodistas, tomando en cuenta que “lo femenino” corre el riesgo de caer en una endogamia si se hace sólo desde las mujeres, para las mujeres.

Se interroga si las mujeres de medios en la producción de contenidos deberían evitar la posibilidad de soslayar a los otros, sin dejar de advertir que sin dudas en ciertos momentos se debe reflexionar para el propio colectivo. La perspectiva de lo femenino debe aparecer a lo largo de todas las producciones.

Las reflexiones deben venir desde lo femenino, desde su particularidad, aunque tendría que atravesar todos los espacios y no constituir sólo espacios como compartimentos estancos y separados de “lo femenino”. Abrir una mirada a paradigmas integradores y transversales, no terciar solo “lo femenino” como actor de relevancia.

Se pretende conocer si el “techo de cristal” toca básicamente lo económico, ya que las mujeres están sobrecalificadas para los mismos puestos que los hombres y subremuneradas con respecto a los mismos roles laborales. Se cuestiona en este punto si es sólo la disputa por lo económico la que se debe dar.

2 -Como ejemplos regionales de estos espacios de comunicación iberoamericanos se menciona a la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género (RIPVG), fundada en el año 2005 y a Periodistas Argentina en Red (PAR), fundada en el año 2006 (Chaher y Santoro, 2010). Entre las agencias de noticias feministas y con enfoque de género surgidas en la década del ‘90, se encuentra la mexicana CIMAC (Comunicación e Información e la Mujer), la primera agencia informativa especializada en difundir una agenda regular con las perspectivas y acciones de las mujeres y a la española AMECO PRESS (de la Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación).

Si las mujeres pueden fisurar, fracturar esa barrera subjetiva, se sostiene que se debe hacer de una manera extremadamente creativa, ya que se asiste frecuentemente a una epidemia de sentido del feminismo planteado a ultranza, y presentado así, cerrado, satura a la audiencia. ¿Las mujeres comunicadoras podrían iniciar las deliberaciones junto a otras profesionales para llevar adelante esas enunciaciones de un feminismo creativo e integrador? ¿Establecer acuerdos de sentidos y formulaciones no sólo hablando para las mujeres sino para toda la sociedad?

Las mujeres son capaces de gestar y de concebir entrañablemente vida, y desde esa matriz hacen emerger hacia el afuera. ¿Podría tomarse ese símil de la concepción, que las mujeres hacen ayudadas, no solas? La gestación, el parir y esa proyección del ser a la sociedad ¿Se estará en condiciones de afrontar ese desafío de construcción también con el apoyo de esos otros? ¿Es factible hacerlo desde una cuna de pensamiento como lo es la Universidad Nacional de Villa María que es femenina y de una Villa que también tiene nombre femenino?

El problema planteado es ¿Qué ha caracterizado el ejercicio del periodismo realizado por mujeres a partir del surgimiento de la prensa en los países latinoamericanos? ¿Cómo se ha ido construyendo la identidad del rol de las mujeres en el campo laboral profesional del periodismo en América Latina?

Como objetivo general se plantea reconstruir el contexto histórico-político de América Latina en el que se produce la incorporación de la mujer al periodismo como profesión.

Surgen otros interrogantes para el primer corte temporal de investigación: ¿Qué mujeres ejercieron como periodistas durante el Siglo XIX? ¿Qué contextos y acciones definieron su rol? ¿Qué tipo de producción periodística (géneros, formatos) fueron principalmente elaborados por mujeres? ¿Qué condiciones posibilitaron ese ejercicio? ¿Qué repercusiones se generaron a partir de sus producciones en el marco del contexto periodístico de su momento histórico?

El objetivo específico para estos interrogantes será: Caracterizar la emergencia de mujeres que hayan ejercido el periodismo en América Latina durante el Siglo XIX. Describir qué tipo de información cubrían, qué trato recibían dentro y fuera de las redacciones.

El segundo recorte temporal es a partir de la “profesionalización” del periodismo femenino durante el Siglo XX: ¿Qué lógicas de producción periodística se impusieron en los países latinoamericanos? ¿Qué mujeres ejercieron el rol de periodistas y cómo fue su inserción en la lógica de producción impuesta? ¿Qué características tuvieron las mujeres que ejercieron como periodistas durante diferentes períodos del Siglo XX? ¿Qué marco de derechos igualitarios obstaculizó o propició su desenvolvimiento en el campo periodístico?

Los objetivos específicos para estos interrogantes serán: Analizar los casos de ejercicio periodístico llevado a cabo por mujeres durante el Siglo XX a partir de la “profesionalización”. Situar el momento en el que se produjo la profesionalización de las mujeres periodistas en los países latinoamericanos. Destacar la existencia/inexistencia de la desigualdad de oportunidades en el acceso y promoción de las mujeres en el periodismo.

Como tercer recorte temporal en el Siglo XXI se abordarán los siguientes interrogantes: ¿Qué imagen/ identidad de las mujeres periodistas predomina en el escenario mediático latinoamericano? ¿Qué igualdades/diferencias se establecen en el ejercicio del periodismo entre hombres y mujeres? ¿Cuáles continúan desde el pasado? ¿Qué posibilidades se han incorporado? ¿Qué marco de derechos generan nuevos escenarios laborales/profesionales para las mujeres? ¿Cuáles son las luchas del feminismo como movimiento social? ¿Qué relación existe entre la cantidad de mujeres egresadas/profesionalizadas y las que efectivamente ejercen el periodismo? ¿Qué roles y significaciones se generan alrededor de las mujeres periodistas?

Los objetivos específicos de este recorte serán: Configurar el mapa periodístico femenino del Siglo XX. Evidenciar la contribución de la lucha feminista para el avance de la mujer en el acceso a la profesión de los medios de comunicación. Caracterizar los procesos de corrimiento de oportunidades laborales e incorporación de roles y espacios en el periodismo de mujeres.

Finalmente surgen preguntas para el contexto actual ¿Qué autopercepción presentan las mujeres que actualmente ejercen la profesión? ¿Qué imagen de las “mujeres periodistas” construyen las mujeres periodistas en ejercicio? ¿Qué condiciones consideran que separan el ejercicio profesional de hombres y de mujeres hoy? ¿Qué condiciones acercan o intentan igualar el ejercicio profesional entre hombres y mujeres?

¿Qué demandan las mujeres en el ejercicio del periodismo en relación a derechos? ¿Ante qué actores del escenario profesional? ¿Qué condiciones de equidad entre hombres y mujeres se establecen a la hora de los reconocimientos profesionales, laborales, remunerativos, simbólicos, entre otros?

Los objetivos específicos que surgen son: Inferir los sentidos que configuran la identidad de las mujeres periodistas. Establecer los marcos normativos (legales y axiológicos) que regulan el ejercicio del periodismo de mujeres en el Siglo XXI.

La hipótesis de este trabajo sostiene que la mujer periodista ha recorrido un largo camino y ha obtenido grandes logros desde que aparece el primer artículo firmado por una mujer en la prensa decimonónica hasta este siglo. Aunque, aún debe desandar numerosos trayectos en su recorrido profesional para que pueda equipararse a los varones en el terreno laboral y social. A pesar de ello, esta investigación pretende evidenciar que las mujeres periodistas rompen y fracturan la barrera invisible y subjetiva del “techo de cristal” desde el inicio mismo de la prensa femenina.

El método básico a elegir para esta investigación sería el método histórico de investigación o de comparación histórica, como lo define Yolanda Jurado: “El investigador que estudia los hechos y fenómenos del presente recurre a la historia para comprenderlos y explicarlos. Este fenómeno o método tiene como principio que no se sujeta únicamente a lo existente, o sea, a lo visible (interpretar el fenómeno u objeto según sus ojos lo ven), sino que recurre a la historia para ver la forma y condiciones de su evolución para llegar a lo actual, a lo que es” (Jurado Rojas, 2002:5)

Metodológicamente en primera instancia se llevará adelante la búsqueda de referentes de la prensa femenina de los Siglos XIX, Siglo XX y Siglo XXI.

En cuanto al método a aplicar para el recorte de la prensa femenina decimonónica será mediante el análisis de: tipo de producción, rol, lugar de la enunciación, medios, géneros, formatos y secciones en las que trabajaron las mujeres periodistas. También se analizará las repercusiones de la prensa femenina del Siglo XIX. Se analizará también la permanencia o no de ese tipo de lógicas de producción.

Para el Siglo XX se llevará a cabo una contextualización de las Teorías y tecnologías que periodizaron a la profesión mediante el análisis de los casos de referencia a partir

de: la inserción en el esquema de producción vigente, las características de su trabajo, los roles ocupados en las redacciones de prensa, radio y televisión.

La metodología para investigar a las periodistas del Siglo XXI será en primer lugar la contextualización, no sólo de las tecnologías, sino de las concentraciones de medios y los roles de las mujeres profesionales desde una noción sociológica. Análisis de los casos existentes. En segundo lugar se realizarán entrevistas a referentes argentinas/ latinoamericanas a partir de los interrogantes sobre percepción de la profesión, imagen que se construye de las mujeres por las mujeres periodistas, condiciones profesionales de hombres y mujeres periodistas, condiciones de igualdad/desigualdad en el ejercicio del periodismo, reconocimiento y promoción laboral de las mujeres, conciliación entre la profesión vocacional del periodismo y la vida familiar, posibles renunciaciones en el ámbito laboral en pos de vida privada, presencia o ruptura del “techo de cristal” en la profesionales periodistas, entre otros.

Se llevará adelante con técnicas cualitativas considerando que las mismas promueven el entendimiento de fenómenos mediante la teorización constante. Se apoyará en un diseño narrativo que describirá y analizará historias de vida y experiencias de las mujeres periodistas desde el análisis de autobiografías, biografías, entrevistas, documentos y testimonios.

Bibliografía

Borderías, L., Carrasco, C. & Alemany, C. (1994). Las mujeres y el trabajo. Rupturas conceptuales, Barcelona: Icaria.

Burín, M. (16 de 05 de 2014). “Poder Judicial de la Ciudad de Buenos Aires. Consejo de la Magistratura”. Recuperado el 15 de Julio de 2015, de <https://www.jusbaires.gob.ar/content/techo-de-cristal>

Burkle B., Martha (1997). “La post-televisión y la construcción de la sexualidad de la mujer”, en Razón y Palabra, julio de 1997, edición especial. Consultada julio de 2018 en <http://www.razonypalabra.org.mx/mcluhan/post.htm> _____ (1997-98). “La tecnología las ha olvidado: mujeres del Tercer Mundo y nuevas tecnologías de comunicación”, en Razón y Palabra, núm. 9, año 2, noviembre-enero 1997-98. Consultada julio de 2018 en <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n9/lasam.htm>

Chaher, S. & Santoro, S. (2010). Las palabras tienen sexo II. Herramientas para un periodismo de género. Buenos Aires: Artemisa.

Chocarro, S. (Coord.) (2007). Nosotras en el país de las comunicaciones: miradas de Mujeres. Barcelona: Icaria.

Eco, H (2006) “Cómo se hace una tesis”. Gedisa. Barcelona.

García De Cortázar, M. & García De León, M^a A. (2000). Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación. Madrid: CIS.

Hernández, Lilia Silvia (2000). Participación en el Primer Foro Internacional de Mujeres en Radio “Voces de Mujeres”, Ciudad de México, 11-13 de noviembre de 1998, IMER / Conmujer, México, pp. 82-87.

Instraw (2005). Women and the Media: New Challenges. Review and Appraisal of the Implementation of the Beijing Declaration and Platform for Action. Consultado de julio de 2018 en <http://www.uninstraw.org/en/images/stories/Beijing/womenandthemedial.pdf>

Jurado Rojas, Y (2005) “Técnicas de investigación documental” THOMSON, México.

Lorente, Rosalina (2001). “Mujer periodista en la era de las nuevas tecnologías de la información”, en Mujeres en medio: repaso crítico a los medios de comunicación y su lenguaje, Asociación de Mujeres Profesionales de la Comunicación (AMECO), España, pp. 129-144.

Marquez, A (1989) “La interdisciplinariedad en la investigación para la acción”. En Sobrino E. De la Investigación interdisciplinaria a la Acción Participativa-Trabajo Familiar y Niveles de Conciencia en el Medio Rural. Hvmánitas/Cider. Buenos Aires

MediaWatch (1995). National Watch on Images of Women in the Media Global Media Monitoring Project: Women’s Participation in the News. MediaWatch, Canadá.

Menéndez, M. Isabel (2001). “Una representación invisible: imagen actual de las mujeres en la información”, en Mujeres en medio: repaso crítico a los medios de comunicación y su lenguaje, Asociación de Mujeres Profesionales de la Comunicación (AMECO), España, pp. 77-96.

Millet, Catherine (2018) ¿Existe la mujer? Discurso completo. El País. Traducción: Mónica Herrero.

Narotzky, Susana (1995) “Mujer, mujeres, género. Una aproximación crítica al estudio de las mujeres en las ciencias sociales”. Editorial CSIC

Ortega, F. y Humanes, M. (2000). Algo más que periodistas. Sociología de una profesión. Barcelona: Ariel.

Ortiz, Marta (2001). “Igualdad de sexos en los medios de comunicación”, en Mujeres en medio: repaso crítico a los medios de comunicación y su lenguaje, Asociación de Mujeres Profesionales de la Comunicación (AMECO), España, pp. 97-116

Papí Gálvez, N. (2008). El género entre bastidores. El caso de las periodistas de la Comunidad Valenciana. Alicante: Universidad de Alicante.

Santana, F., M.V. Campos, A. Martín (2001). “La diferencia de género en el desarrollo profesional del periodismo”, en Mujeres en medio: repaso crítico a los medios de comunicación y su lenguaje, Asociación de Mujeres Profesionales de la Comunicación (AMECO), España, pp. 117-128.

Scott, J. (1990). “El género: una categoría útil para el análisis histórico”. En J. Amelang y M. Nash (Eds.), Historia y género: las mujeres en la Europa Moderna y Contemporánea. Valencia: Alfons edicions.

Wirth, L. (2001). Breaking through the glass ceiling: Women in management. Ginebra: OIT.

Wolf, M.(1979). Sociología de la vida cotidiana. Madrid: Cátedra 1982. Wolf, M. (1987). La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas. Barcelona: Paidós, 2000.