



Universidad  
Nacional  
de Córdoba



**FCC**  
Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Universidad Nacional de Córdoba  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

**BIBLIOTECA OSCAR GARAT**

**EL ROL DE LAS MUJERES EN LA PANTALLA TELEVISIVA ARGENTINA**

Melisa Cecilia Sólino

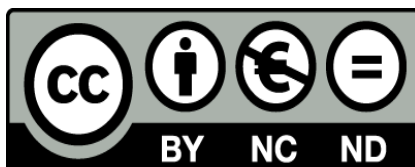
**Cita sugerida del Trabajo Final:**

Sólino, Melisa Cecilia. (2021). "El rol de las mujeres en la pantalla televisiva argentina". Trabajo Final para optar al grado académico de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba (inédita).

Disponible en Repositorio Digital Universitario

***Licencia:***

Creative Commons Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada 4.0 Internacional



**El rol de las mujeres en la pantalla televisiva  
argentina.**

**Melisa Cecilia SÓLIMO**

### **El rol de las mujeres en la pantalla televisiva argentina.**

Análisis cuantitativo y cualitativo de la presencia femenina en la pantalla televisiva de alcance nacional; especificación sobre roles desempeñados y temas abordados en los programas.

## **ABSTRACT**

El presente trabajo, de carácter *exploratorio*, propuso relevar el rol de la mujer en los medios masivos de comunicación, en concreto la televisión, en el caso de los canales América TV, TN y C5N. En tal sentido intentamos aproximarnos a los lugares que ocupa en pantalla, qué temas aborda y cuánto tiempo real tiene de exposición, distinguiendo además la cantidad de tiempo que le es asignado al momento de abordar temas o brindar opinión al respecto. Sólo con el objetivo de dimensionar los resultados de dicha aproximación se consideraron estas variables en relación a sus pares masculinos.

En cuanto a la metodología empleada se optó por un muestreo sobre tres canales de alcance nacional seleccionados en función de sus diferencias ideológicas y por el contenido diverso de su programación. Con el objetivo lograr una mayor operatividad, en los programas de 2 horas o más de duración, se registró solo una hora, entendiéndose este tiempo suficiente para analizar la muestra, generando un total de 34 horas de material capturado y analizado.

El marco teórico desarrolló categorías consideradas pertinentes y vinculadas a la problemática la mujer en general y en particular en vinculación a los medios. La distinción de géneros televisivos y roles completaron un abanico que resultó útil a la hora de abordar la programación televisiva y el lugar que le es asignado a la mujer en ese contexto.

Los resultados obtenidos evidenciaron, finalmente, la desigualdad que existe entre mujeres y hombres en el tiempo de exposición en pantalla y en los contenidos abordados por unas y otros.

## **TEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

El rol de las mujeres en la televisión argentina.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general:**

El objetivo del presente trabajo es proponer un relevamiento de tipo descriptivo con un abordaje cualitativo-cuantitativo sobre la presencia de la mujer en la pantalla televisiva en programas de entretenimiento e informativos emitidos por los canales C5N, América y TN; se tienen en cuenta en este sentido tanto los tiempos de aparición en pantalla como los temas abordados por ellas.

### **Objetivos específicos:**

- 1) Describir el tipo de participación tienen las mujeres en los programas de TV según los diferentes roles televisivos: conducción, co-conducción, columna, panel, locución, móviles, invitados en piso.
- 2) Identificar y analizar qué problemáticas le son asignadas: economía, política, entretenimiento, deportes, entre otros, como también tipos de programas en los que participan, tales como entretenimiento y/o informativos.
- 3) Relevar y dimensionar los tiempos de exposición que tienen las mujeres al momento de ser captadas por la cámara y los tiempos de diálogos al momento de desarrollar los temas que abordan.





## **INTRODUCCIÓN**

*“Todo cuanto sobre las mujeres han escrito  
los hombres, debe tenerse por sospechoso,  
puesto que son juez y parte a la vez”*

Poullain de La Barre

El presente trabajo de investigación de tipo descriptivo propone abordar la problemática de género en el mercado laboral y más específicamente en el ámbito de la comunicación televisiva, entendiendo que tanto mujeres como hombres son partícipes fundamentales en la producción, reproducción y circulación de los contenidos televisivos.

A lo largo del estudio se pondrá en evidencia los roles estereotípicos asignados a cada uno y en caso de existir, qué tipo de situaciones de igualdad/desigualdad quedan expuestas en cámara dentro del ámbito comunicacional.

Posteriormente se ponderarán los temas que tratan las mujeres en los programas tanto periodísticos como de entretenimiento, y se medirá también el tiempo de pantalla que les es asignado. A los fines de dimensionar esa participación real se propone una comparación con la intervención del hombre en esos mismos campos.

La motivación para la realización de este estudio aparece ante la inquietud de aportar a la visibilidad de la situación de las mujeres en el mercado laboral dentro de los medios masivos de comunicación y la posibilidad de efectuar un relevamiento al respecto. Se procurará vincular la presencia de la mujer en la pantalla televisiva con el rol de la mujer en la sociedad, asociando el rol televisivo y el rol social como correlato de esa realidad social, entendiendo a la televisión como constructora y parte de los procesos sociales más generales. En tal sentido se asume que los roles televisivos en pantalla que ocupan las mujeres no son azarosos, sino productos justamente de lo que acontece desde la estructura social y su dinámica.

Al respecto asumimos la idea de que la desigualdad en el acceso y participación de la mujer y la expresión de sus ideas en medios masivos de comunicación se deben en gran

medida, según declaración y plataforma de acción de Beijing del año 1995, a la “*persistencia de los estereotipos basados en el género que divulgan las organizaciones de difusión públicas y privadas locales, nacionales e internacionales*”.

A lo largo del trabajo se intentará dilucidar si estos estereotipos continúan, de qué manera se presentan en caso de que así sea, en qué géneros y formatos televisivos, y con qué grado y tipo de participación.

Con la intención de evitar sesgos o direccionamientos en el proceso investigativo y en sus resultados, se abarcarán diferentes posibilidades y perspectivas disimiles, por lo que para la muestra se seleccionaron en su oportunidad canales con líneas editoriales diferentes. La elección de canales recayó en aquellos de alcance nacional codificado que tienen un número importante de audiencia, que son constructores de agenda y que poseen una línea editorial bien definida.

De esta manera se pretende realizar una primera aproximación al rol que ocupa la mujer en la tv en pantalla, teniendo en cuenta los contenidos que le son asignados para su tratamiento y el espacio televisivo que ocupa en cuanto al desarrollo de diferentes temáticas que presenta.

En cuanto a los antecedentes que se han tenido en cuenta a la hora de proponer el presente estudio, la tesis de grado de la ECI del año 2006 “*La TV y las Mujeres*” María Fernanda Rocha-Martin, aparece como uno de los puntos de partida más importantes, ya que en el ámbito académico propone una primera aproximación sobre el papel de las mujeres en el medio televisivo, específicamente en los noticieros cordobeses.

Las investigaciones realizadas por Sandra Chaher y Virginia Pedraza en “*Sector publicitario y género*” para la Asocian civil Comunicación para la igualdad y FUNDEPS, citan también como antecedente la problemática en el acceso desigual a las oportunidades laborales en espacios periodísticos y publicitarios, los cuales consideran como “actores esenciales en la elaboración de contenidos” quienes ostentan poder comercial y cultural estableciéndose como formadores de opinión, concluyen las autoras.

Otra investigación de similares características al presente estudio se realizó en Europa en el año 2000 titulado “*Enfocando el género en TV*”. (EMAKUNDE) En este

caso el foco de análisis se centra en el lugar que ocupa la mujer en programas de TV, los tipos de intervenciones que efectúan y los temas que desarrollan. El estudio fue sostenido por cinco organizaciones de radiodifusión públicas de Holanda, Noruega, Suecia, Finlandia, Alemania y una compañía de radiodifusión de Dinamarca, realizando el muestreo entre los años 1997 y 2000.

Ambas investigaciones muestran en sus conclusiones que las mujeres suelen cubrir temas o abordar programas relacionados a la familia, el cuidado, al entretenimiento, la cocina. Pocas veces es enfocada por la cámara, está ausente en el desarrollo de algunas temáticas, principalmente las relacionadas a status social, éxito, política y poder, ya sea como entrevistadora o como entrevistada.

Planteado por Eliseo Verón en *“La semiosis social”* (1993), lo real se construye discursivamente, por lo que todo fenómeno social tiene una dimensión discursiva; en tal sentido los discursos sociales son el resultado de determinadas condiciones de producción. Como resultado de ello, toda producción de sentido es a la vez el resultado de un proceso social de producción.

La construcción y distribución de los discursos que proponen los medios adquieren una notoria centralidad, ya que *“los medios informativos son el lugar en donde las sociedades industriales producen nuestra realidad”* (Verón, 1983, 9) y es la sociedad en su conjunto la receptora de esos discursos. En esta construcción el lugar de las mujeres y los hombres es también construido y no resulta igual que esa construcción de la realidad esté dada desde puntos de vista femenino y masculino por igual, o desde el de uno por sobre el otro.

Por tanto, no es casualidad que los programas tengan conductores o conductoras, o que carezcan de alguno de ellos. Tampoco resultan fruto del azar la presencia de invitados que van a exponer sobre problemáticas específicas, sean estos hombres o mujeres.

Por esto no podemos dejar de señalar que aquello de lo que se habla en los medios no puede excluir la opinión de la mujer. Incluso, lo que muestra la pantalla de y sobre las mujeres, es la forma en que la mujer es percibida socialmente. Por lo tanto su presencia como sus opiniones y participación son esenciales para construir una sociedad más igualitaria, pensando en una comunicación con perspectiva de género.

## **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

Para algunos autores el género es definido como una construcción social y cultural y en algunos casos como una forma de organización social, más que una diferencia biológica en sí.

Ya en 1986 Joan Scott, en su libro “Género: una categoría útil para el análisis histórico”, realizó un recorrido por distintas definiciones del término “*genero*”. Una de las definiciones más recientes, que forma parte de la enciclopedia de las ciencias sociales, fue desarrollada por las feministas. Ellas planteaban una definición más literal, indicaron que género hacía referencia a «*una organización social de las relaciones entre los sexos*» (Scott, 1986, 2).

En otra acepción posterior las feministas americanas insistían en las «*distinciones basadas en el sexo*» (Scott, 1986, 2), expresando que «*la palabra denotaba rechazo al determinismo biológico implícito en el empleo de términos tales como ‘sexo’ o ‘diferencia sexual’*» (Scott, 1986, 2) y en cómo resaltaban los aspectos que se relacionan con la definición de lo que es femenino en la sociedad.

La autora suma a esta apreciación lo expuesto por Natalie Davis en 1975 donde hablaba sobre el propósito como investigadoras, tratando de dilucidar el alcance de los roles sexuales en las diferentes sociedades y períodos y ver cómo funcionaron para mantener el orden social o promover cambios.

En un sentido más interpretativo, Scott plantea que el género se emplea para «*designar las relaciones sociales entre sexos*» (Scott, 1986. 6), pasando a denotar una categoría social impuesta, “construcciones culturales” sobre los roles asignados tanto a hombres como a mujeres subrayando su origen exclusivamente social.

Por supuesto no deja afuera los sistemas simbólicos, ya que son las formas en que las sociedades se representan a sí mismas incluyendo al género.

La sociedad está en constante construcción al igual que el sujeto, siendo así una suma de significados que representan nuestras experiencias: sin procesos de significación no hay significado. Esa misma sociedad moldea los roles que construye por medio de la experiencia colectiva y el lenguaje. Este último «*es la clave para instalar al niño en el orden simbólico. A través del lenguaje se construye la identidad de género*» aclara Scott y agrega «*las identidades subjetivas son procesos de diferenciación y distinción*» (Scott, 1986, 18) y siendo la masculinidad la represión de todo lo femenino, debe eliminar

cualquier elemento ambiguo u opuesto para asegurar esa coherencia y comprensión colectiva. Los deseos reprimidos que están en el inconsciente, son una amenaza para la estabilidad de la identificación de género.

Sobre este tema también hacía referencia Pierre Bourdieu en su libro “La dominación masculina”, planteando que la división entre los sexos está socialmente construida y considerada como algo “normal”, como lo natural que se presenta en un momento, en las cosas y en los cuerpos, convirtiéndola en hábitos que funcionan como esquemas de percepciones, pensamientos, acciones. De esta forma la visión y división propuestas, se ajustan a algo que existe de antemano, poniendo al orden establecido, conocido, reconocido y oficial como algo sagrado, afirmando así su legitimidad. (Bourdieu, 1998)

De tal modo puede inferirse que las categorías de género tienen más relación con una construcción arbitraria de sistemas de percepción, pensamiento y acción, que por diferencias biológicas.

Estas percepciones sociales contribuyen además a las designaciones de roles tanto de mujeres como hombres en la sociedad y esos mismos roles pueden encontrarse en la pantalla televisiva. Entenderlas y analizarlas contribuyen a esclarecer los espacios que ocupan ambos en los medios masivos de comunicación.

Las formas en que son exhibidas las mujeres en la pantalla, los lugares que ocupan, las acotaciones que realizan, los temas que tratan y las noticias a los que son invitadas a debatir como la ausencia en alguno de estos espacios forman también parte de esa división sexual construida socialmente y esos roles preestablecidos.

### **Ella es lo otro**

Cuando hablamos de la mujer lo hacemos en términos sociales, definiciones impuestas por un sistema capitalista y patriarcal; por ese motivo muchas veces la mujer es definida como aquello que es ajeno, lo otro, no es sujeto sino objeto –en más de una forma– y los medios masivos no son la excepción para tal abordaje. Además de ser reproductores de esa noción de objeto, la acentúa, contribuyendo a la elaboración y difusión de estereotipos.

Simone De Beauvoir en su libro “El segundo sexo” cita varias interpretaciones sobre la mujer y su caracterización social, donde es excluida como sujeto siendo considerada solo como objeto, ya que se entendía que la mujer es determinada en función del hombre, siendo éste el sujeto, lo absoluto. *«Y ella no es otra cosa que lo que el hombre decida que sea; así se la denomina “el sexo” [...] La mujer se determina y se diferencia con relación al hombre, y no éste con relación a ella».* (De Beauvoir, 1949. 18).

Pierre Bourdieu en “La dominación masculina” también plantea esta idea cuando afirma que:

*«las mujeres sólo pueden aparecer en el (orden social) como objeto cuya función es contribuir a la perpetuación o al aumento del capital simbólico poseído por los hombres” dentro de lo que es el mercado del matrimonio en el terreno de los intercambios simbólicos que “atribuye a las mujeres su estatuto social de objetos de intercambio definidos según los intereses masculinos y destinados a contribuir así a la reproducción del capital simbólico de los hombres».*

(Bourdieu, 1998. 34)

Convertidas en objetos simbólicos, se encuentran con una inseguridad corporal permanente en cuanto a lo atractivo, ya que sólo existen por y para la mirada de otro y no para sí mismas. Por lo que se espera de ellas que sean *«femeninas»*, entendido como sumisas, discretas, simpáticas, entre otros preceptos, estando disponibles para el hombre.

### **Perspectiva biológica y psicoanálisis**

Betty Friedan “La mística de la feminidad” señalaba que *«para Freud las mujeres eran una especie extraña, inferior, que no llegaba a la categoría humana. Las veía como muñecas infantiles que existían únicamente en función del amor de un hombre, para amar al hombre y satisfacer sus necesidades».*

El complejo de castración y la envidia del pene, base de la corriente de pensamiento de Sigmund Freud, provenía de la suposición de inferioridad biológica de las mujeres.



Aseguraba era la misma naturaleza quien le selló su destino y por tal motivo debía ser gobernada por un hombre. Y la enfermedad de ella consistía en envidiarlo. (Friedan, 1963)

En cartas enviadas a su esposa, donde la llama constantemente “mi dulce niña”, le contaba que podría hacer y deshacer a su antojo en la casa, que compartirían intereses y que él le enseñaría cosas que no serán de su interés, excepto que tenga relación con su marido y la profesión de aquél. (Friedan, 1963)

Y esto quedó plasmado en las últimas cartas dedicadas a ella, donde lamentaba no haber dejado “su huella” en ella, evidenciando que no consideraba que las mujeres pudieran tener intereses propios fuera del hogar o el marido; que lo relacionado al conocimiento era competencia del hombre y la tarea de la mujer en ese caso era la de acompañar. Sin existir por fuera del otro, sino siempre a través de -el hombre-.

Para Freud, la conciencia de la mujer nunca estaba plenamente desarrollada y poseía escaso sentido de la justicia, debido a su envidia, lo que por consiguiente su interés en la sociedad era menor que en el hombre. (Friedan, 1963)

La causa de esta concepción puede entenderse en relación a situaciones culturales y particulares específicas en Freud, la era victoriana donde se formó y la cultura judía de la que formaba parte donde la plegaria diaria de los hombres era «*te doy gracias, Señor, por no haberme hecho mujer*» (Friedan, 1963. 151). Su madre existía solo para consentirlo, un pequeño capricho de Sigmund anulaba cualquier oportunidad de crecimiento y potencial a sus hermanas.

Incluso la asociación que más adelante desarrolla en su teoría con respecto a la histeria, la cual indicaba que provenía de la represión sexual, no es azaroso tampoco ya que culturalmente en esa época la mujer debía reprimirse sexualmente. (Friedan, 1963) Y en relación a la educación, las mujeres contaban con escaso acceso a la misma, lo que no permitía un desarrollo pleno de sus conocimientos, de igual modo para Freud mientras más estudios tuviera la mujer más propensa era a padecer trastornos sexuales.

Por ello, para el psicoanalista, la forma de alcanzar la feminidad “normal” era una vez que la mujer renunciase a todos los objetivos propios para identificarse con las actividades de su esposo e hijos. (Friedan. 1963)

Las teorías desarrolladas por Freud sirvieron una vez más para mantener a la mujer en ese papel idealizado de esposa-madre, abnegada, sumisa y lejos de la educación que

pudiera frustrarla sexualmente. Una forma más de mantenerlas dóciles en la sociedad en el siglo XIX.

Sobre ello Pierre Bourdieu señala en su libro que el mundo social construye el cuerpo como realidad sexuada basadas en principios de visión y división. La realidad biológica de los cuerpos es lo que construye la diferencia entre los sexos basado en una relación arbitraria preestablecida, de dominación de hombres sobre mujeres, así la diferencia biológica aparece como justificación natural que en realidad está socialmente definida. (Bourdieu, 1998)

### **Una historia sobre mujeres**

Desde la perspectiva de Teresa Fallas Arias en “Apuntes para hilvanar una historia sobre las mujeres”. *«Para abordar la historia sobre las mujeres debe considerarse que fue escrita por los varones, fuente plagada de prejuicios, de estereotipos y reproductora de la retórica androcéntrica que convirtió la diferencia sexual femenina en desigualdad e inferioridad».*

En las sociedades contemporáneas al igual que en las primitivas, el lugar que ocupaba la mujer era el hogar. Sus labores consistían en el cuidado de los niños y las tareas domésticas, recluida en la privacidad de la morada. Por el contrario, los hombres se encargaban de la provisión de alimentos y la sociabilización con otros, por lo que aquello concerniente a deberes de dominio público, como la política, era de exclusividad masculina.

Para Friedrich Engels, en su libro “El origen de la familia la propiedad privada y el estado”, la etapa matriarcal de las sociedades primitivas, el abastecimiento se daba por la caza y la recolección que estaba a cargo del hombre, quien además contaba con los instrumentos para dichos procesos. La domesticación y la cría de ganado generaron una nueva forma de riqueza desconocida hasta el momento, permitiendo formas de acumulación nunca vistas, creando relaciones sociales enteramente nuevas.

Originalmente esas riquezas le pertenecían a la tribu, posteriormente se desarrolló la propiedad privada para que quedaran en propiedad particular de cada familia. Incluso los

prisioneros de guerra que inicialmente pasaban a ser parte de las tribus, comenzando a constituirse en propiedad con este cambio, desarrollándose la esclavitud. (Engels, 1884)

En este paso de la comunidad hacia la propiedad privada se debieron modificar también las relaciones sociales -afirma el autor-. Las nuevas formas de riqueza, acumulación y propiedad privada, dieron un golpe duro a la sociedad matriarcal, basado en el derecho materno –en el cual la descendencia era por línea femenina-, dejado atrás para dar paso a un tipo de organización patriarcal, en el cual el hombre, que era poseedor y dueño de sus bienes, heredaba a sus hijos varones, quedando fuera las mujeres. Para Friedrich Engels:

*«el derrocamiento del derecho materno fue la gran derrota histórica del sexo femenino en todo el mundo». Y agrega «la mujer se vio degradada, convertida en la servidora, en la esclava de la lujuria del hombre, en un simple instrumento de reproducción».*

(Engels, 1884. 22)

Acompañado a ello, los matrimonios también se vieron modificados, pasaron a ser monogámicos para asegurar la paternidad de los hijos. Este cambio le significó grandes pérdidas a la mujer. Por un lado, la monogamia era exigida sólo a ella, dándole al hombre el derecho de infidelidad, si ella lo hacía el marido podía castigarla incluso con la muerte; y por otro, ya no era libre de decidir divorciarse del marido, como en la etapa anterior. (Engels, 1884)

Por tal motivo el autor asegura que *«la monogamia (...) entra en escena bajo la forma del esclavizamiento de un sexo por el otro»* (Engels, 1884. 27) y esta forma de esclavitud a la que fue sometida la mujer sirvió de base para el desarrollo de las sociedades posteriores, adjudicando esta situación a un determinismo biológico, pero sin base científica sino meramente social y preestablecida. Para reforzar esto, alrededor de las mujeres se desarrollaron mitos, teorías y tabúes, y sobre esto la religión contribuyó a mantener esa sodomía de la mujer otorgando el papel de lo malo, lo negativo, lo impuro en el mundo. (Engels, 1884)

Los mitos creados a lo largo de la historia fueron útiles para mantener a la mujer en permanente dependencia, además sirvieron para darle una legitimidad a esa posición. La mujer aprendió como debía actuar para ser «normal» o «de bien» relacionándolo con la sumisión, convirtiendo su dependencia, su necesidad de protección en parte de una feminidad pura. Era una de las formas de acallarlas, incluso a las que se pudieran revelar contra este sistema.

Para Simone de Beauvoir la mujer –por medio de los mitos- es una contradicción constante,

*«es un ídolo, una sirvienta, la fuente de la vida, una potencia de las tinieblas; es el silencio elemental de la verdad, es artificio, charlatanería y mentira; es la curandera y la hechicera; es la presa del hombre, es su pérdida, es todo cuanto él no es y quiere ser, su negación y su razón de ser».*

(De Beauvoir, 1949. 142)

Es la que espera 20 años la vuelta de su marido, deteniendo su vida, en La Odisea de Homero; es la traidora que corta los pelos de Sansón para que pierda su fuerza. La mujer es ambivalencia.

Desde la religión alentaron el destrato posicionándola como un ser inferior, carente de derechos, la otredad, el objeto como posesión del hombre, un bien de uso y de cambio, como objeto de paz o de salvación; desde el génesis se plantea la traición de Eva por comer el fruto prohibido su castigo será el de parir con dolor -involucrando directamente a su cuerpo- además advierte que necesitará a su marido y será dominada por él. En cambio, el castigo del hombre por haber escuchado la voz de su mujer, será trabajar la tierra con el sudor de su frente y las plantas tendrán espinas. Saray, esposa de Abram que no puede concebir, entrega a su marido a la esclava que posee -un objeto- para que engendre un hijo con él. Ismael, hijo de Abram. Lamec, descendiente de Caín, tenía dos esposas signo de aceptación del adulterio por parte del hombre para la religión. La Virgen María es la madre abnegada que no intenta salvar a su hijo, sino que se resigna a su destino. Mujer sumisa, perfecta. Virgen casta y madre a la vez. Es todo lo que está bien en la mujer.

Durante la niñez la mujer no representa amenaza alguna para el sistema, pero cuando esta lista para engendrar es cuando se vuelve impura, y esa impureza legitima a través de la creación de tabúes que la rodean, como el de la menstruación. Todo lo que

tocase o donde reposase estaría inmundo según la religión católica. Debía ser apartada mientras dure el sangrado ya que tampoco podía vérsela. Capaz de cortar la mayonesa o la fermentación de la sidra, hasta salar la carne de cerdo, durante el periodo, hace que se pudra. En la actualidad continúan algunas de estas creencias, en diferentes regiones del país, como en el mundo. (De Beauvoir, 1949)

Con respecto a la persecución que vivieron por parte de la iglesia en conjunto con el estado, fueron acusadas muchas veces de ser brujas y realizar pactos satánicos, como forma que control y deslegitimación hacia las mujeres. En ocasiones eran calumniadas como herejes por ejercer actividades “masculinas” como la medicina y por ello fueron torturadas o condenadas a la hoguera o la horca. Ser independientes económicamente también les costó su libertad ya que podían ser desacreditadas y quitarles sus bienes por no tener marido o representante masculino -padre, hermano-. Este fue el precio que debieron pagar por su autonomía, por su intelecto y desafiar el orden establecido.

Para Silvia Federici en su libro “Calibán y la bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación originaria” la caza de brujas fue una forma de destruir el control que las mujeres habían ejercido sobre su función reproductiva -ya que ellas eran las reproductoras de nuevos trabajadores- allanando el camino a un régimen patriarcal más opresivo. Esta persecución fue central en la acumulación y generación de un nuevo proletariado. (Federici, 2004) la transición al capitalismo -afirma la autora- redefinió las tareas productivas y reproductivas y las relaciones hombre-mujer, con fuerte presencia estatal y colmado de violencia, evidenciando la construcción de los roles sexuales en la sociedad capitalista. (Federici, 2004)

Simone de Beauvoir se preguntaba: *¿De dónde le viene a la mujer esta sumisión?* Betty Friedan en su libro “Mística de la feminidad” publicado en 1963, describía una situación social sobre las mujeres y lo que ella llamó “el malestar que no tiene nombre”. Allí explica de dónde procedía esto y la raíz de algunos estereotipos que se utilizan peyorativamente hacia la mujer. En él manifestaba que, durante los años de la posguerra, en EEUU, a las mujeres se les enseñaba a sentir pena por aquellas que eran neuróticas, poco femeninas e infelices que querían ser profesionales, médicas, presidentas, etc. Aprendieron

que las que eran femeninas de verdad no anhelaban una carrera ni estudios superiores o incluso derechos políticos (Friedan, 1963) en cambio una mujer bien femenina solo deseaba el sueño americano de casarse, formar una familia y tener una casa en los suburbios.

Iban a la universidad a conseguir marido, cuando lo encontraban dejaban los estudios. A veces trabajaban medio tiempo para pagarles la carrera a sus maridos. La mística les enseñaba que la auténtica realización femenina estaba en cuidar y mantener su hogar y su familia feliz. Las carreras no eran para mujeres realmente femeninas. Algunas rechazaban becas de estudio, o no prosperaban en los mismos por su intención de casarse. Se hacían pasar por ingenuas porque a los hombres no les gustaba que fueran más inteligentes que ellos. (Friedan, 1963)

Es preciso destacar que estas ideas, eran sostenidas por el status quo de la época y avaladas continuamente por diarios prestigiosos como *The New York Time* reafirmando esta subordinación al matrimonio, el hogar y la familia de forma contundente y para todas las edades; publicidades con productos exclusivos dirigidas a mujeres enfatizando la importancia de ser parte y mantener esta mística de la feminidad. Todo un movimiento impuesto y fomentado constantemente desde los medios de comunicación y las empresas de publicidad. (Friedan, 1963)

A partir de los años 50 la TV ya tenía un importante papel y lugar en la sociedad, al sostener esto, en pleno auge, lograba vender productos, ideas y hasta un estilo de vida al que toda chica querría aspirar a ser.

Las cocinas se convirtieron nuevamente en el centro de su vida, luego de que en la etapa anterior las la mujeres salieran a trabajar en lugar de sus maridos, quienes estaban en la guerra. En este periodo ya no salían más que para hacer mandados o llevar a los hijos a sus actividades. (Friedan, 1963)

Esta disociación con el mundo exterior las atrofió en cuando a lo que pasaba afuera. Las revistas dedicadas a la mujer sólo hablaban de maternidad, hogar, vida familiar y como ser una excelente esposa. No veían en ellas ni capacidad, ni interés en nada que no fuera el hogar. En un mundo lleno de noticias, estas publicaciones no tenían lugar. (Friedan, 196

Y llegó el malestar que no tiene nombre, rompiendo la imagen de ama de casa perfecta. Cansadas de responder en las encuestas “Ocupación: sus labores” sentían que querían llenar ese campo con algo más. Algunos especialistas atribuían este malestar a los estudios, que les impedía ser felices amas de casa. Además, sugerían que las mujeres necesitaban mayor preparación para desempeñar su rol, y los educadores sostenían que la enseñanza debía ser sobre cómo usar electrodomésticos del hogar, economía doméstica, así se preparaban mejor para la transición de vuelta a la vida en el hogar. Para apaciguar ese malestar, la mística la alentaba haciéndole notar lo afortunada que era por no tener que responder a nadie más que a sí misma, ser su propia jefa. (Friedan, 1963)

Esta sensación las llevaba a sentirse mal consigo mismas por no encajar en la imagen femenina propuesta por los medios, los expertos, la sociedad y la misma mística de la feminidad. La permanencia continua en el hogar, ahora lleno de electrodomésticos para facilitarles la vida solo les producía aburrimiento, soledad, depresión, neurosis entre otros males que fueron calificados como “típicamente femeninos”. (Friedan, 1963)

Muchas de estas mujeres, que no estaban interesadas en carrera profesional, sino más bien en realizarse como esposas y madres, comenzaron a sentir una voz interna les gritaba lo insatisfechas que estaban. La sensación de frustración a la que llegaron por no haber ejercido su sueño, aquello para lo que habían estudiado y dejaron de lado por dedicarse a ser madre y esposa, nunca ellas mismas, de pronto les quitaba sentido a sus vidas. (Friedan, 1963)

Antes de 1940 la carrera significaba algo para estas mujeres, era ser alguien por ellas mismas y no vivir a través de alguien más. Después de 1940 la nueva heroína que proponía la mística, ya no era la mujer audaz, independiente y valiente, sino aquella que dejaba todo por amor, era menos agresiva, más infantil y dispuesta encontrar un hombre que fuera el adecuado. (Friedan, 1963)

Si bien el libro de Betty Friedan insta a conocer por medio de su propia investigación empírica sobre las mujeres, en una situación y periodo específico en EEUU, lo expuesto allí es al mismo tiempo evidencia de lo que sucede a las mujeres alrededor del mundo.

Las mujeres han experimentado estas situaciones en todas las épocas, en la actualidad padecen los mismos malestares citados por la autora. El 30 junio de 2019, la

periodista y escritora Mariana Carbajal publicó una nota en el diario *Página 12* a la cual tituló “ser ama de casa enferma” donde indicaba que:

*«un estudio de la UCA y la Defensoría del Pueblo de la provincia de Buenos Aires mostró que las mujeres que sólo se dedican a las tareas del hogar tienen mayor propensión a la infelicidad, a experimentar síntomas de depresión y ansiedad y a tener un déficit de proyectos personales»*

(Página 12. 2019)

La recomendación para combatir estos síntomas que realiza Agustín Salvia, coordinador del informe y director de investigación del Programa Observatorio de la Deuda Social Argentina, era darles trabajos pagos en vez de ansiolíticos.

Pare cerrar este punto, es interesante leer a John Stuart Mill, quien expresaba en “La esclavitud femenina” que la desigualdad de las mujeres con respecto a los hombres está arraigada a un sentimiento, lo que, en vez de debilitar la opinión, la fortalece; en cambio si fuera fruto de la razón, con refutar los fundamentos erróneos se quebrantarían, pero mientras el sentimiento subsista, no le faltarán argumentos para defenderse, concluye. (Mill, 1869)

La mujer ha sido víctima una y otra vez de mecanismos de control de una sociedad patriarcal que no solo quiere, también necesita de la sumisión del género femenino. Estos altibajos, planteados por Betty Friedan, de constantes crisis de personalidad sufridas por las mujeres según la época y el contexto sociocultural mundial, están condicionados por el mensaje claro de dominio sobre ellas, sus acciones, su cuerpo, su mente.

Al contrario de sus pares masculinos, a quienes se les exhibe siempre un mismo mensaje, la de ser el sujeto proveedor, protector y viril que la sociedad espera. En tanto se mantenga la estructura de la división de roles según el género en la sociedad, las desigualdades permanecerán. Erradicar esas ideas, como plantea Mill, dejaría sin argumentos para sostenerla en el tiempo.

Cuando Betty Friedan realizó su investigación de campo, entrevistó a varias chicas que cursaban la universidad en ese momento, se encontró con un panorama muy marcado por la mística de la feminidad. Las chicas ya no iban a estudiar sino a buscar maridos, la



inteligencia de ellas en las relaciones amorosas no era un plus, sino una desventaja por lo que preferían hacerse pasar por tontas, además algunas de ellas preferían abandonar los estudios si representaban un impedimento a sus labores domésticos y familiares.

Algunas universidades estimulaban este concepto de domesticidad con slogans como «*no educamos a las mujeres para que sean eruditas, las educamos para que sean esposas y madres*» (Friedan, 1963. 208) acompañado con una currícula que incluía asignaturas como “asignación de pareja”, “adaptación al matrimonio” y “Educación para la vida familiar”.

Moldeadas de acuerdo a su “función biológica” y no al uso de sus capacidades individuales, eran adoctrinadas sobre cómo desempeñar el papel de mujer. Estos formatos de educación eran apoyados por la iglesia, donde algunos de sus miembros expresaban que se debía descartar la formación profesional de las mujeres, incluyendo economía doméstica ya que se les había dado un «*nivel de formación profesional*». (Friedan, 1963 210)

Paradójicamente los puestos jerárquicos estaban ocupados por hombres prototipos de marido. En cambio, una mujer que llegó a la presidencia de unos de esas universidades, fue acusada de vender una imagen irreal ya que no solo era profesional y había llegado alto en su carrera, además tenía un marido e hijos exitosos. Y en estas casas de estudio no se las estimulaba a que siguieran sueños propios, sino que se les fomentaba a que fueran esposas, madres y vivieran sus sueños a través del éxito de aquellos, desalentando constantemente a las mujeres diciéndoles que no podrían lograrlo, que no serían aceptadas ni llegarían lejos, etc.

En “La dominación masculina” Bourdieu afirma que la lógica que opera sobre las mujeres en el modelo educativo es un efecto Pigmalión negativo, donde continuamente les refuerzan la estimulación hacia carreras blandas, desanimando las carreras duras como las técnicas o las científicas indicándoles que son frágiles para estas carreras, en cambio a los chicos les era más fácil. (Bourdieu, 1998) Esto proviene desde la primera infancia de la mano de los padres y luego de los profesores. Por lo que las mujeres terminan creyendo que es cierto.

El estudio presentado por Gloria Bonder en 1994, “Mujer y Educación en América Latina: hacia la igualdad de oportunidades” plantea el crecimiento de las matrículas

femeninas, partiendo de la escolarización de nivel primario hasta el detalle del crecimiento en las carreras universitarias, incluso aquellas caracterizadas como masculinas.

Considerando el escaso acceso de las mujeres a la educación, a diferencia de sus pares hombres, el estudio que realiza la autora muestra que la tasa de analfabetización es mayor en mujeres que en varones. Bonder plantea que entre 1980 y 1990 la escolarización a nivel general había crecido, más entre las mujeres que hombres, 63.3% femenina y 64.6% masculina, de un porcentaje en 1980 de 57.7% y 59.8% para mujeres y varones respectivamente, de igual modo seguían siendo menos con respecto a los hombres a nivel general. (Bonder, 1994. 4)

En el caso del nivel superior tanto universitario como no universitario, el acceso de las mujeres a nivel regional fue significativo. Entre 1970 y 1985, la matriculación femenina subió de un 35 a un 45% y particularmente en Argentina poco a poco fue cambiando esta situación duplicando el número de graduadas, con relación a los hombres, cada 15 años, contando desde 1936, llegando a graduarse una mujer por cada varón en 1981. (Bonder, 1994)

En el caso de las carreras catalogadas como masculinas, fueron modificándose hacia la neutralidad debido al aumento de la matriculación femenina y en el caso de otras como medicina, se fueron «feminizando».

En 8 marzo de 2019 la Fundación Mediterránea presentó en el Foco Social, un trabajo realizado por las investigadoras María Laura Caullo y Rocío Cereni sobre “Mujeres: el desafío de Igualar oportunidades en el ámbito laboral” donde se plantea que en la Universidad Nacional de Córdoba el 60% de los estudiantes son mujeres y solo un tercio de los graduados son hombres mostrando, en relación al estudio anterior, la tendencia en alta de la profesionalización académica de las mujeres.

A pesar de ello, de ese 67% de mujeres graduadas, solo 3 de cada 10 lo hacen de carreras relacionadas a Tecnología, Ingeniería y Matemáticas. Representan el 28.9% de la matriculación en las carreras de Ingeniería, sin embargo, ha habido un crecimiento exponencial de la participación femenina, multiplicándose 39 veces en los últimos 12 años. (Caullo y Cereni, 2019)

Relacionado a esto, Pierre Bourdieu citado más arriba, ya expresaba el desaliento a las mujeres a estudiar este tipo de carreras, tampoco se les ofrecía como opción,

manteniendo la brecha entre hombres y mujeres respecto a las carreras denominadas “duras” y/o “masculinas”.

La misma investigación de Caullo y Cereni, con respecto a los secundarios de Educación Técnica Profesional (ETP) arroja que sólo 3 de cada 10 estudiantes son mujeres, particularmente en Informática/Comunicación, Construcción, Electromecánica y Electrónica/Energía, siendo mayoría en Administración y Química. Sin embargo, demuestran mayor compromiso con los estudios ya que, del total de mujeres egresadas casi el 70% realiza estudios post secundarios, pero solo el 60% de los hombres lo hace (Caullo y Cereni, 2019).

Que las mujeres sean menos y las peores pagas en proporción a los hombres en el mercado laboral no es algo nuevo ni casual. Según Pierre Bourdieu las estructuras de la división sexual han actuado a través de tres principios prácticos:

*El primero es que las funciones adecuadas para las mujeres son una prolongación de las funciones domésticas: enseñanza, cuidado, servicio;*

*El segundo pretende que una mujer no puede tener autoridad sobre unos hombres; razón por lo que puede verse postergada para ocupar una posición de autoridad quedando relegada a funciones subordinadas de asistencia*

*El tercero confiere al hombre el monopolio de la manipulación de los objetos técnicos y de las máquinas.*

(Bourdieu, 1998. 69)

Y agrega que las mujeres con carreras universitarias encontraban salida laboral en niveles medio, pero difícilmente en puestos de mando y/o responsabilidad, principalmente en sectores como economía, finanzas y política. «*Los cambios visibles de las condiciones ocultan unas permanencias en las posiciones relativas.*» (Bourdieu, 1998. 66)

Pese a que las mujeres están mejor preparadas académicamente que los hombres, son las que menos acceso tienen a puesto de trabajo bien pagos, jerárquicos o a tiempo completo y uno de los motivos de este último punto corresponde a la maternidad. Son quienes se ocupan de la reproducción, el cuidado de los niños y las tareas del hogar, por lo

que carecen de tiempo para ocupar puestos *full time*, empeorando los casos en que son madres solteras que no cuentan con una estructura familiar en la cual apoyarse.

En los puestos de investigación, la brecha es extremadamente alta. Según la UNESCO, de los investigadores a nivel mundial, solo el 28% son mujeres; en el caso de Argentina representan el 26% de investigadores del ámbito privado y en el sector público la cantidad está más cerca de la paridad (Caullo y Cereni, 2019).

En cuanto al tipo de trabajo que realizan las mujeres, están más representadas en tareas de asistencia, enseñanza y cuidados, sumado a tareas menos cualificadas, cayendo la participación en los cargos de mayor jerarquía, en todos los sectores de la sociedad.

Sin embargo, pese a una adecuada formación, las mujeres enfrentan brechas persistentes; en materia de salario ganan en promedio un 30% menos que los hombres por realizar las mismas tareas, subiendo hasta un 40% en el mercado informal. En cuanto a los puestos ejecutivos, solo un 25% son ocupados por mujeres. (Caullo y Cereni, 2019)

En 1978 Marilyn Loden utilizó por primera vez el término “techo de cristal” para describir los obstáculos que padecían las mujeres que intentaban ascender. Lo notó durante una mesa redonda sobre aspiraciones de las mujeres. En ella aclaraba que las barreras que las mujeres tenían frente al ascenso eran culturales y no se debían a cuestiones personales o a sus percepciones. (BBC, 2017)

Durante sus años como consultora de telecomunicaciones escuchó frases que nada tenían que ver con su propio desempeño laboral sino más bien con su imagen. Su jefe solía decirle que sonriera más. En otra ocasión planteaba que ascender a mujeres en puestos gerenciales degradaba la importancia de esos puestos. Una vez, se enteró que no la promocionarían a ella sino a un par masculino debido a él que era padre de familia y el principal sostén, por lo que necesitaba más el dinero. (BBC, 2017)

Según Mabel Burin en su texto “Género y salud mental: construcción de la subjetividad femenina y masculina” del año 2010, define el termino techo de cristal, e indica que:

*«se denomina así (techo de cristal) a una superficie superior invisible en la carrera laboral de las mujeres, difícil de traspasar, que les impide seguir*

*avanzando. Su carácter de invisibilidad está dado por el hecho de que no existen leyes ni dispositivos sociales establecidos ni códigos visibles que impongan a las mujeres semejante limitación, sino que está construido sobre la base de otros rasgos que, por su invisibilidad, son difíciles de detectar.»*

(Burin, 2010. 21)

Y agrega que el concepto comenzó a estudiarse a raíz de la carrera laboral de mujeres que, a pesar de haber tenido altas calificaciones durante su formación, sus carreras laborales se veían estancadas en determinado momento, se encontraban con el “techo de cristal”. (Burin. 2010. 21) Por otro lado las mujeres más tradicionales en cuanto a la maternidad y el trabajo, estaban adheridas a formas convencionales de los roles típicamente femeninos, lo que la autora llama el “sticky floor” o “suelo pegajoso” del que les era muy difícil despegarse y debían hacer un gran esfuerzo en sustraer energía puesta en el trabajo doméstico y destinarla a su carrera laboral. (Burin. 2008. 3)

Además, desarrolla ciertos rasgos en los que se basa esa estructura de limitaciones hacia las mujeres, esto son:

- a. Las responsabilidades domésticas: tareas domésticas, crianza, etc.
- b. El nivel de exigencias: a las mujeres se les exige el doble que a los hombres para demostrar su valía.
- c. Los estereotipos sociales: "las mujeres temen ocupar posiciones de poder", "a las mujeres no les interesa ocupar puestos de responsabilidad", "las mujeres no pueden afrontar situaciones difíciles que requieren actitudes de autoridad y poder". Éstos inciden en la carrera laboral de las mujeres, haciendo que se vuelvan inteligibles para puestos que requieren autoridad y ejercicio del poder. En algunos casos llegan a interiorizarlos como propios.
- d. La percepción que tienen de sí mismas las propias mujeres: la falta de modelos femeninos con quienes identificarse las lleva a sentir inseguridad y temor a fracasar.
- e. El principio de logro: cuando son consideradas para puestos secundarios y peores pagos o consideran que la carrera profesional es secundaria a su interés principal, entendida ésta última como la maternidad y/o el matrimonio.

f. Los ideales juveniles: puestos en cuestión al sentirse decepcionadas por los tiempos cambiantes. Las Innovadoras lo usaran como motor para insertarse en el mercado laboral. Las más tradicionales serán presas del techo de cristal. (Burin 2010)

Además, la autora agrega un término reciente, sujeto a las nuevas estructuras laborales, de las que las mujeres forman parte y acentúan la brecha en la división sexual del trabajo, estas son las “fronteras de cristal”, que están insertas en el marco de la globalización y la deslocalización de los puestos de trabajo hacia otros lugares o países. Mujeres que deben elegir entre la vida familiar y la profesional, bien porque el marido recibe una propuesta laboral en el extranjero y ella debe(ría) acompañarlo y abandonar sus posibilidades de crecimiento y ascenso o a la inversa, la propuesta de un mejor trabajo con un mejor salario en el extranjero es ofrecido a la mujer, pero no siempre el marido estará de acuerdo con renunciar a su trabajo y acompañarla. Por lo que la mujer es una vez más quien deberá elegir entre la familia o el trabajo. (Burin. 2008)

Por su parte Bourdieu expresa que incluso los hombres mejor intencionados, más de una vez excluyeron a las mujeres de puestos de autoridad sin siquiera plantárselo, reduciendo las reivindicaciones de ellas a un mero capricho, o bien reduciéndolas a su feminidad por alguna característica corporal, lo cual contribuye a desigualdad en la situación de las mujeres y que sumado, queda plasmado en *«las estadísticas de la escasísima representación femenina en las posiciones de poder, especialmente económico y político»* (Bourdieu. 1998. 45)

Los estereotipos, cuando son asignados no permiten objetividad como tampoco conocer la verdadera preparación que pueden tener las mujeres para determinados puestos.

Gilles Ménage en “Historia de las mujeres filósofas” del año 1690, escribe sobre la vida de 65 filósofas, que fuera de los roles de esposas o madres, fueron retratadas como protagonistas de la filosofía clásica. Escasamente conocidas, pero de gran importancia para la historia de la filosofía.

Una de ellas era Aspasia (470-410 a. C.) en la antigua Grecia, quien enseñó retórica a Pericles y a Sócrates además de filosofía. Era llamada «sofista», algo raro para su género

y considerada «maestra de elocuencia». Amante primero, luego esposa de Pericles, fue también poeta y muchos de sus versos fueron publicados por Heródico Cratecio.

En Francia, Olympe de Gouges, quien fue parte importante de la revolución francesa, traicionada por Robespierre, entregada al tribunal revolucionario y condenada a morir en la guillotina. Escribió la Declaración de los Derechos de la Mujer y de la Ciudadana en 1791, ya que la Declaración de los Derechos del Hombre de 1789, no incluía los derechos a la mujer.

En ocasiones, mujeres en mandos dirección o posiciones de poder, son caracterizadas como ambiciosas (con carga negativa) tiranas, de mal carácter, frías y en ocasiones se cita su actividad sexual como un parámetro que la define en su posición. En cambio, si hablan de modo suave o demuestran empatía y consideración con otros, se las acusa de no estar preparadas para un puesto de mando ya que no poseen autoridad o su sensibilidad no las dejará actuar con objetividad. No sucede así con sus pares masculinos, quienes son caracterizados como hombres fuertes de carácter firme y serenos, todas categorías masculinas que en un hombre dan valor y demuestran liderazgo, asimismo nunca su actividad sexual o sus emociones son un parámetro de medición para asignarlos en determinados cargos.

Las posiciones dominantes están en el terreno de la producción y circulación de bienes simbólicos, por lo que las mujeres se ven obligadas a pagar su elección con constante esfuerzo para satisfacer las exigencias sobre impuestas y expulsar todo tipo de connotación sexual, afirma María Antonia García de León, citada por Pierre Bourdieu en su mencionado libro. (Bourdieu. 1998)

Ser femenina es todo lo contrario a las propiedades viriles que representan la masculinidad, por lo que, para alcanzar cierta posición, una mujer tendría que poseer, además de lo que exige la descripción del puesto, un conjunto de propiedades como «*una estatura física, una voz o unas disposiciones como la agresividad, la seguridad, la “distancia respecto al papel”, la llamada autoridad natural, para las que los hombres han sido preparados en cuanto que hombres*». (Bourdieu. 1998. 47)

Por esto cree que el acceso al poder, pone a la mujer en una situación en que

*«si actúan igual que los hombres se exponen a perder los atributos obligados de la “feminidad” y ponen en cuestión el derecho natural de los*

*hombres a las posiciones de poder; si actúan como mujeres parecen incapaces e inadaptadas a la situación»*

(Bourdieu. 1998. 51)

Aquellas que se arriesgan a seguir adelante deben soportar bromas sexistas, reconoce Bourdieu y agrega que

*«las mujeres no tienen otra opción que la exclusión o la participación, por lo menos pasiva, para intentar integrarse, pero exponiéndose entonces a no poder volver a protestar si son víctimas del sexismo o del acoso sexual»*

(Bourdieu. 1998. 51)

### **La mujer y la televisión; la televisión como mercado**

Para abordar desde el punto de vista televisivo, el presente trabajo se enfoca en el análisis realizado en el libro “Sociedad y Medios Masivos” por Ulises Oliva donde plantea que gran parte de lo que sucede en la tv tiene su explicación fuera de ella.

Para entender este fenómeno el autor plantea dos puntos de vista, uno a nivel MACRO, que apunta a los condicionantes generales que atraviesan los medios que hacen que *«intervengan de determinada manera en los procesos de reproducción social»* (Oliva, 1999. 7) y uno a nivel MICRO en el que se explica parte de lo que acontece en la TV por factores particulares del quehacer cotidiano de la televisión. (Oliva, 1999)

Analizados por separado las explicaciones macro descuidan factores individuales, y las micro

*«suelen partir de ordenamientos estructurales dados o bien supuestos, como si te tratara de una serie de condicionamientos naturales y eternos, comunes a todos los seres humanos y/o a todas las épocas».*

(Oliva, 1999. 8).

Por esto es necesario analizar ambas variables de forma complementaria para una mejor comprensión de las problemáticas televisivas, -agrega- tanto por la naturaleza histórico-social de la TV, que surge como parte de un proceso general en el que intervienen distintos componentes y fuerzas sociales preexistentes. (Oliva, 1999. 8)

Garnham en Oliva (1999) sostiene que es imposible estudiar las prácticas culturales y su eficacia política en los sujetos, sin poner la debida atención en el modo en que los



mismos acceden a los recursos materiales o simbólicos que están «*estructuralmente determinados a través de las instituciones y los circuitos de producción, distribución y consumo cultural mercantilizado*» (Oliva, 1999. 10)

El autor utiliza dos variables, entender el fenómeno televisivo desde un punto de vista mercantil y de manera más global, entendida ésta como todo aquello que acontece por fuera de la TV pero que aun así la atraviesa.

Las macrovariables de programación influyen en las políticas de programación televisiva y se desarma en tres puntos: el modelo de reproducción material, la estructura político social y mediciones culturales y mentalidad de época.

Modelo de reproducción material: se explica en base a la «*forma específica de conformación económica que adquiere el modo de producción capitalista*» predominando en este contexto el de «*economías formales de mercado*». (Oliva, 1999. 21). Y entendiendo que el crecimiento económico no signifique igualdad de oportunidades para todos, la televisión no es ajena a este proceso social, resulta vital para entender la supervivencia económica de la misma ya que depende de la renta del espacio publicitario por parte de las empresas, y del otro lado, un consumo orientado hacia determinados productos.

Sobradas veces con alto grado de monopolización y subsidios estatales en formatos de propaganda, que de alguna forma interfieren en las políticas de programación ya que, tanto el medio como el anunciante necesita un público real frente a la pantalla que consuma tanto el producto televisivo como los bienes y servicios que vende su anunciante, para que la inversión valga y a su vez el medio subsista.

Estructura político social: el autor plantea factores que actúan sobre la *producción televisiva* y el sobre el *consumo televisivo*. La intervención estatal es una de las formas que utilizan los gobiernos para legitimarse a través de los medios, ya que – como señala el autor- la TV constituye un aparato ideológico importante. Participa como actor importante en la reproducción mediática, por medio de subsidios que le aseguran ingresos al medio y la garantía de la plena utilización del mismo para persuadir y legitimarse a sí mismos. (Oliva, 1999)

Tal como sucede con la estructuración a nivel social de clases, en los medios, que no están exentos, se generan igualmente grupos de poder y presión que actúan tanto sobre

el Estado como también en los mismos medios. Éstos están movilizados por intereses particulares buscando objetivos concretos. Uno de los grupos con mayor peso son las instituciones religiosas. (Oliva, 1999) Asimismo no debe descuidarse que

*«es a partir de estos condicionamientos indirectos que determinadas emisoras “eligen” unos contenidos y desechan otros y que, en forma velada, siempre el medio resulta un instrumento de algún tipo de interés más particular que general».*

(Oliva, 1999. 31)

Con este último punto podemos entender el tratamiento de ciertos temas tan diferentemente abordados entre uno y otro medio dependiendo de aquel *condicionamiento* planteado y de los beneficios político-económicos que jugarán en cada conglomerado mediático, asimismo, el texto no deja de mencionar que la estructuración político social asigna también un lugar para el hombre y la mujer en la división del trabajo.

Si bien por un lado hay un mayor acceso de la mujer en el mundo del trabajo, en algunos casos en niveles decisorios del sector productivo, al mismo tiempo y de forma paradójica, su imagen, no deja de estar excesivamente estereotipada en la televisión, a pesar del movimiento inclusivo. Este proceso se ve como una pretensión de estandarizar ciertos consumos como propios del género, es decir, programación, publicidades y canales enteramente dirigidos a un público femenino (Oliva, 1999)

*«Financiados por anunciantes específicos y dirigida a un público lo suficientemente restringido como para que dudemos de la relación directa y mecánica entre la situación de clase y la conformación estereotipada partir de la configuración programática de género».*

(Oliva, 1999. 33-34)

Y tal como sucede con las minorías, quienes tienden a recibir un trato acorde a las estructuras sociales por fuera de la TV, (Oliva, 1999. 35) las mujeres también son presas de estos tratos, siendo ambos, objeto de miradas y prejuicios, perseguidas por una moral eclesiástica.

*«Todas estas descripciones permiten valorar la importancia relativa de la estructura social sobre la producción y el consumo televisivo. La sociedad de los grupos de poder y la sociedad de las audiencias son una misma,*

*pertenecen a un mismo orden de movimiento, y en medio de ello las emisoras, a través de sus programaciones, procuran conciliar las diferencias para, de una manera distractiva, justificarlas y sostenerlas».*

(Oliva, 1999. 36)

Mediciones culturales y mentalidad de época: hace referencia a la primacía de la tradición en sociedades cada vez más interconectadas, la vinculación entre el orden de lo material con lo del orden ideológico se vuelve compleja, (Oliva, 1999) por este motivo, se desglosa en dos grupos de factores de orden temporal-cultural. Por un lado, los “distintos sistemas y aparatos de dominación” entre los que destaca el «*sistema de educación formal y al desarrollo y la aplicación tecnológica*», (Oliva, 1999. 37) los cuales tienen consecuencias en el orden cultural, en la atribución de los significados sociales.

Estos ejes tienen consecuencias en la sociedad desde el punto de vista de la atribución de significados por parte de los sujetos sociales. (Oliva, 1999) por lo que se desliga una complicidad disfrazada argumentando, por ejemplo, que la TV y la escuela serían contrarios uno de otro, pero que el

*«sistema de educación formal que en buena medida reproduce las relaciones sociales y pautas culturales dominantes, estableciendo prácticas que se ajustan a las reglas generales».*

(Oliva, 1999. 37-38)

Ambos aplican una acción coercitiva donde los resultados del desenvolvimiento dependerán de lo que se logre en la integración ideológica a la reproducción social. (Oliva, 1999)

En cuanto a los estados del ámbito público y la opinión pública refiere principalmente a los climas de opinión generados en la TV entre los que están aquellos que no se condicen con la intervención mediática, y por otro lado producciones que justifican o condenan determinados comportamientos sociales. (Oliva, 1999. 40)

Las microvariables comprenden: tipo de propiedad, tipo de emisión-recepción de la señal, tecnología e infraestructura, interacciones internas, interacciones externas y otros factores de relevancia.

Tipo de propiedad: los canales de propiedad Estatal que suelen generar contenido que se supone no están en los de índole privada, en pos de ser educativo o informativo. Suele ser una propuesta poco atractiva, pero con propaganda política, a favor de los intereses y conveniencias económicas. (Oliva, 1999)

Por otro lado, están las emisoras privadas que pueden conformar un grupo mediático, controlando otros medios como revistas, radios, diarios -y actualmente canales web-, que contribuyen a una mejor y mayor producción de programas. (Oliva, 1999)

Tipo de emisión-recepción de la señal: la programación televisiva también depende del tipo de emisión de señal. Mientras que los canales de aire poseen una programación amplia para los distintos segmentos de audiencias, los de cable en cambio cuentan programación más segmentada, porque por un lado tienen mayores posibilidades de identificar su público potencial, ofreciendo contenido específico. Al diferir las políticas de programación entre uno y otro caso, determina en parte *«el tipo de trabajo de producción, las características de los periodistas y conductores, las vinculaciones con empresas anunciantes, la cantidad de avisos»*. (Oliva, 1999. 43)

También existen modelos mixtos donde canales de aire integran paquetes de canales de cable. (Oliva, 1999)

Tecnología e infraestructura: la disponibilidad tecnológica y de infraestructura es crucial por tres cosas. Primero más equipamiento permite contar con todas las herramientas a la hora de realizar el trabajo de producción. Segundo mejor tecnología asegura calidad y tercero, el avance tecnológico permite acortar tiempos de producción, reduciendo de esta forma costos. (Oliva, 1999)

Interacciones internas: en relación al personal y los grados de conflictividad que se pueden generar debido a la multiplicidad de tareas, éstas pueden producir modificaciones en el contenido, debido a que en ocasiones las decisiones respecto a los trabajos, influye en la predisposición de los sujetos, que en busca de eficacia y eficiencia se generan competencias y rivalidades, por ende, ello puede alterar el resultado de la producción. (Oliva, 1999)

Interacciones externas: las interacciones externas son de tipo técnico-profesional y económico. En relación a esto se mencionan en el libro los convenios con productoras independientes para la producción de cierto número de programas a cambio de un pago por

los servicios, siempre que estos se equiparen en beneficios-calidad. Esto deja al canal mayor disponibilidad de recursos tanto humanos como económicos y técnicos. (Oliva, 1999)

En esa misma línea, las agencias publicitarias acuerdan económicamente colocar anuncios de clientes preferenciales disponiendo la renta de los espacios en favor de la emisora con la cual se pactó. (Oliva, 1999)

Otros factores de relevancia: el último factor hace referencia a la posición y trayectoria del canal y vinculado a eso la disposición de la audiencia para otorgarle credibilidad y/o calidad al medio, quedando así en ventaja competitiva con mayores posibilidades de innovación en cuanto al tratamiento de los contenidos. Después se encuentra la locación y cobertura geográfica, que permite a ciertos contenidos mayor visibilidad y más posibilidades que otros de salir en el medio.

Por el lado de las estrategias de programación se destaca en el apunte la política de investigación de mercados y audiencias y la planificación de plazos, esto posibilita actuar con mayor certeza sobre las modificaciones y planificaciones que se quieran implementar, siendo en algunas ocasiones ventajosas respecto a aquellas que no cuentan con dicho material.

Y por último la capacitación técnica requerida de los mismos trabajadores debido a la necesidad de formación sobre la innovación técnica, contribuye a la creatividad y estética del canal. (Oliva, 1999)

## **La mujer en la tv**

Catalogadas como el “sexo débil”, Bourdieu analiza el papel que ejercen las mujeres a veces en los estudios de televisión, donde sostiene que casi siempre están limitadas a funciones menores y frente a la pantalla:

*«les cuesta imponerse, imponer su palabra, y quedan relegadas a un papel contenido de “animadora” o de “presentadora”. Cuando participan en un debate público, tienen que luchar, permanentemente, para tomar la palabra y retener la atención, y la infravaloración que sufren es tanto más implacable en la medida en que no se ha inspirado en ninguna malquerencia*

*explícita, y se ejerce con la inocencia perfecta de la inconsciencia. Se les quita la palabra, se dirige al hombre, con absoluta buena fe, la respuesta a una pregunta inteligente que la mujer acaba de plantear (como si, como tal y por definición, ésta no pudiera proceder de una mujer)»*

Y agrega:

*«Esta especie de negación de la existencia les obliga seguramente a recurrir, para imponerse, a las armas de los débiles, que refuerzan los estereotipos: el estallido condenado a aparecer como capricho sin justificación o exhibición calificada inmediatamente de histérica; y la seducción, que, en la medida en que se basa en una forma de reconocimiento de la dominación, es muy adecuada para reforzar la relación establecida de dominación simbólica.»*

(Bourdieu 2000, 45)

*«Un estereotipo, implica la reducción de la persona a una serie de rasgos de carácter exagerados, generalmente negativos»* plantea Chris Barker en su libro “Televisión, globalización e identidades culturales” del año 1999 y en esa misma línea Meehan en Barker (1999) analizó estas formas de representar a la mujer en la televisión estadounidense, donde contaba el número y el tipo de representaciones de ella y a su vez los roles y el poder o ausencia del mismo, por parte de éstas en dichas representaciones. Así lo detalló la siguiente lista de estereotipos más comunes:

- *la «imp»*: rebelde, asexuada, marimacho;
- *la buena esposa*: doméstica, atractiva, centrada en el hogar;
- *la arpía*: agresiva, soltera,
- *la zorra*: sinuosa, mentirosa, manipuladora;
- *la víctima*: pasiva, objeto de violencias y blanco de accidentes;
- *la señuelo*: aparentemente desvalida, pero en realidad fuerte;
- *la sirena*: con sus mañas sexuales, lleva a los hombres a la perdición;
- *la cortesana*: frecuenta los salones, los cabarets, los prostíbulos;
- *la bruja*: tiene un poder extraordinario, pero está subordinada al hombre;
- *la matriarca*: autoridad en el ámbito familiar, mayor, asexuada.

(Barker, 1999)

Margaret Gallagher en Barker (1999) presenta el estudio de similares características sobre la mujer en los medios de comunicación estadounidenses, allí afirmó que la:

*«persistente imagen global de la mujer como un ser maniqueamente mercantilizado y estereotipado en términos de “buena” o “mala”».*

(Barker, 1999. 158)

Por otro lado, la investigación Krishnan y Dighe en Barker (1999), y llevada a cabo por (“Afirmación y negación: construcción de la feminidad en las televisiones indias” 1990), sobre la representación de la mujer en la tv india, verifica dos tendencias recurrentes

*«la afirmación y la negación; la afirmación de una definición limitada de la feminidad como pasiva y subordinada suele estar unida al hogar, al marido y a los hijos, mientras que se niega la creatividad, la actividad y la individualidad de la mujer, particularmente con relación al trabajo y a la esfera pública».*

(Barker, 1999. 158)

Posteriormente se detallan los diferentes papeles asignados tanto a hombres como a mujeres, donde los primeros aparecen mayormente como protagonistas y en variadas ocupaciones, por el contrario, entre las mujeres se destacaba el ama de casa sumisa:

### ***Personajes femeninos***

Sacrificados  
Dependientes  
Emotivos/sentimentales  
Deseos de agradar  
Definen el mundo a través de las relaciones  
Familiares  
Maternales

### ***Personajes masculinos***

Centrados en sí mismos  
Decididos  
Seguros de sí mismos  
Encuentran su lugar en el mundo  
Maquinadores  
Señoriales  
Dominantes

(Barker. 1999. 159)

En estos papeles es recurrente caracterizarla como esposa abnegada y madre que no tiene ideales propios y carece de sueños y personalidad, su vida gira en torno a su marido y lo acompañará en su búsqueda personal. Siempre pasiva ante el papel masculino activo. Por otro lado, están las mujeres desviadas de las normas, no se interesan por los lazos familiares ya que se rompen debido a sus ambiciones personales, tildadas de egoístas por no elegir la pasividad del hogar, la vida maternal y de esposa. (Barker, 1999. 169)

En relación a la negación Spivak en Barker (1999) señala que no puede olvidarse lo expresado en la investigación que realizada sobre el discurso colonial donde indica que *«los subalternos no pueden hablar»* y agrega *«no es que la mujer no pueda literalmente abrir la boca, sino que no hay posiciones de sujeto dentro del discurso del colonialismo que le permitan hablar. Está, así pues, condenada al silencio»* (Barker, 1999. 173)

### **La sujeta objeto**

En la televisión, la mujer es una mercancía más a la cual, además se le vende objetos, ideas y representaciones de aquello que deben ser. En relaciona esto, Winship en Barker (1999) aclara que:

*«al abordarnos en nuestros caracteres privados, los anuncios nos venden, como mujeres, no sólo mercancías, sino también la relación personal en la que nosotras somos femeninas: cómo somos/deberíamos ser/podemos ser cierta mujer femenina, cuyos atributos con relación a los hombres y a la familia derivan del empleo de estas mercancías [...] una mujer no es más que las mercancías que porta: el lápiz de labios, las medias, la ropa, etcétera, son la “mujer”».*

(Barker, 1999. 161)

Otra representación sobre el “deber ser” de la mujer y su feminidad es sobre los cuerpos, un culto a la esbeltez y la juventud que no aplica a sus pares masculinos. Una invasión publicitaria de productos bajos en grasa, sin azúcar, que condicionan los consumos alimenticios asociando comer sano con la flaqueza. Todo ello acompañado por prendas de medidas pequeñas e irreales a las cuales la mujer debe aspirar a llegar. Sobre ello Barker acota que:



*«Los anuncios ponen en el disparadero el aumento de peso, la gordura o la flaccidez, acompañados de la deseabilidad de unos estómagos planos y del tratamiento de la celulitis»*

(Barker. 1999. 171)

Por supuesto la televisión no es ajena a esta visión, por lo que la acompaña y perpetua con publicidades dirigidas a las mujeres y su cuerpo -alimentos para bajar de peso y la constipación, maquillajes, ropa por citar algunos-, pero ningún comercial de cerveza está dirigido a mujeres. También acentúa con las mujeres que presenta en la pantalla, jóvenes, esbeltas, delgadas, pero sus pares masculinos no deben cumplir necesariamente con los mismos requisitos, ya que la edad y el peso no les son impuestos como condicionante.

De esta forma el cuerpo delgado se vuelve un condicionante del “ser femenino” y las desviaciones serán denostadas ante la pantalla.

Otra forma de mostrar a la mujer es la figura de la «La madre independiente» que el autor ve como parte de los cambios sociales de las representaciones, aquí surge esta nueva idealización de la mujer madre-trabajadora, más independiente y menos domesticada (Barker. 1999. 172).

Pero lo que el autor no plantea, pero forma parte de la concepción de la mujer y los estereotipos con los que carga, es la ausencia de la figura paterna en las tareas de cuidado de los hijos ni los quehaceres del hogar. En estas representaciones surgen las mujeres “pulpo” que son capaces de hacer todo, las tareas del hogar, criar a los hijos, llevarlos a sus actividades, limpiar la casa y cocinar para un marido igualmente trabajador pero incapaz de realizar las mismas tareas, incluso esta ausente en la crianza de los hijos. Estas mujeres “superpoderosas” hacen todo porque pueden, lo único que no pueden hacer es demostrar hastío o cansancio, porque entonces no quiere lo suficiente a su familia o el mundo del trabajo la supera y si la supera, no está a la altura de hacerlo.

Otro dato importante a destacar por parte de Barker, son las caracterizaciones de la mujer en las «*Esposas de Bollywood*». Aquí las mujeres representan las virtudes de la castidad, la abnegación y la paciencia manteniéndose dentro de los límites tradicionales aun a pesar de las adversidades, siempre perdonando y sometiendo a los roles tradicionales de la sumisión.

Y por otro lado el castigo o la mala fortuna de aquellas mujeres que osan enfrentar las normas, como ser desenvuelta o no dejarse maltratar por los hombres, lo que está visto como un acto de egoísmo y ambición, perdiendo todo. Los periplos por

los que la llevan sus actos desencadenan situaciones que la harán querer volver a la tradición y restablecer el orden natural de las cosas. (Barker, 1999. 174-175)

No hay que dejar de ver que estos conceptos de “orden natural” o virtuosidad de la mujer, sirven para fijar modelos ideales que se condicionan con la sociedad y la ideología dominante de la época, enviando un mensaje evangelizador sobre aquellas que pretendan salir de los parámetros establecidos o desafíen el status quo de un país o una cultura dada, mostrando todo lo malo que puede pasarle. Y que solo se puede ser feliz siguiendo las normas.

Estas formas de sometimiento y abnegación de la mujer son constantemente reforzadas por los medios masivos de comunicación, como por la industria del cine y del entretenimiento. No hay que olvidar que los medios son un importante aparato ideológico.

## **METODOLOGÍA**

**Tipo de investigación:** exploración descriptiva con triangulación cuantitativa-cualitativa

**Universo de análisis:** programación televisiva de canales de codificación por cable de alcance nacional

**Unidades de análisis:** programación de los canales C5N (Indalo), América TV (Grupo América) y TN (Grupo Clarín)

**Técnica:** muestreo a intervalos

**Intervalos de muestra:**

Progresión 1: AMERICA TV, del 24 al 28 de junio, lunes a viernes de 9 a 00.

Progresión 2: TODO NOTICIAS del 1 al 5 de julio, lunes a viernes de 9 a 00.

Progresión 3: C5N del 8 al 12 de julio, lunes a viernes de 9 a 00.

La muestra se registró durante 3 semanas entre junio y julio de 2019, correspondiendo una semana a cada canal, permitiendo tomar el desarrollo de un día completo de programación diaria desde las 9 am hasta las 00:00 comenzando el lunes y finalizando el día viernes, con un total 34 de horas de grabación. Las diferentes progresiones asignadas abarcan una hora de cada programa, si bien en algunos casos los programas duran más de una hora, a los fines de la exploración se entendió como suficiente la muestra seleccionada para la ponderación de datos. Esto igualmente deja afuera a sujetos que no llegan a desarrollar información, su ausencia no modifica los resultados finales, ya que en algunos casos acentúa los mismos.

**Tiempos de la muestra:** contabilizado en segundos

Tiempos de exposición: Sujeto exclusivo de cada sujeto y compartido con otro sujeto

Tiempos de diálogos: exclusivo. No se consideran PNT, ni publicidades.

**VARIABLES CUANTITATIVAS:**

Tiempo de exposición en pantalla

Cantidad de hombres y mujeres en pantalla

**Variables cualitativas:**

Géneros televisivos

Contenidos televisivos

Roles

Tipo de participación en programas: staff, invitados, comunicaciones telefónicas y participaciones eventuales. (\*)

(\*) **Staff:** sujetos con presencia permanente en el programa. **Invitados** personas que asisten al piso para ser entrevistados sobre algún tema en particular. **Comunicaciones telefónicas**, refieren a invitados que, si bien no están en piso, tienen una exposición importante en los programas, ya que fueron contactados para hablar de temas específicos. **Presencias especiales**, refieren al staff, pero no trabajan en cámara, sino detrás, estos son operadores de cámara, técnicos y parte de la producción.

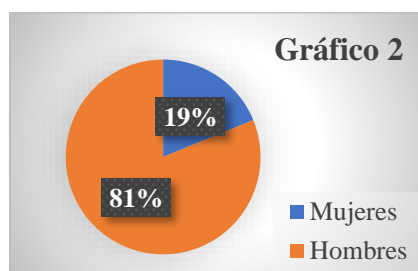
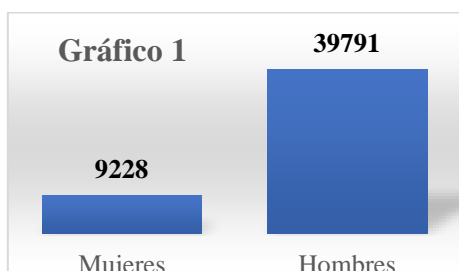
## **DESARROLLO DEL TRABAJO**

## SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

### A) TIEMPO DE EXPOSICIÓN EN PANTALLA MUJERES/HOMBRES. TODOS LOS CANALES.

#### A.1 EXPOSICIÓN EXCLUSIVA

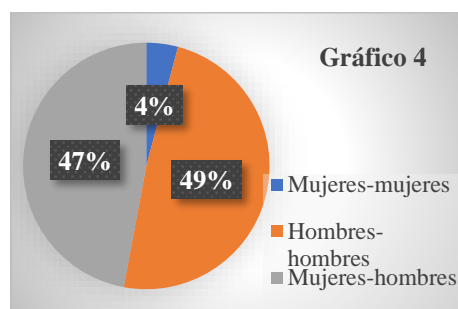
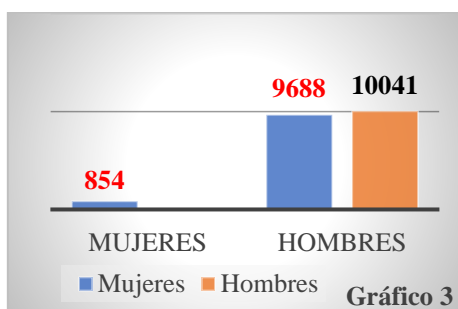
En el caso del tiempo de exposición exclusiva en pantalla dependiendo si se trate de mujeres y hombres, puede verificarse que, según la muestra, el 81% del tiempo en pantalla es ocupado por hombres y sólo el 19% es ocupado por mujeres.



Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de exposición en pantalla de mujeres y hombres de forma **exclusiva** incluyendo los tres canales de la muestra, de los tres segmentos horarios, de ambos géneros televisivos y la participación total de staff e invitados.

#### A.2 EXPOSICIÓN COMPARTIDA

En cuanto al tiempo de exposición compartida en pantalla sobre el total de la muestra, el 49% del tiempo en pantalla es ocupado por hombres con otros hombres, el 47% es ocupado por hombres y mujeres y sólo el 4% es ocupado por mujeres con otras mujeres.



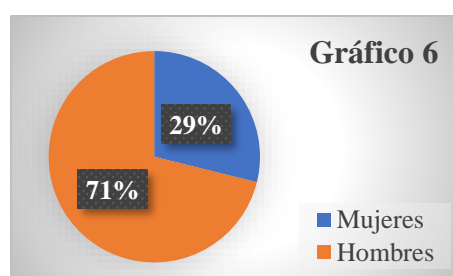
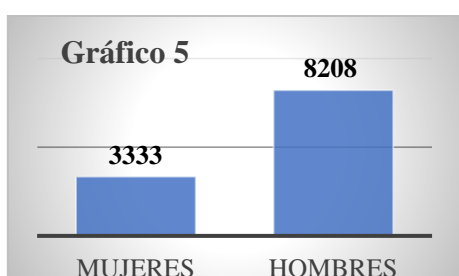
Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de exposición en pantalla de mujeres y hombres de forma **compartida** incluyendo los tres canales de la muestra, de las tres franjas horarias, de ambos géneros televisivos y la participación total de staff e invitados.

## B) TIEMPO DE EXPOSICIÓN EN PANTALLA MUJERES/ HOMBRES. POR CANAL.

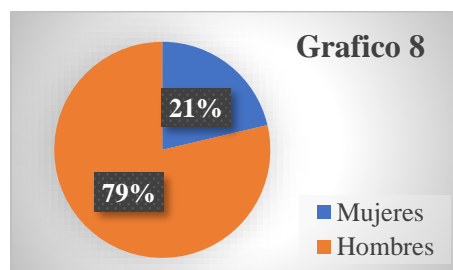
### B.1 EXPOSICIÓN EXCLUSIVA

Como puede observarse, de los canales abordados para la muestra AMÉRICA expone una brecha menor en el tiempo asignado a hombres y mujeres en exposición exclusiva (71% y 29 % respectivamente); en el caso de TN la brecha apenas sube (79% y 21 % para cada uno); en tanto en C5N aparece la mayor brecha (89% para hombres y 11% para mujeres).

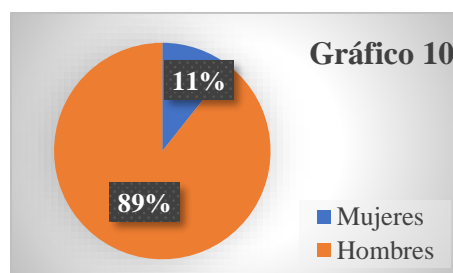
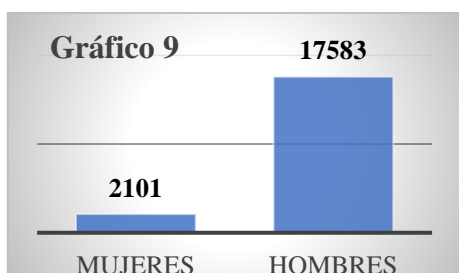
#### B.1.1 CANAL AMERICA



#### B.1.2 CANAL TODO NOTICIAS



#### B.1.3 CANAL C5N



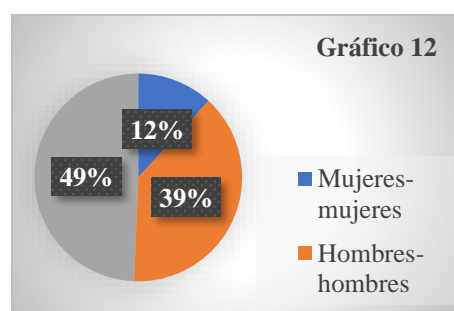
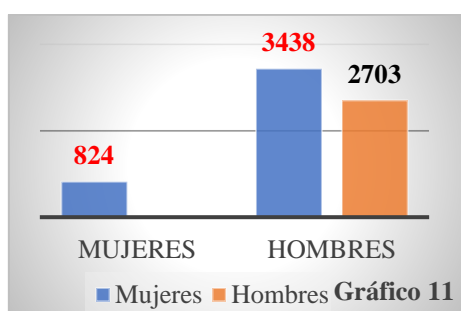
Los datos de los gráficos corresponden a la exposición expresada en segundos de hombres y mujeres de forma exclusiva sobre el total de la muestra de cada uno de los canales, incluyendo las tres franjas horarias, ambos géneros televisivos y el total de los participantes tanto staff como invitados.



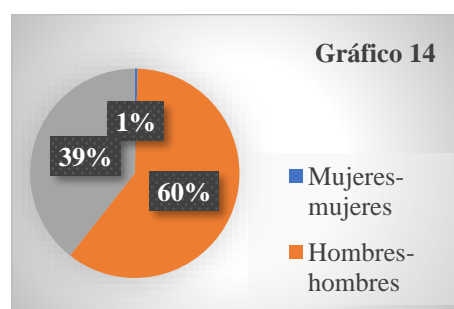
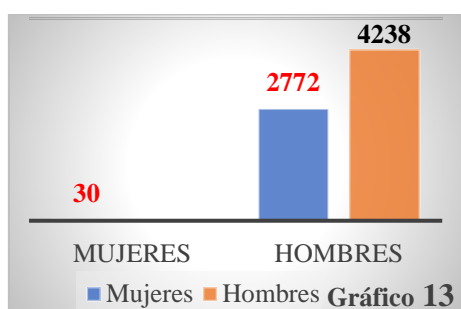
## B.2 EXPOSICIÓN COMPARTIDA

En relación a los tiempos de exposición asignado a hombres y mujeres de forma compartida, el canal AMÉRICA expone una alta participación mixta (49% mixto, 39% solo hombres y 12% solo mujeres); en el caso de TN la mayor participación compartida se da entre hombres (60% solo hombres, 39% mixto y solo 1 % solo mujeres); en tanto en C5N no existe participación entre mujeres exclusivamente (53% mixto y 47% entre hombres).

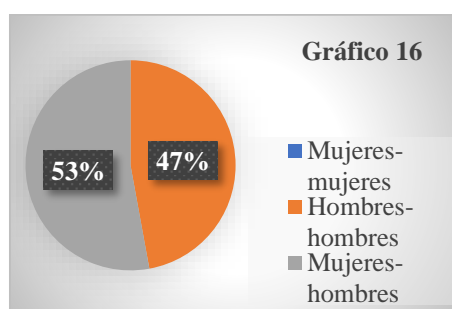
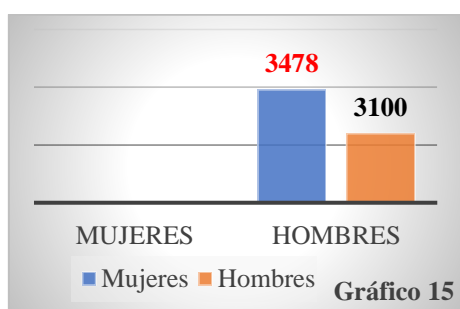
### B.2.1 CANAL AMERICA



### B.2.2 CANAL TODO NOTICIAS



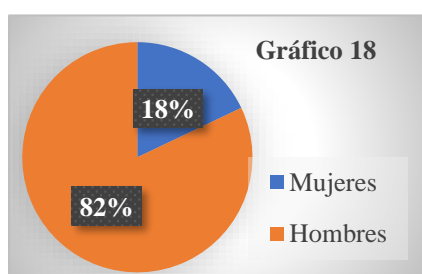
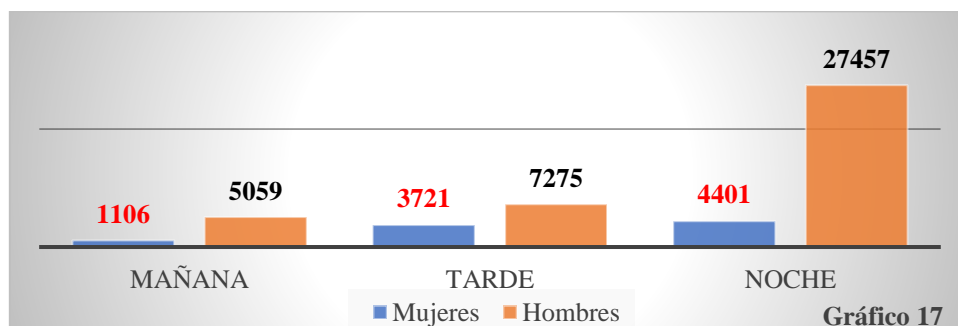
### B.2.3 CANAL C5N



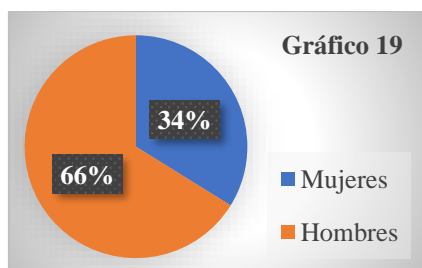
Los datos de los gráficos corresponden a la exposición expresada en segundos de hombres y mujeres de forma compartida sobre el total de la muestra de cada uno de los canales, incluyendo los tres segmentos horarios, ambos géneros televisivos y el total de los participantes tanto staff como invitados.

**C) TIEMPO DE EXPOSICIÓN EN PANTALLA MUJERES/HOMBRES POR SEGMENTO HORARIO. TODOS LOS CANALES.**

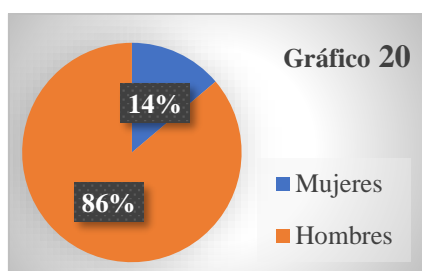
Ya en la variable de segmentación horaria, si bien continúa observándose una notable brecha en los tiempos asignados para hombres y mujeres, esta amplitud se profundiza aún más en el horario nocturno.



Segmento horario mañana



Segmento horario tarde



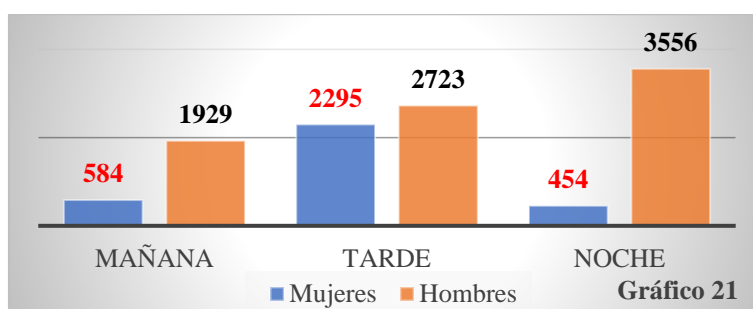
Segmento horario noche

Los datos de los gráficos corresponden a la exposición expresada en segundos de hombres y mujeres de forma exclusiva sobre el total de la muestra de cada uno de los canales, distinguiendo por segmento horario, incluyendo ambos géneros televisivos y el total de los participantes tanto staff como invitados.

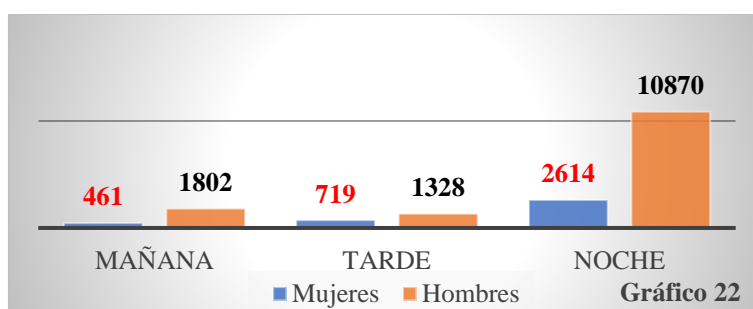
## D) TIEMPO DE EXPOSICIÓN EN PANTALLA MUJERES/HOMBRES POR SEGMENTO HORARIO. POR CANAL.

En el caso de los canales tomados individualmente la muestra estaría indicando que todos los canales profundizan la brecha en los tiempos asignados para hombres y mujeres en el horario nocturno. AMÉRICA y TODO NOTICIAS asignan una mayor paridad en el horario de la tarde. C5N mantiene la brecha en todos los horarios.

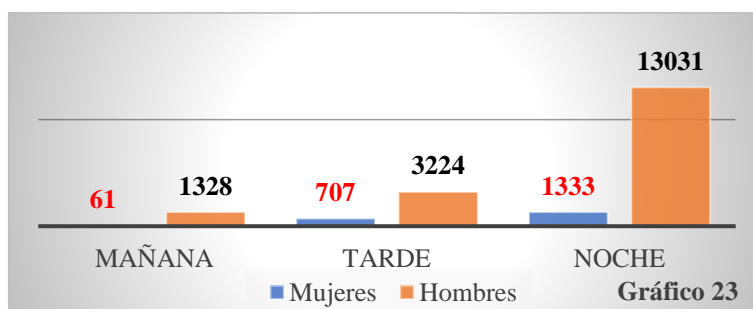
### D.1 CANAL AMERICA



### D.2 CANAL TODO NOTICIAS



### D.3 CANAL C5N

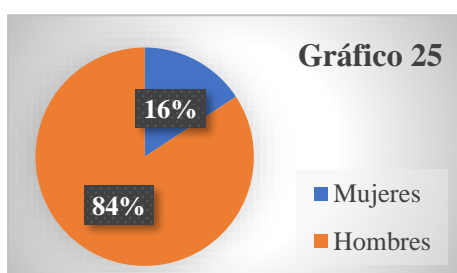
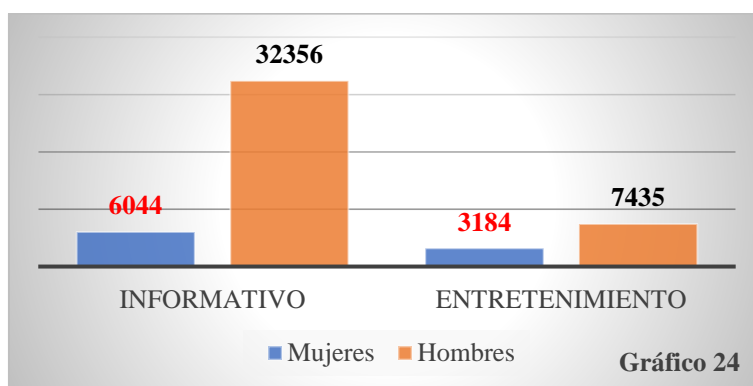


Los datos de los gráficos corresponden a la exposición expresada en segundos de hombres y mujeres de forma exclusiva sobre el total de la muestra por cada uno de los canales, distinguiendo por segmento horario, incluyendo ambos géneros televisivos y el total de los participantes tanto staff como invitados.

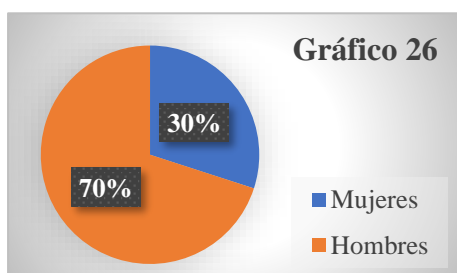
## E) TIEMPO DE EXPOSICIÓN EN PANTALLA MUJERES/HOMBRES POR GENERO TELEVISIVO. TODOS LOS CANALES.

En el caso de la distinción por género televisivo, hay una notoria predominancia masculina en los informativos, disminuyendo la brecha cuando se trata del género entretenimiento.

### E.1. GENERO INFORMATIVO/ ENTRETENIMIENTO



Porcentaje de tiempo de exposición de hombres y mujeres en el Género informativo.



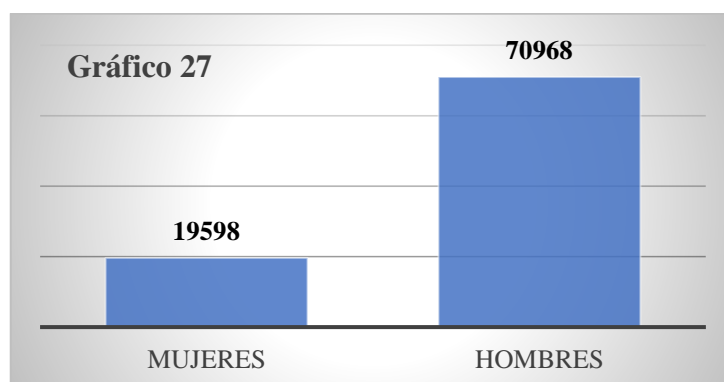
Porcentaje de tiempo de exposición de hombres y mujeres en el Género entretenimiento.

Los datos de los gráficos corresponden a la exposición expresada en segundos de hombres y mujeres de forma exclusiva sobre el total de la muestra sobre el total de los canales, distinguiendo por género televisivo, incluyendo todos los segmentos horarios y el total de los participantes tanto staff como invitados.

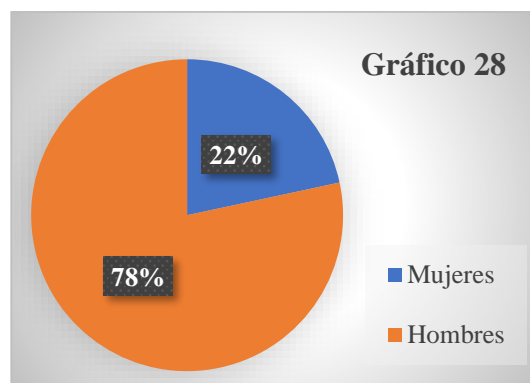
## F) TIEMPOS DE DIALOGOS DE MUJERES/HOMBRES EN LA PANTALLA TELEVISIVA. TODOS LOS CANALES.

Aquí puede verificarse la constante también en la participación dialógica en los tres canales y en ambos géneros televisivos, con porcentajes que se mantienen constantes, siempre teniendo como referencia la muestra construida.

Tiempo de diálogos de mujeres y hombres del total de la muestra



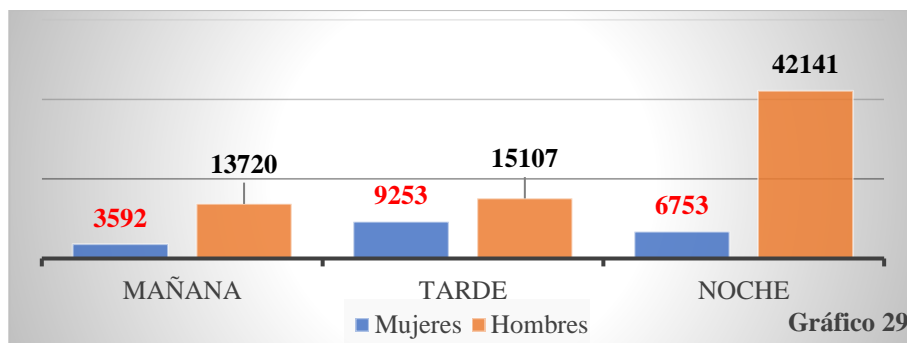
Porcentaje de los tiempos de diálogos de mujeres y hombres del total de la muestra



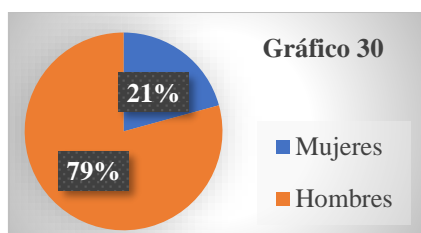
Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de diálogos de mujeres y hombres, expresados en segundos, al momento de presentar noticias/columnas y/o cualquier tipo de intervención, del total del staff e invitados de los tres canales de la muestra de ambos géneros televisivos y de los tres segmentos horarios sobre el total de la muestra.

**G) TIEMPOS DE DIALOGOS DE MUJERES/HOMBRES EN LA PANTALLA TELEVISIVA POR SEGMENTO HORARIO. TODOS LOS CANALES.**

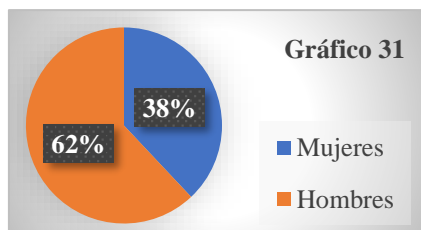
En este caso se puede observar que el horario nocturno profundiza la brecha en cuanto al tiempo asignado para hombres y mujeres.



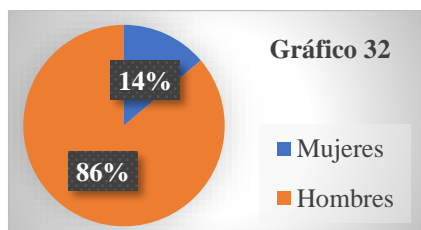
Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de diálogos de mujeres y hombres expresados en segundos, al momento de presentar noticias/columnas y/o cualquier tipo de intervención, según segmento horario, incluyendo los tres canales de la muestra de ambos géneros televisivos y la totalidad de staff e invitados.



Segmento horario mañana



Segmento horario tarde



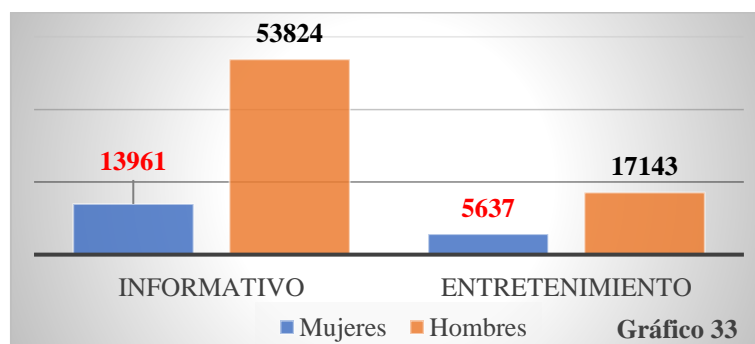
Segmento horario noche

Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de diálogos expresada en segundos de mujeres y hombres, al momento de presentar noticias/columnas y/o cualquier tipo de intervención, distinguiendo por segmento horario, incluyendo los tres canales, ambos géneros televisivos, el total de los participantes tanto staff como invitados.

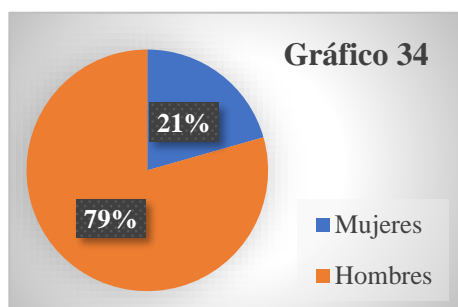
## G. 1. TIEMPOS DE DIALOGOS DE MUJERES/HOMBRES EN LA PANTALLA TELEVISIVA POR GENERO TELEVISIVO TODOS LOS CANALES

Es posible notar que la brecha en cuestión se acentúa, tomando el total de canales y teniendo en cuenta los dos géneros, en los informativos.

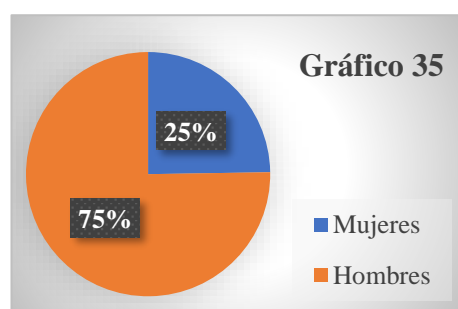
Tiempos de diálogos según géneros televisivos del total de la muestra.



Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de diálogos de mujeres y hombres expresados en segundos, al momento de presentar noticias/columnas y/o cualquier tipo de intervención, según géneros televisivos incluyendo los tres canales de la muestra, los tres segmentos horarios y la totalidad de staff e invitados.



Porcentaje de tiempo de diálogos de hombres y mujeres en el género informativo.



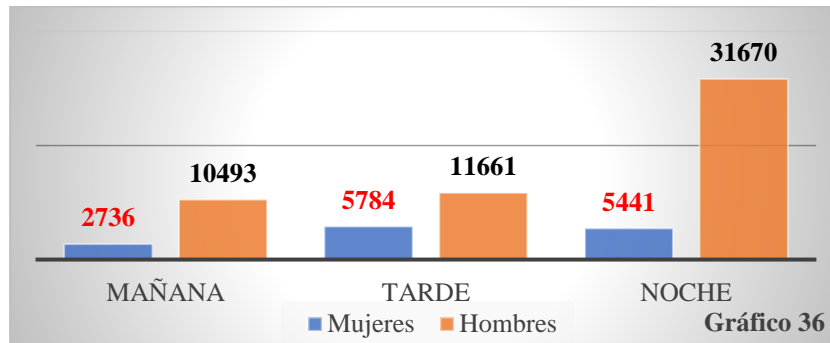
Porcentaje de tiempo de diálogos de hombres y mujeres en el género entretenimiento.

Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de diálogos expresados en segundos de mujeres y hombres, al momento de presentar noticias/columnas y/o cualquier tipo de intervención, distinguiendo por género televisivo, incluyendo los tres canales, los tres segmentos horarios, el total de los participantes tanto staff como invitados.

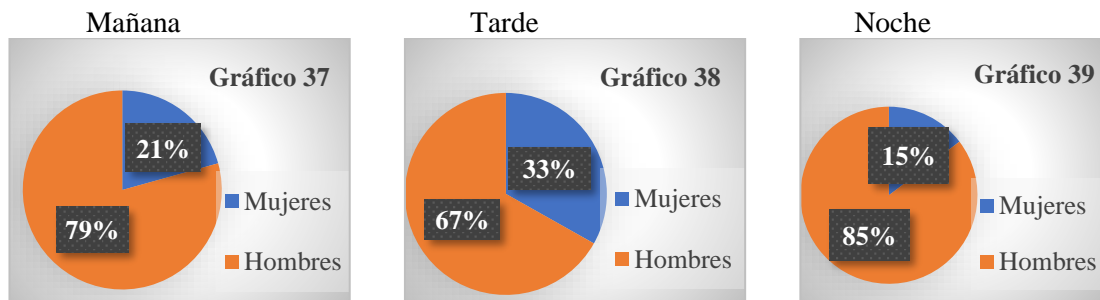
## G. 2. TIEMPOS DE DIALOGOS DE MUJERES/HOMBRES EN LA PANTALLA TELEVISIVA POR GENERO TELEVISIVO Y SEGMENTO HORARIO. TODOS LOS CANALES

### G.2.1 SEGMENTO HORARIO DEL GENERO INFORMATIVO

Tiempo de diálogos según género informativo por segmento horario



Porcentajes de los tiempos de diálogos del género informativo según segmento horario

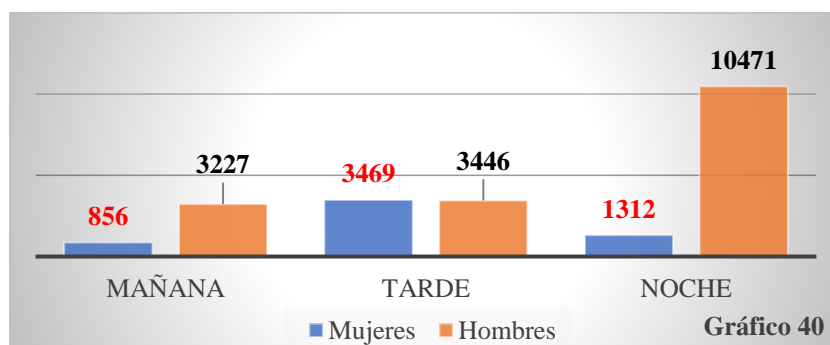


Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de diálogos expresados en segundos de mujeres y hombres, al momento de presentar noticias/columnas y/o cualquier tipo de intervención, distinguiendo por género informativo y segmento horario, incluyendo los tres canales, el total de los participantes tanto staff como invitados.

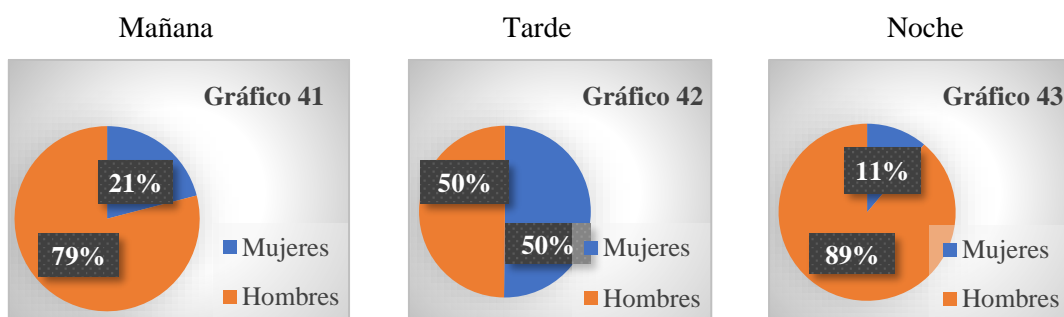


## G.2.1 SEGMENTO HORARIO DEL GENERO ENTRETENIMIENTO

Tiempo de diálogos según género entretenimiento por segmento horario



Porcentajes de los tiempos de diálogos del género entretenimiento según segmento horario



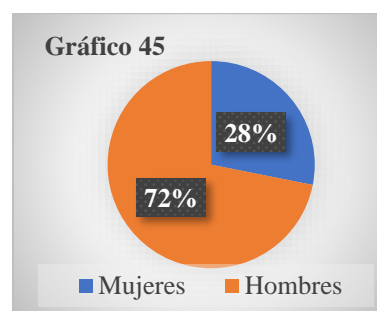
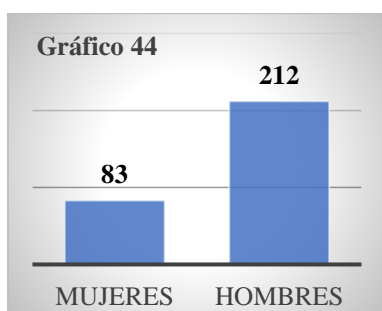
Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de diálogos de mujeres y hombres, expresados en segundos, al momento de presentar noticias/columnas y/o cualquier tipo de intervención, distinguiendo por género entretenimiento y segmento horario, incluyendo los tres canales, el total de los participantes tanto staff como invitados.

## H) CANTIDAD DE MUJERES Y HOMBRES EN LA PANTALLA TELEVISIVA. TODOS LOS CANALES.

(Incluye los tres canales seleccionados en la muestra -América, TN y C5N-, las tres franjas horarias -mañana, tarde y noche- ambos géneros televisivos -informativo, entretenimiento- y todos los sujetos del staff, invitados en piso, comunicaciones telefónicas, que si bien no están en piso tienen presencia televisiva importante, y presencias eventuales, que forman parte del staff, pero corresponden a labores de producción, cámara y técnica, por lo que no aparecen en pantalla con regularidad).

En cuanto a la cantidad de mujeres y hombres que aparecen en pantalla tomando todos los totales de segmentación, géneros y canales, la muestra evidencia una notable brecha entre unos y otras. Ya en la discriminación por segmento horario y por género, la tendencia se mantiene, con un ligero achicamiento en el horario vespertino.

Cantidad total de mujeres y hombres en la pantalla televisiva del total en la muestra

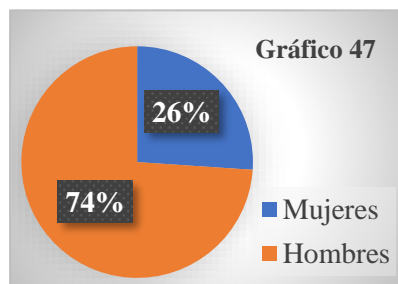
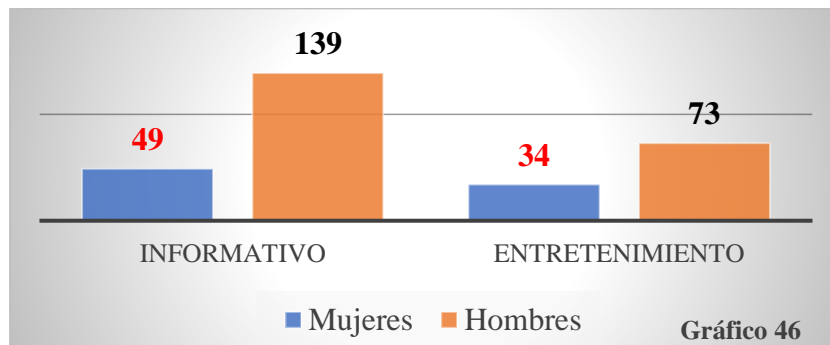


Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad total de mujeres y hombres en pantalla incluyendo los tres canales de la muestra de ambos géneros televisivos, de los tres segmentos horarios y la totalidad del staff e invitados.

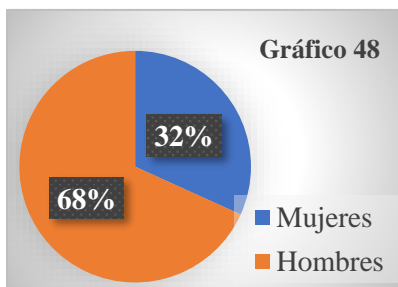
## H.1. CANTIDAD DE MUJERES Y HOMBRES EN LA PANTALLA TELEVISIVA POR GENERO TELEVISIVO. TODOS LOS CANALES.

En el caso de una segmentación por géneros televisivos, se puede observar que el informativo profundiza la brecha en cuanto la cantidad de hombres en pantalla en relación a la cantidad de mujeres, disminuyendo esta brecha en el género entretenimiento.

Cantidad total de mujeres y hombres en pantalla por género televisivo



Porcentaje de la cantidad de hombres y mujeres en el género informativo.



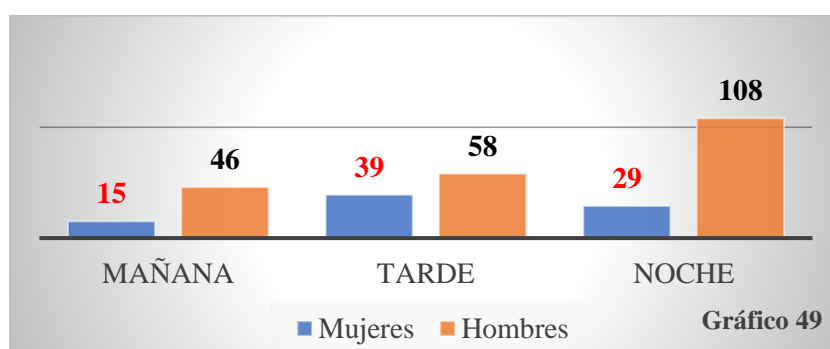
Porcentaje de la cantidad de hombres y mujeres en el género entretenimiento.

Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad total de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según género televisivo, incluyendo los tres canales de la muestra, los tres segmentos horarios y la totalidad del staff e invitados.

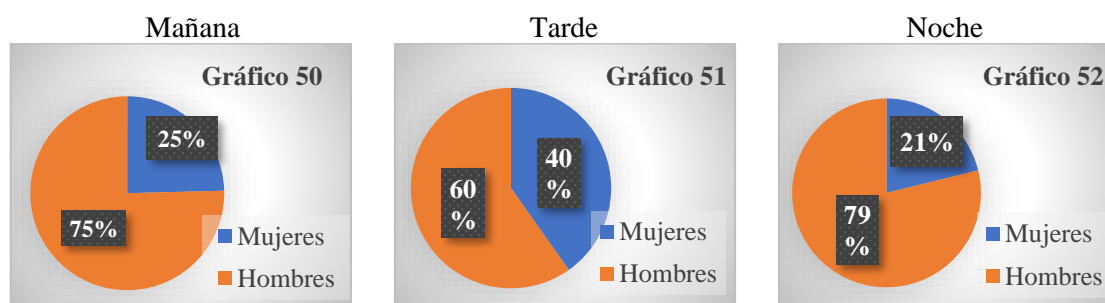
## H.1. CANTIDAD DE MUJERES Y HOMBRES EN LA PANTALLA TELEVISIVA POR SEGMENTO HORARIO. TODOS LOS CANALES.

Si por caso se realiza una segmentación horaria, se puede observar que la cantidad de hombres en la pantalla va de forma ascendente desde la mañana llegando a su pico por la noche. En cambio, las mujeres tienen su pico máximo en el horario de la tarde, disminuyendo al mínimo la brecha y a la inversa en el segmento nocturno con una gran diferencia con respecto a la presencia masculina en la pantalla.

Cantidad de mujeres y hombres en pantalla por segmento horario



Porcentaje Cantidad de mujeres y hombres en pantalla por segmento horario

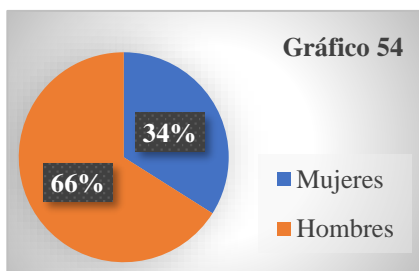
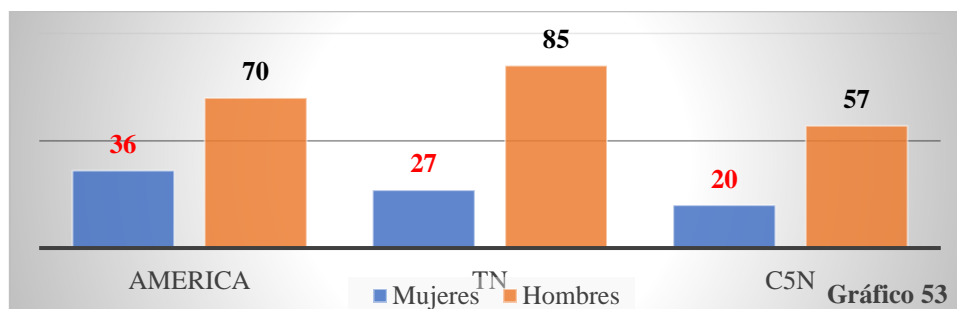


Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad total de mujeres y hombres en pantalla según segmento horario, incluyendo los tres canales de la muestra de ambos géneros televisivos y la totalidad del staff e invitados.

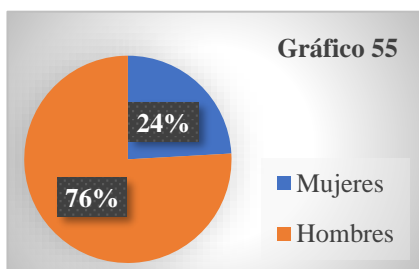
## I) CANTIDAD DE MUJERES/HOMBRES EN LA PANTALLA TELEVISIVA. POR CANAL

En la discriminación por canales, TODO NOTICIAS y C5N parecen mostrar una mayor brecha en la cantidad de hombres y mujeres que aparecen en pantalla.

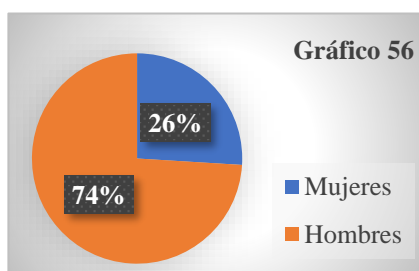
Cantidad de mujeres y hombres en pantalla por cada uno de los canales



Porcentaje de la cantidad de mujeres y hombres en pantalla del canal América



Porcentaje de la cantidad de mujeres y hombres en pantalla del canal TN



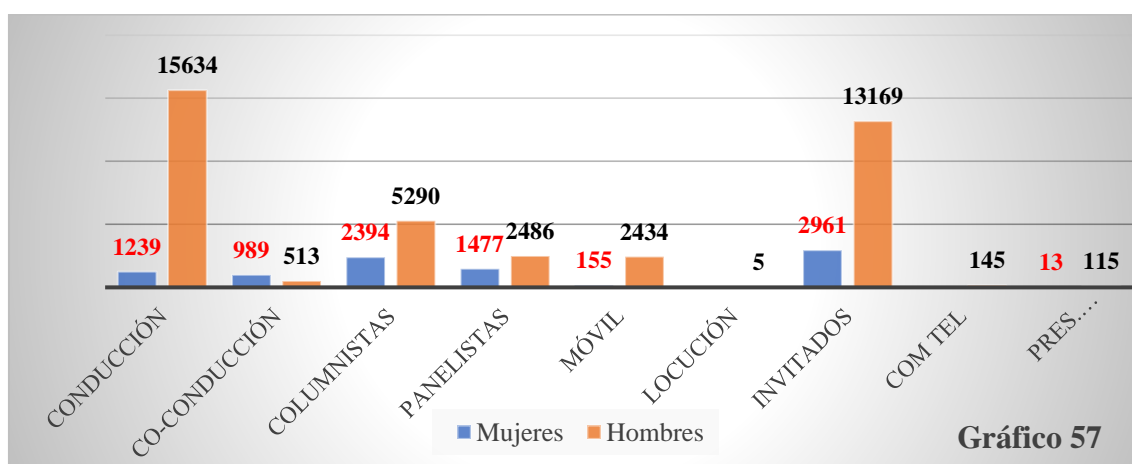
Porcentaje de la cantidad de mujeres y hombres en pantalla del canal C5N

Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad total de mujeres y hombres en pantalla según cada uno de los canales de la muestra, incluyendo los tres segmentos horarios, ambos géneros televisivos y la totalidad del staff e invitados.

## J) ROLES TELEVISIVOS DESEMPEÑADOS POR LOS SUJETOS FRENTE A LA CAMARA TELEVISIVA

### J. 1. TIEMPO DE EXPOSICIÓN EN PANTALLA MUJERES/HOMBRES POR ROLES. TODOS LOS CANALES.

Teniendo en cuenta el cruce entre la variable de roles desempeñados en pantalla y tiempo de exposición en pantalla, puede observarse una tendencia constante, aunque con notorias brechas en los roles de conducción, invitados y columnistas.



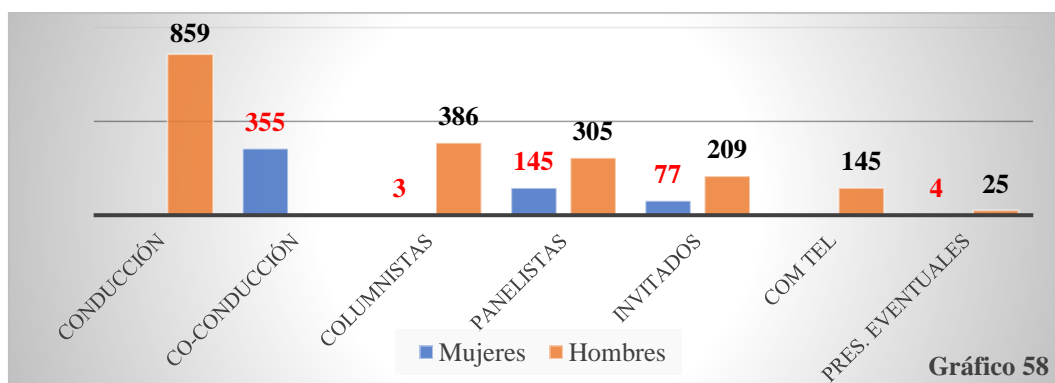
Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de exposición de hombres y mujeres en cada uno de los roles ejercidos, incluyendo los tres canales de la muestra, los tres segmentos horarios, ambos géneros televisivos y el total de los participantes tanto staff como invitados, expresada en segundos.

### J.2. TIEMPO DE EXPOSICIÓN EN PANTALLA MUJERES/HOMBRES POR ROLES. POR CANAL Y SEGMENTO HORARIO.

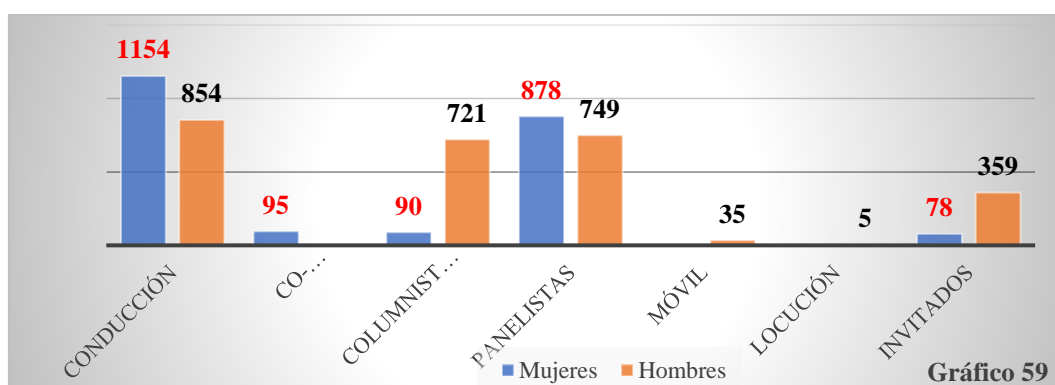
Teniendo en cuenta la distinción por canales y segmentos horarios, sobresalen algunos datos. En el segmento vespertino en canal AMÉRICA aparece el tiempo de mujeres en la conducción y los paneles por sobre el tiempo de exposición de hombres. También se verifica una mayor cantidad de tiempo asignado a mujeres en esa franja horaria en TODO NOTICIAS para el rol de columnista. En C5N, sin embargo, se mantiene la brecha como una constante.

## J.2.1. CANAL AMERICA

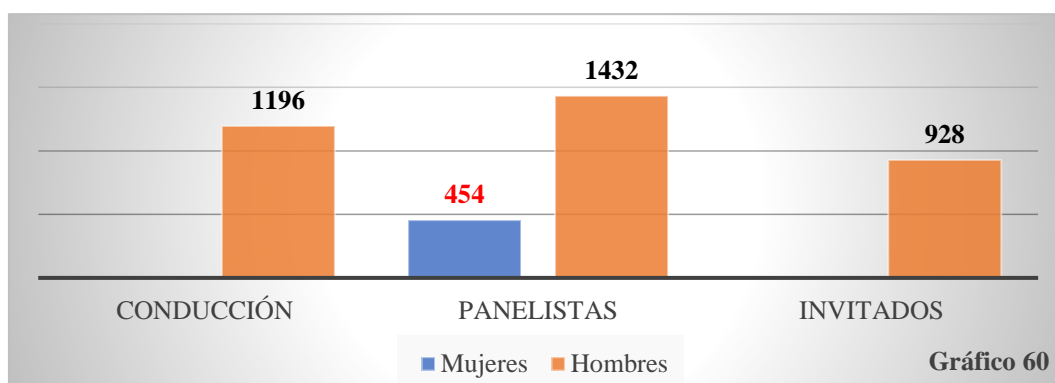
Tiempos de exposición en pantalla de mujeres y hombres del segmento matutino.



Tiempos de exposición en pantalla de mujeres y hombres del segmento vespertino.



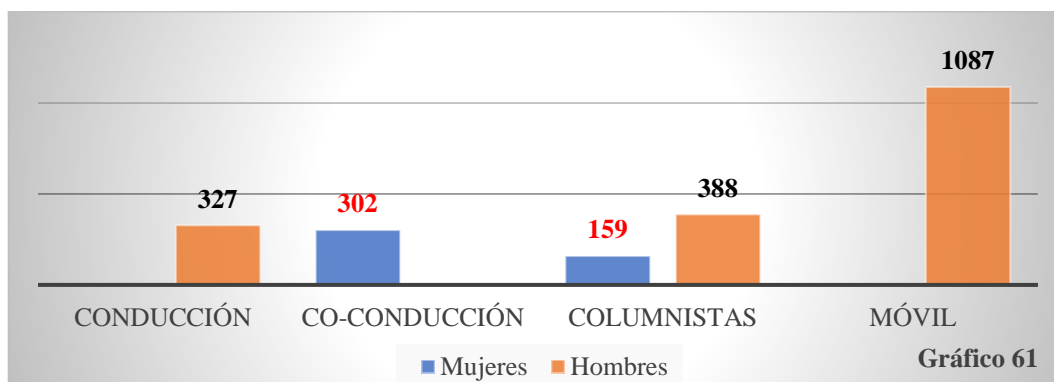
Tiempos de exposición en pantalla de mujeres y hombres del segmento nocturno.



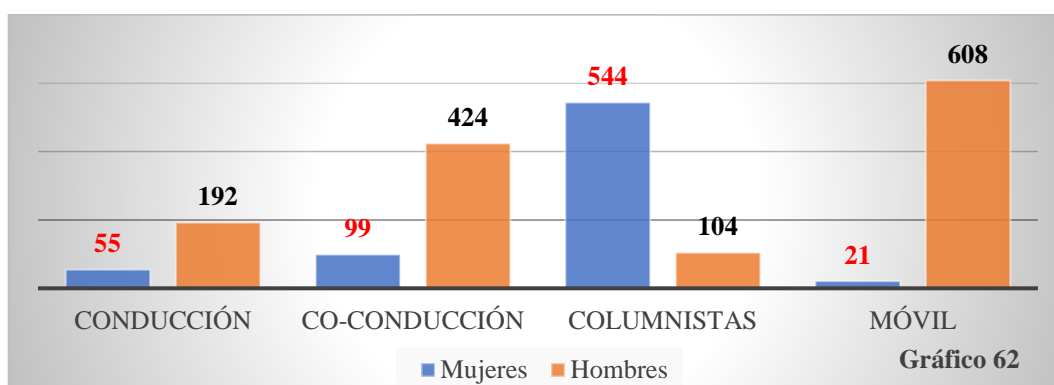
Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de exposición, expresada en segundos, de hombres y mujeres en cada uno de los roles ejercidos exclusivamente en el canal América, incluyendo, los tres segmentos horarios, ambos géneros televisivos y el total de los participantes tanto staff como invitados.

## J.2.2. CANAL TODO NOTICIAS

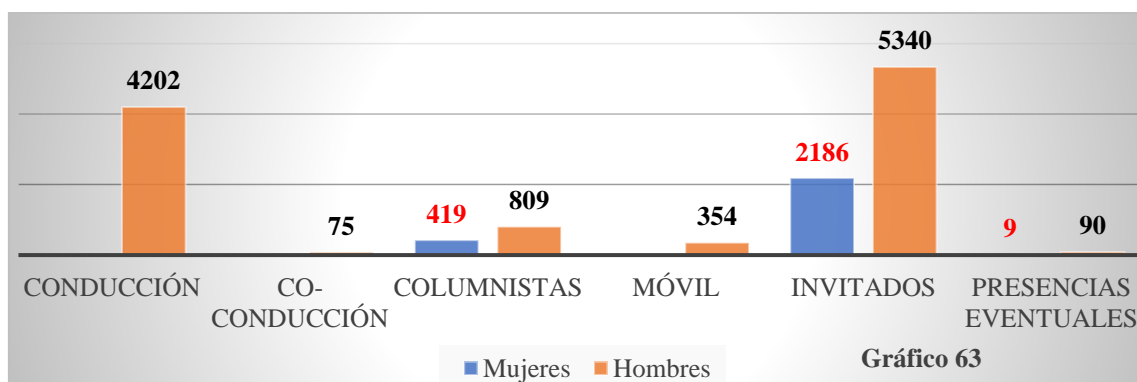
Tiempos de exposición en pantalla de mujeres y hombres del segmento matutino.



Tiempos de exposición en pantalla de mujeres y hombres del segmento vespertino.



Tiempos de exposición en pantalla de mujeres y hombres del segmento nocturno.

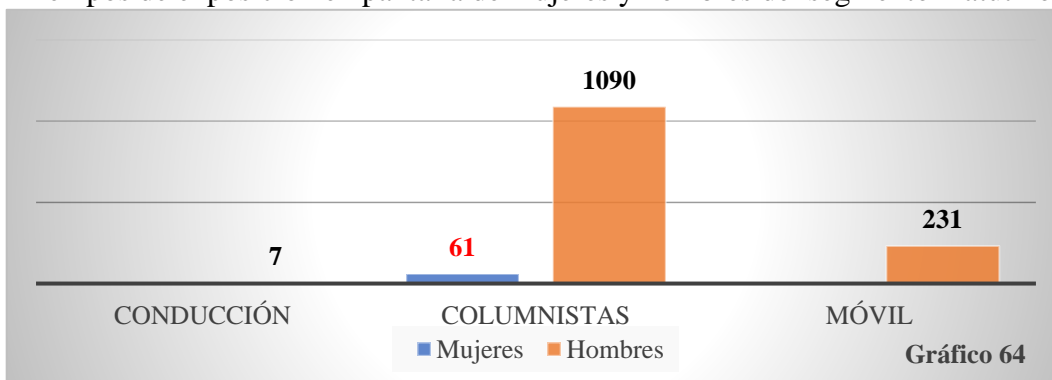


Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de exposición, expresada en segundos, de hombres y mujeres en cada uno de los roles ejercidos exclusivamente en el canal TN, incluyendo, los tres segmentos horarios, ambos géneros televisivos y el total de los participantes tanto staff como invitados.

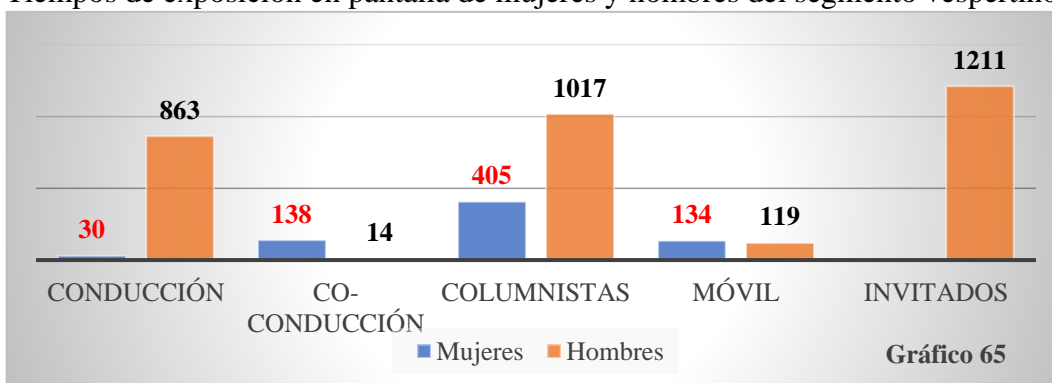


### J.2.3. CANAL C5N

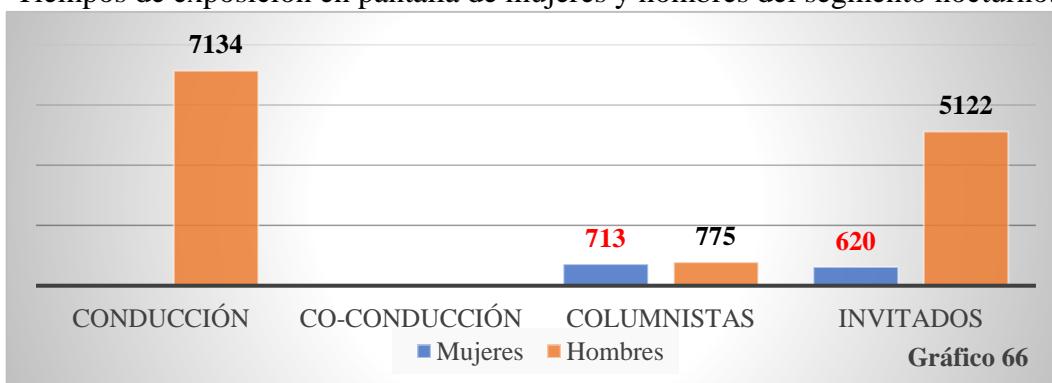
Tiempos de exposición en pantalla de mujeres y hombres del segmento matutino



Tiempos de exposición en pantalla de mujeres y hombres del segmento vespertino.

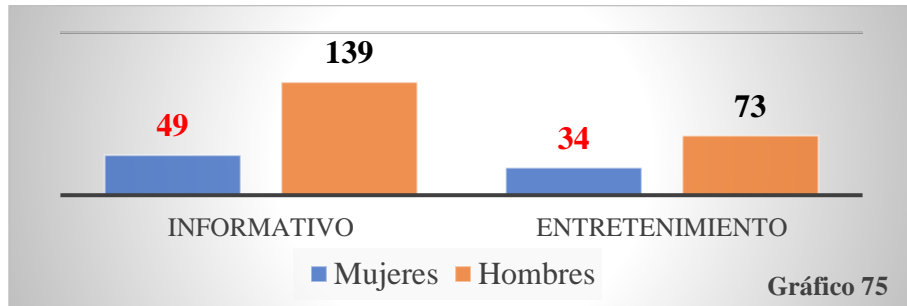


Tiempos de exposición en pantalla de mujeres y hombres del segmento nocturno.



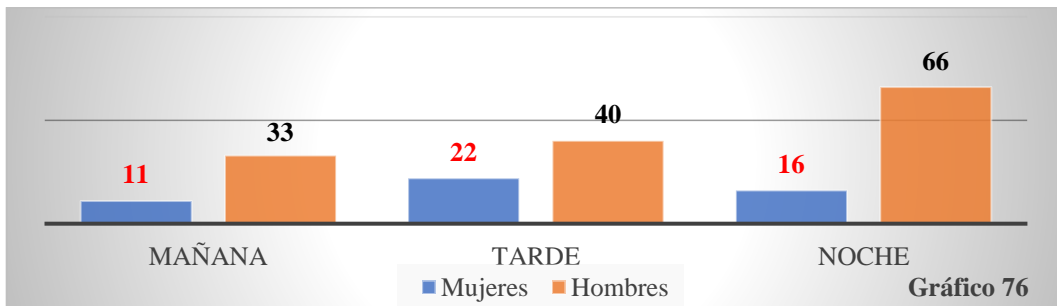
Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de exposición, expresada en segundos, de hombres y mujeres en cada uno de los roles ejercidos exclusivamente en el canal C5N, incluyendo, los tres segmentos horarios, ambos géneros televisivos y el total de los participantes tanto staff como invitados.

## K) CANTIDAD DE HOMBRE/MUJERES POR GENERO TELEVISIVO

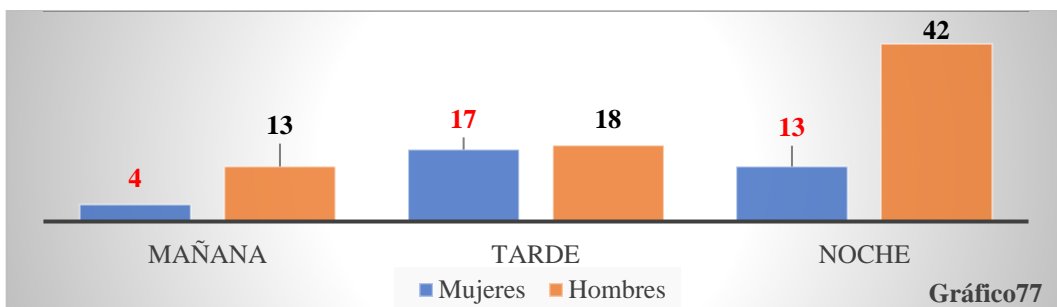


Cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva en cada uno de los géneros televisivos, incluyendo los tres canales de la muestra de ambos géneros televisivos, las tres franjas horarias y la totalidad del staff e invitados.

Cantidad de mujeres y hombres en pantalla según género informativo



Cantidad de mujeres y hombres en pantalla según género entretenimiento



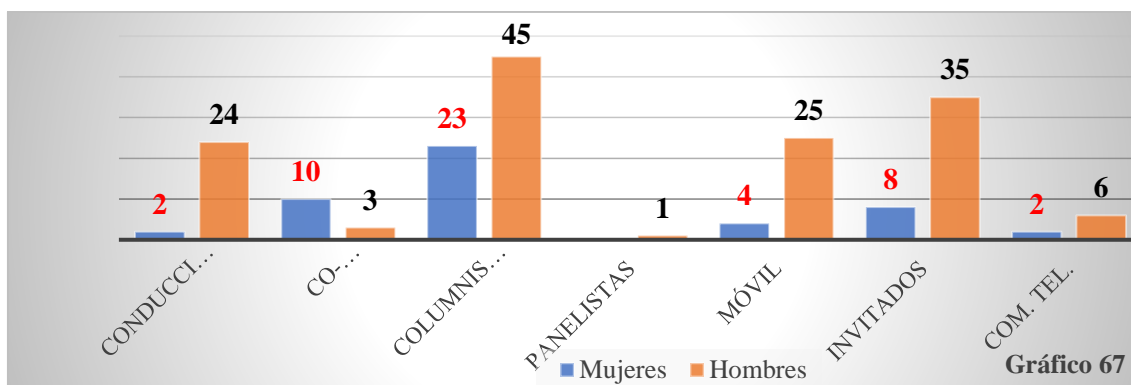
Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad de mujeres y hombres en pantalla según género televisivo y distinguiendo por segmento horario, incluyendo los tres canales de la muestra las tres franjas horarias y la totalidad del staff e invitados.

## L) CANTIDAD DE MUJERES/HOMBRES EN LA PANTALLA TELEVISIVA POR ROLES. TODOS LOS CANALES.

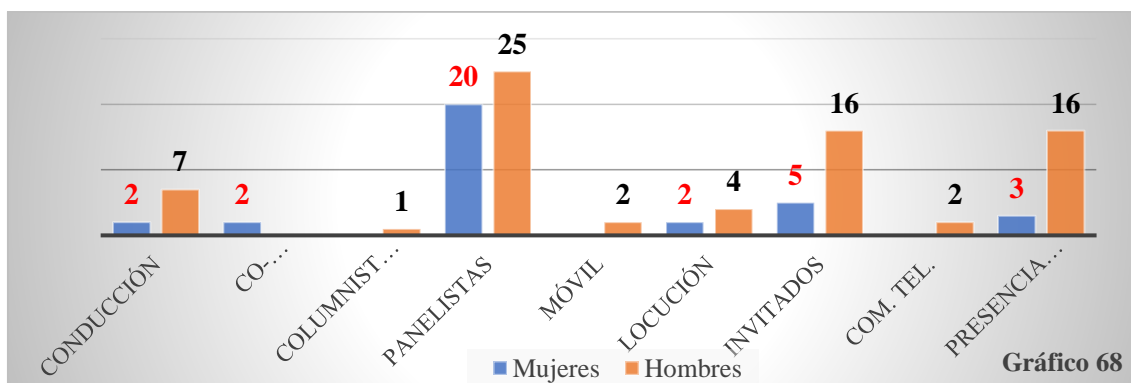
En una segmentación por géneros televisivos, en el caso de los informativos encontramos una brecha más pronunciada marcada por una mayoría hombres en los roles de conducción, columnistas, movileros e incluso los invitados, en cambio priman las mujeres en el role de co-conducción. Por otro lado, en el entretenimiento la brecha se acorta en los roles de conducción y panelistas. Pero si una marcada diferencia en la cantidad de invitados y las presencias eventuales.

### L.1. GENERO INFORMATIVO/ENTRETENIMIENTO

Cantidad de mujeres y hombres en pantalla en el género informativo



Cantidad de mujeres y hombres en pantalla en el género entretenimiento

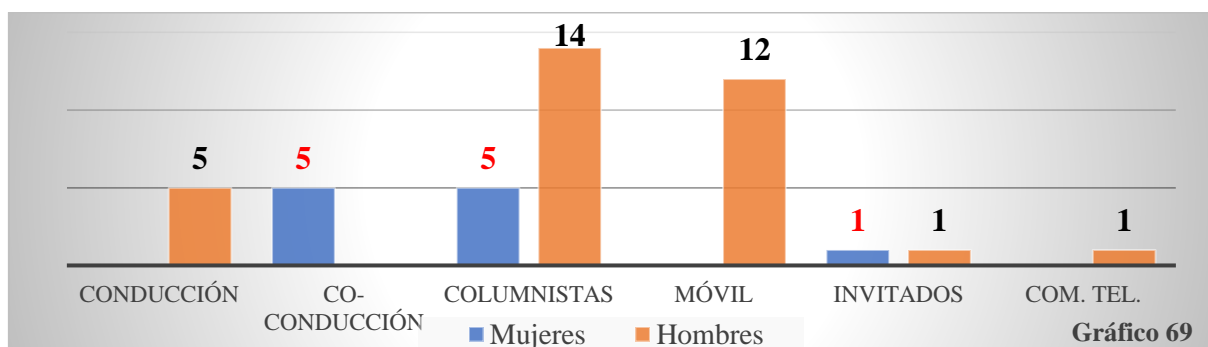


Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad de mujeres y hombres en pantalla según roles desempeñados en cada uno de los géneros respectivamente, incluyendo los tres canales de la muestra las tres franjas horarias y la totalidad del staff e invitados.

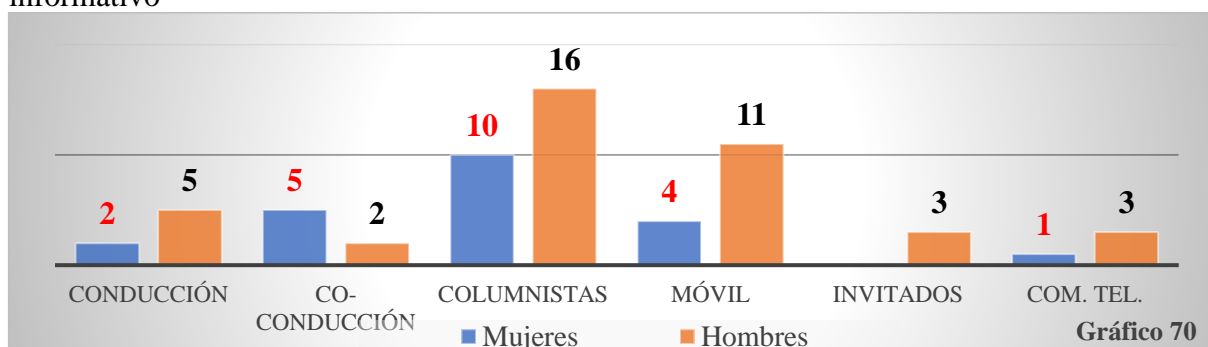
## L.2. CANTIDAD DE HOMBRE/MUJERES POR GENERO TELEVISIVO Y SEGMENTO HORARIO

### L.2.1. GENERO INFORMATIVO POR SEGMENTO HORARIO

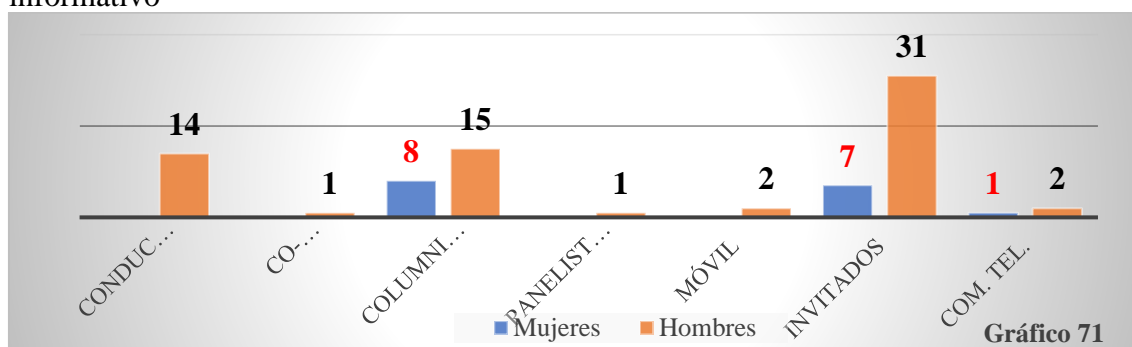
Cantidad de mujeres y hombres en pantalla en el segmento matutino del género informativo



Cantidad de mujeres y hombres en pantalla en el segmento vespertino del género informativo



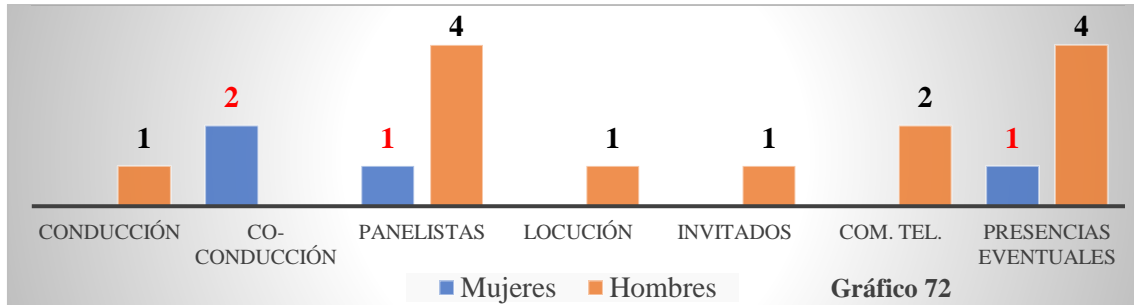
Cantidad de mujeres y hombres en pantalla en el segmento nocturno del género informativo



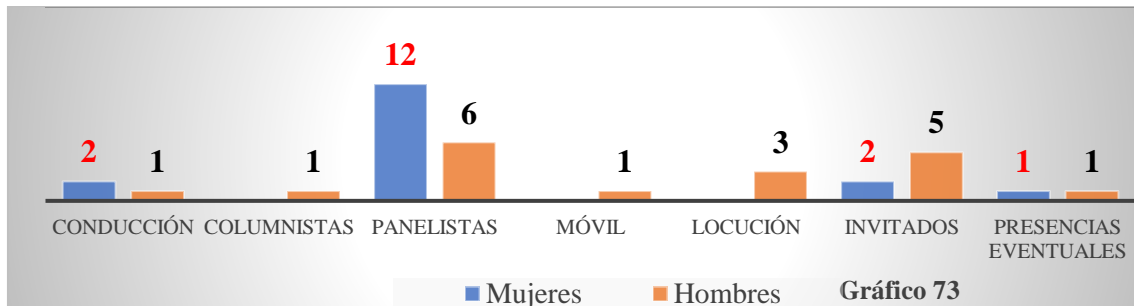
Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva en los diferentes roles desempeñados según género informativo de cada uno de los segmentos horarios respectivamente, incluyendo los tres canales de la muestra y la totalidad del staff e invitados.

## L.2.2. GENERO ENTRETENIMIENTO POR SEGMENTO HORARIO

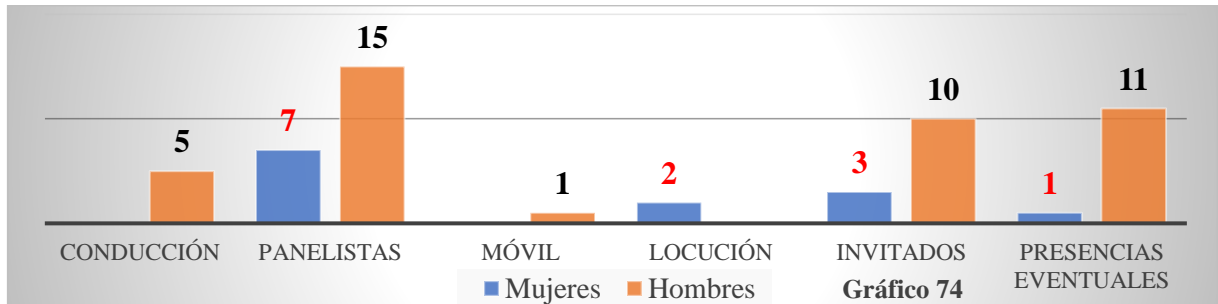
Cantidad de mujeres y hombres en pantalla en el segmento matutino del género entretenimiento



Cantidad de mujeres y hombres en pantalla en el segmento vespertino del género entretenimiento



Cantidad de mujeres y hombres en pantalla en el segmento nocturno del género entretenimiento



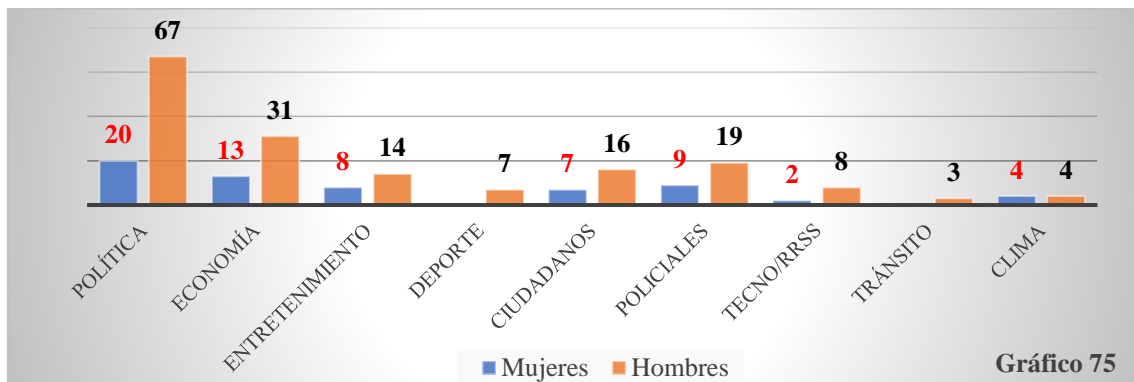
Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva en los diferentes roles desempeñados según género entretenimiento de cada uno de los segmentos horarios respectivamente, incluyendo los tres canales de la muestra y la totalidad del staff e invitados.

## M) TEMAS TRATADOS POR MUJERES Y HOMBRES EN LA PANTALLA TELEVISIVA

Los temas desarrollados se presentaron en torno a las nueve variables con mayor abordaje por los diferentes programas: política, economía, entretenimiento, deporte, ciudadanos/protestas, policiales, tecnología/RRSS, tránsito, clima, además se incluyó una variable “otros” sobre temáticas particulares desarrollados en un apartado específico.

### M.1. CANTIDAD DE MUJERES Y HOMBRES SEGÚN TEMAS DESARROLLADOS

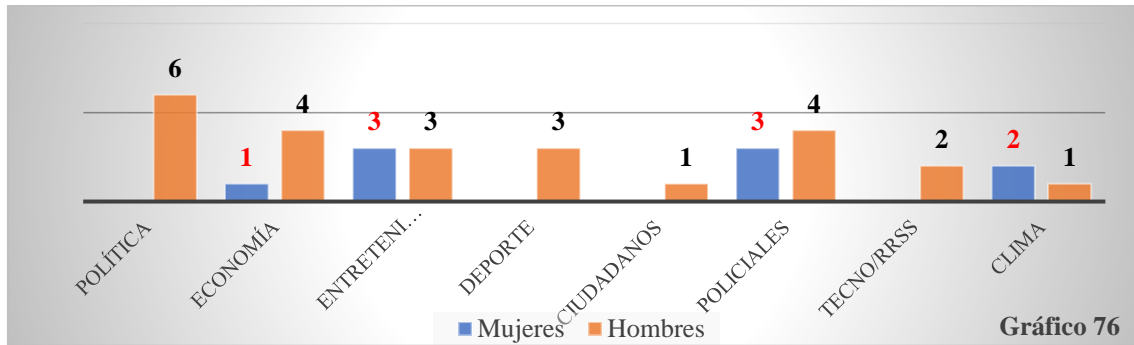
En relación a los temas desarrollados hay una gran brecha sobre el desarrollo de temas políticos y económicos, reduciéndose en el resto. Notable es la ausencia de mujeres que desarrollen temas deportivos.



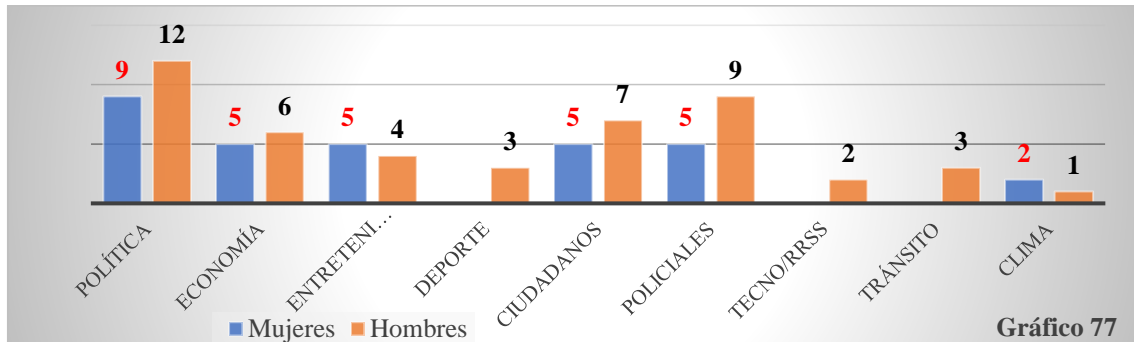
Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado incluyendo los tres canales de la muestra de los tres segmentos horarios, de ambos géneros televisivos y la totalidad del staff e invitados.

## M.2. TEMAS TRATADOS POR SEGMENTO HORARIO

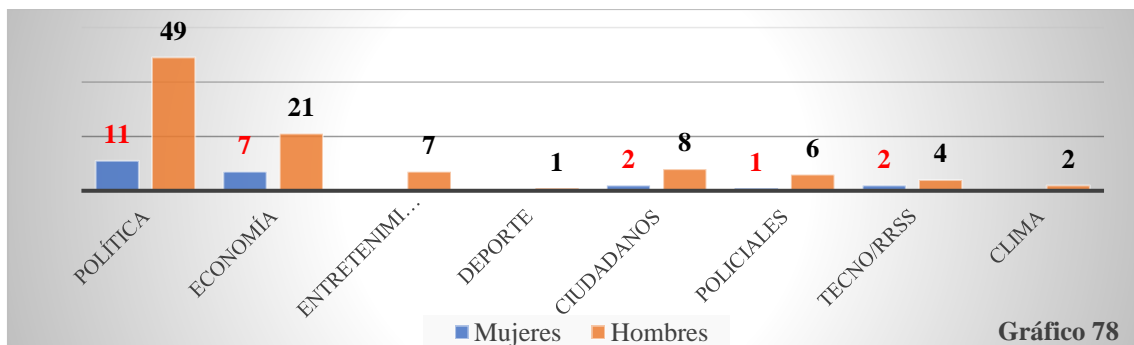
Cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado en el segmento matutino.



Cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado en el segmento vespertino.



Cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado en el segmento nocturno.

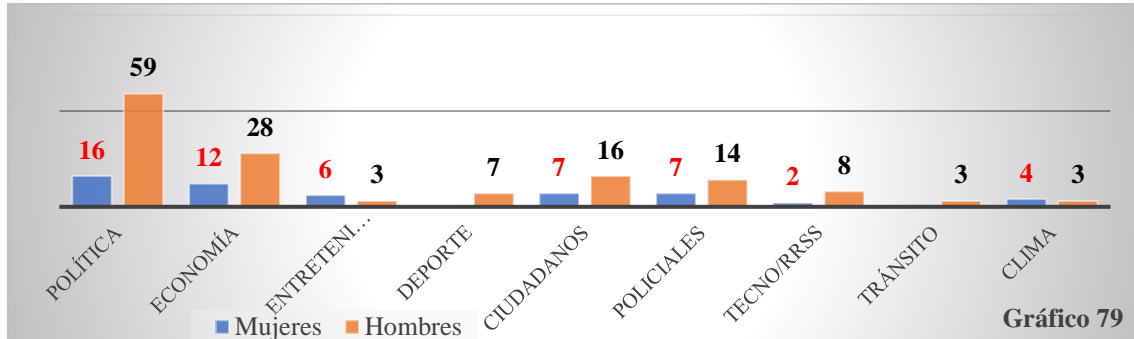


Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado distinguiendo por segmento horario, incluyendo los tres canales de la muestra, ambos géneros televisivos y la totalidad del staff e invitados.

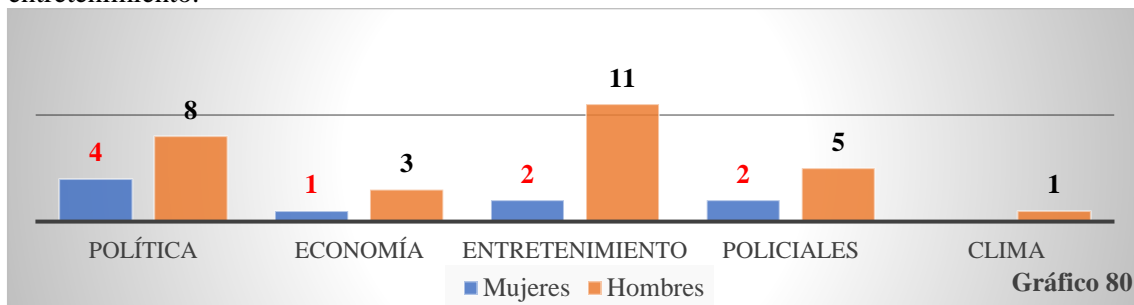
### M.3. TEMAS TRATADOS POR GENERO INFORMATIVO /

#### ENTRETENIMIENTO

Cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado del género informativo.



Cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado del género entretenimiento.



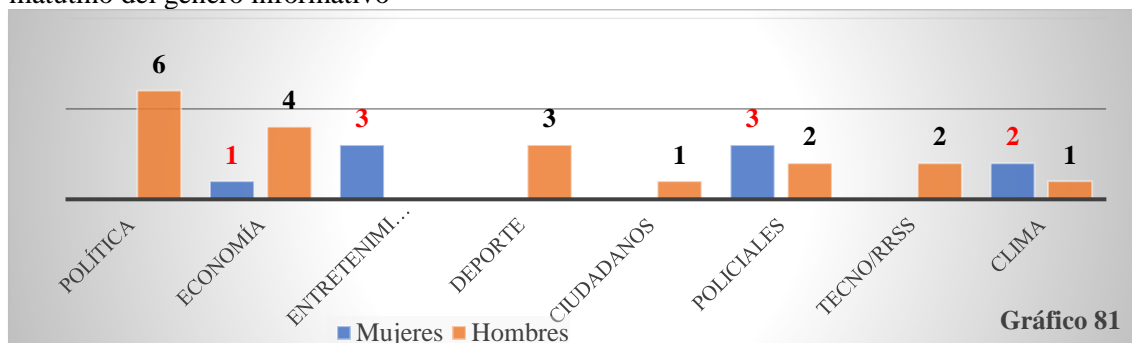
Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado en cada uno de los géneros respectivamente, incluyendo los tres canales de la muestra los tres segmentos horarios y la totalidad del staff e invitados



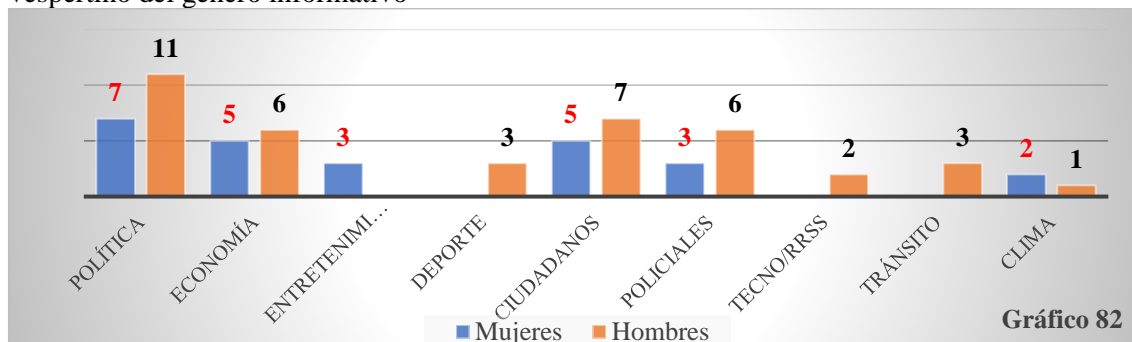
## M.2. TEMAS TRATADOS POR MUJERES Y HOMBRES SEGÚN SEGMENTO HORARIO Y GENERO TELEVISIVO. TODOS LOS CANALES

### M.2.1. GENERO INFORMATIVO Y SEGMENTO HORARIO.

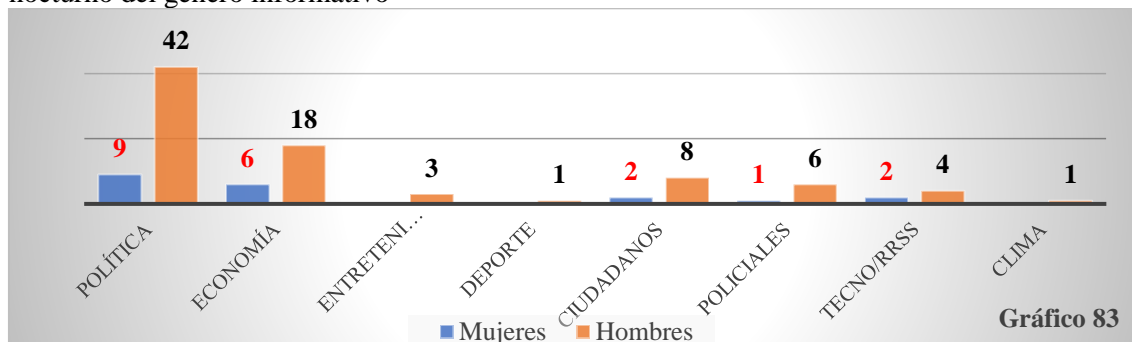
Cantidad de mujeres y hombres en pantalla televisiva según el tema desarrollado en el segmento matutino del género informativo



Cantidad de mujeres y hombres en pantalla televisiva según el tema desarrollado en el segmento vespertino del género informativo



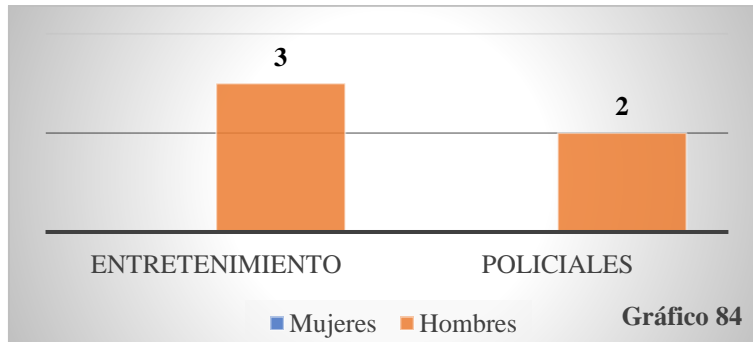
Cantidad de mujeres y hombres en pantalla televisiva según el tema desarrollado en el segmento nocturno del género informativo



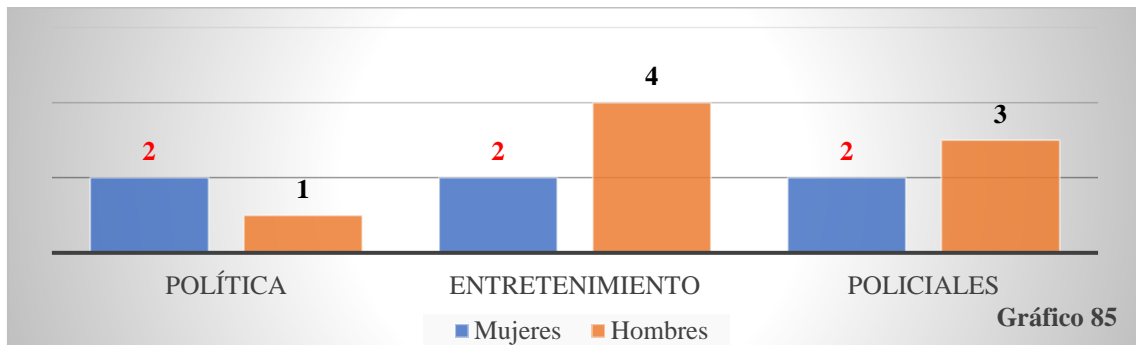
Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado del género informativo de acuerdo a cada segmento horario, incluyendo los tres canales de la muestra y la totalidad del staff e invitados

### M.2.2. GENERO ENTRETENIMIENTO Y SEGMENTO HORARIO.

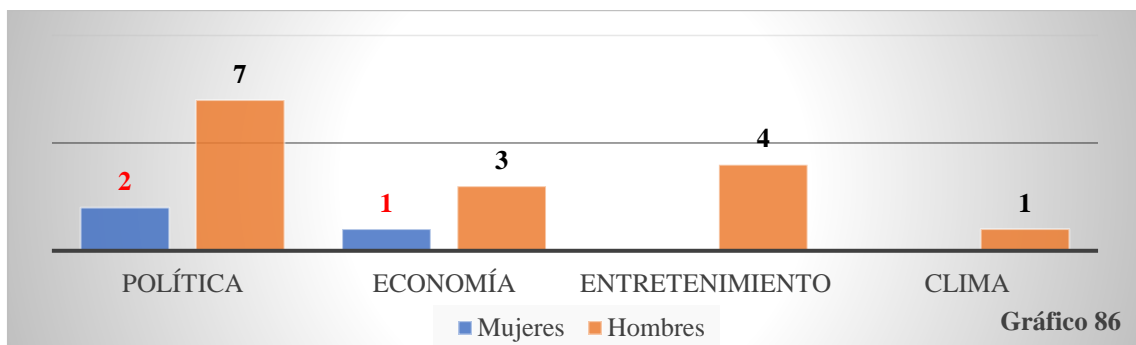
Cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado en el segmento horario matutino del género entretenimiento.



Cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado en el segmento horario vespertino del género entretenimiento.



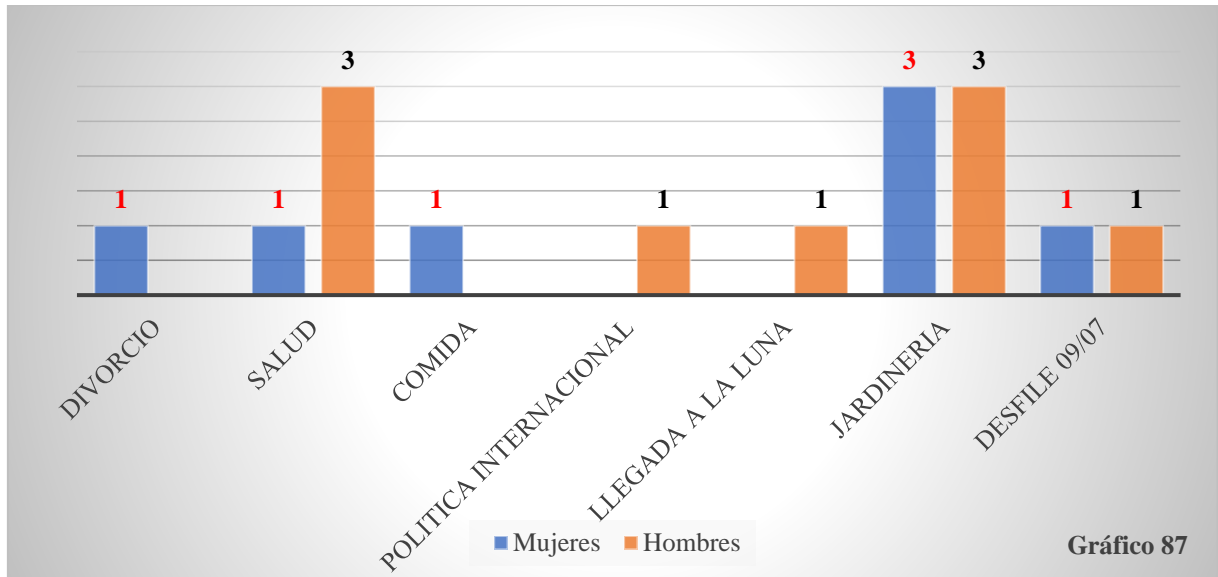
Cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado en el segmento horario nocturno del género entretenimiento.



Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado del género entretenimiento de acuerdo a cada segmento horario respectivamente, incluyendo los tres canales de la muestra y la totalidad del staff e invitados

## N) OTROS TEMAS DESARROLLADOS

Los temas desarrollados dentro de la variable “otros” desarrollados son: Divorcio, salud, comida, política internacional, llegada a la luna, jardinería, desfile Día de la Independencia.



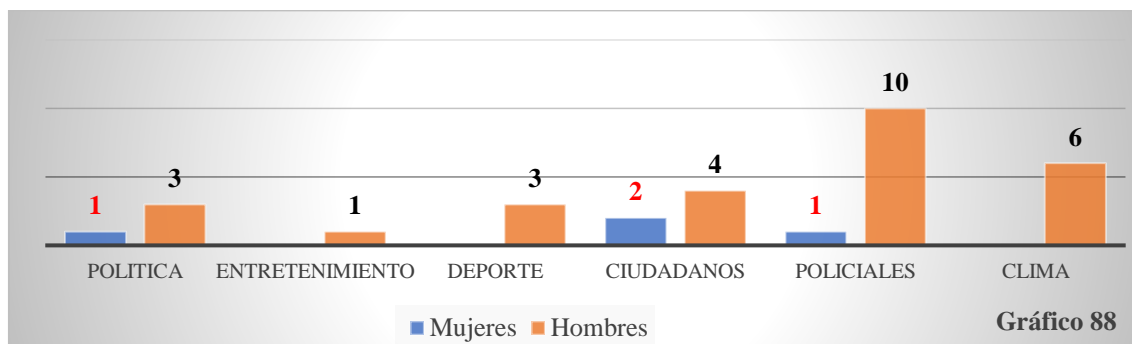
Los datos del gráfico corresponden a la cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado incluyendo los tres canales de la muestra, los tres segmentos horarios de ambos géneros televisivos y la totalidad del staff e invitados

## O) TEMAS TRATADOS POR MUJERES Y HOMBRES EN LOS MOVILES TELEVISIVOS

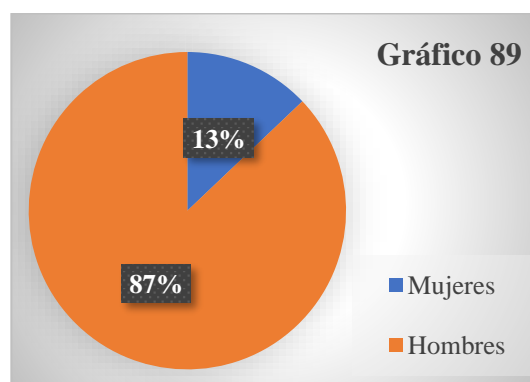
Los móviles televisivos comprenden aquellas coberturas con un movilero/a; no se consideraron aquellos donde solo están los entrevistados, tampoco se incluyen los invitados, solo los sujetos parte del staff.

En este caso es notable la falta de presencia femenina en casi todos los temas abordados en los móviles, y la alta presencia de hombres realizando coberturas en la calle, lo que denota una brecha pronunciada comprendiendo un 87% de movileros y solo un 13% de movileras.

Cantidad de mujeres/hombres en los móviles televisivos de todos los canales



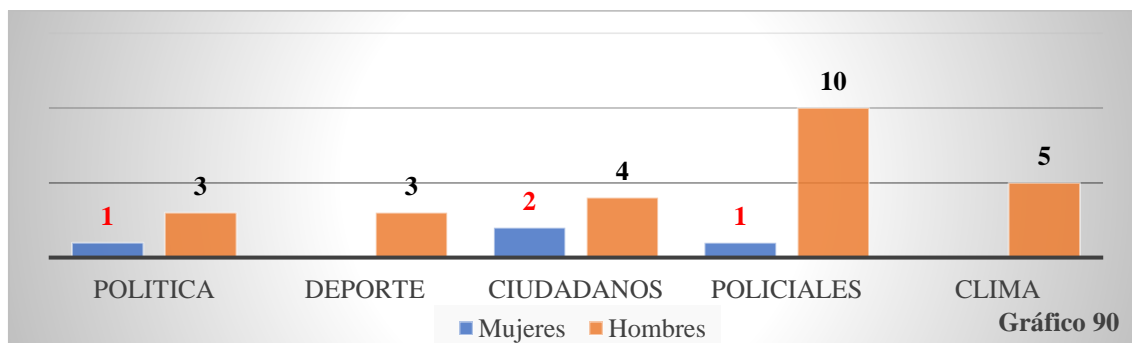
Porcentaje de la cantidad de mujeres/hombres en los móviles televisivos de todos los canales



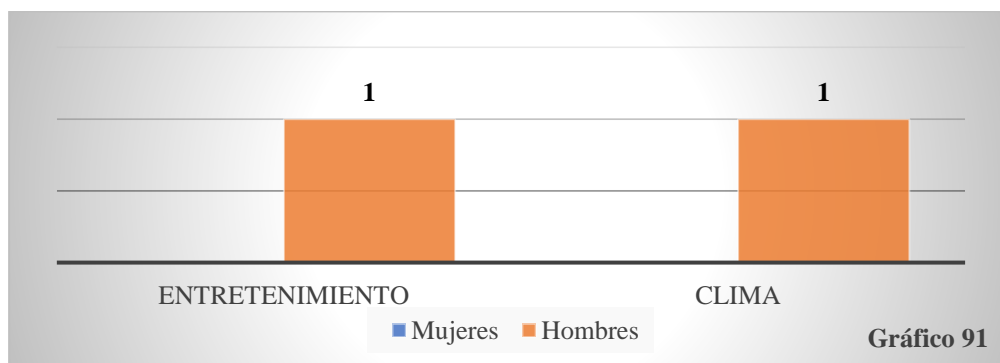
Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad de mujeres y hombres en los móviles televisivos exclusivamente staff según el tema desarrollado, incluyendo los tres canales de la muestra, los tres segmentos horarios de ambos géneros televisivos.

## O.1. MOVILES POR GENERO TELEVISIVO.

Cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado en el género informativo.



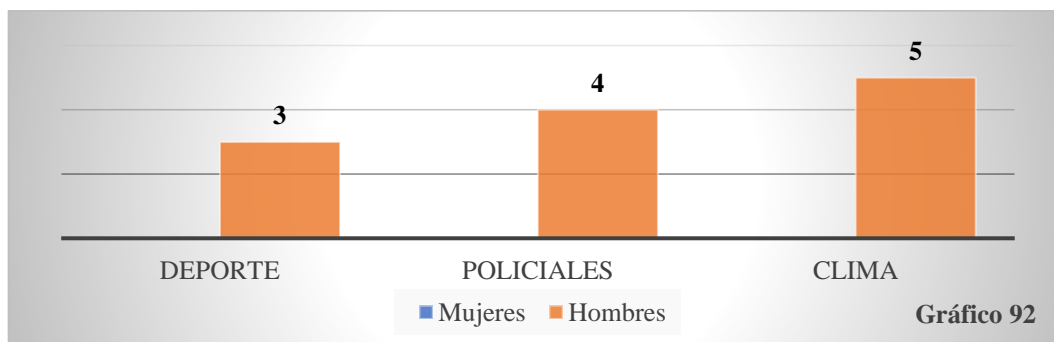
Cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado en el género entretenimiento.



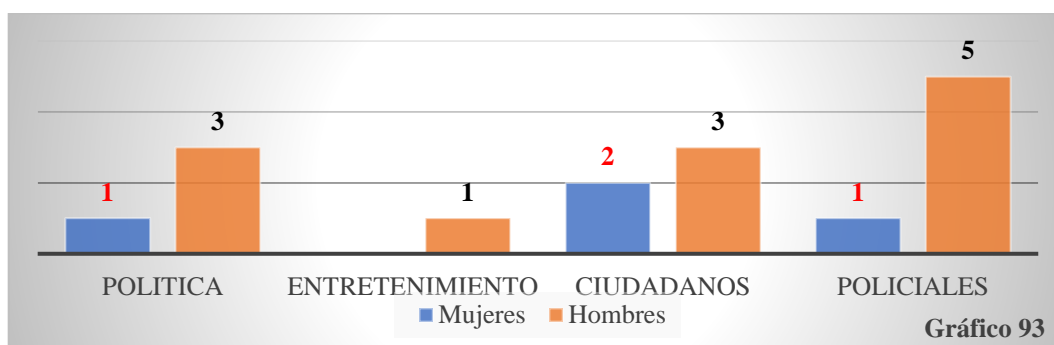
Los datos del gráfico corresponden a la cantidad de mujeres y hombres en los móviles televisivos exclusivamente staff según el tema desarrollado, incluyendo los tres canales de la muestra, los tres segmentos horarios en cada uno de los géneros televisivo respectivamente.

## O.2. TEMAS TRATADOS POR SEGMENTO HORARIO.

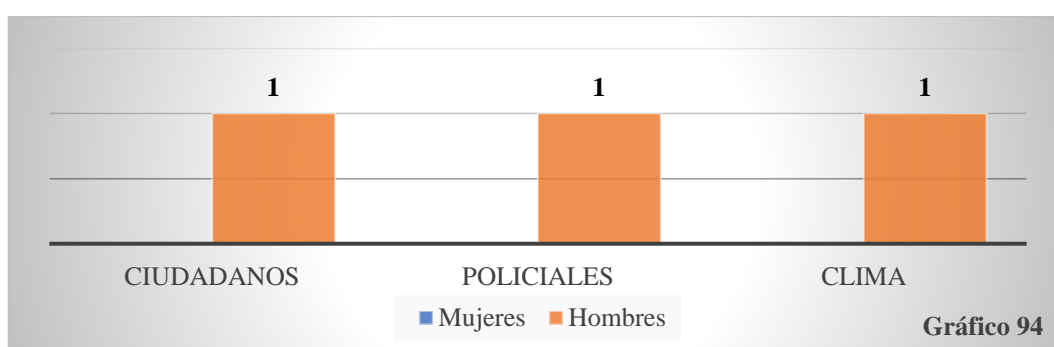
Cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado en el segmento horario matutino



Cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado en el segmento horario vespertino



Cantidad de mujeres y hombres en la pantalla televisiva según el tema desarrollado en el segmento horario nocturno

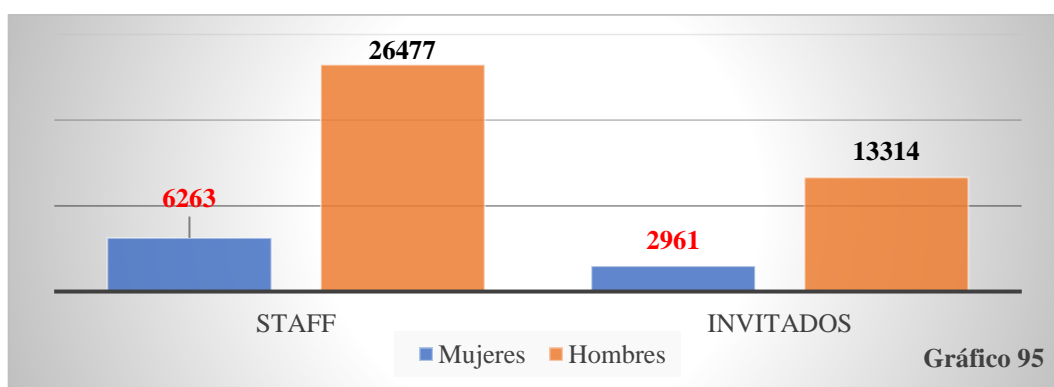


Los datos del gráfico corresponden a la cantidad de mujeres y hombres en los móviles televisivos exclusivamente staff según el tema desarrollado, incluyendo los tres canales de la muestra de ambos géneros televisivos de cada uno de los segmentos horarios respectivamente.

## P) TIPO DE PARTICIPACION DE MUJERES Y HOMBRES EN LOS PROGRAMAS. TODOS LOS CANALES.

La participación de los sujetos de la muestra se segmentó en tipos: Staff, invitados, comunicaciones telefónicas y presencias eventuales. Tanto invitados como comunicaciones telefónicas se agruparon bajo la variable Invitados; por otro lado, tanto staff como presencias eventuales se agruparon bajo la variable Staff.

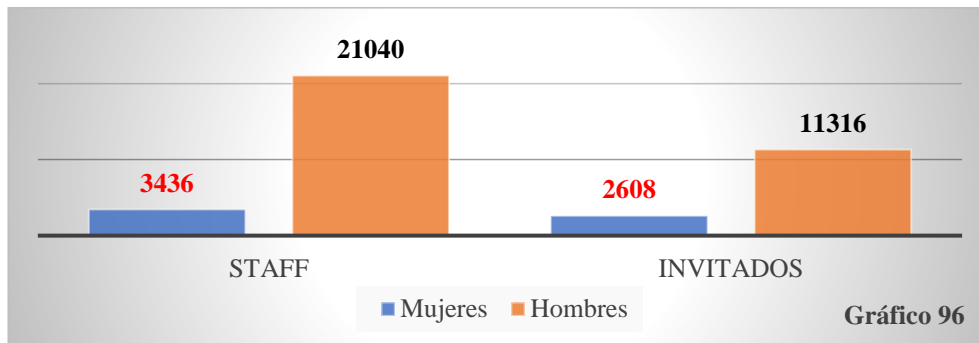
Tiempo de exposición en pantalla de mujeres y hombres según el tipo de participación



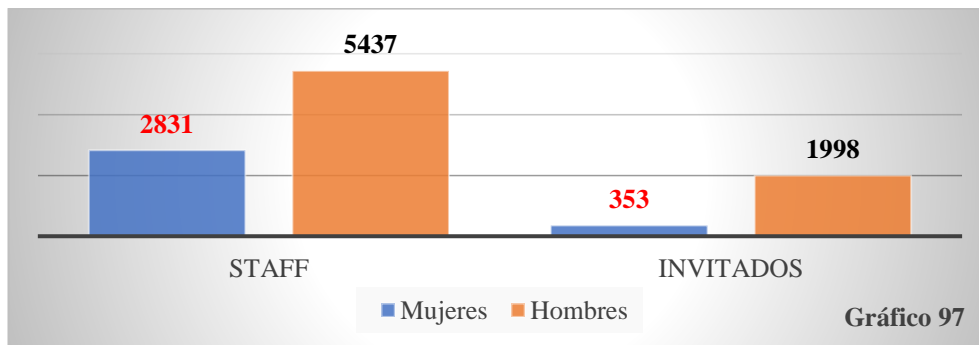
Los datos del gráfico corresponden al tiempo total de exposición en pantalla de mujeres y hombres de forma exclusiva según tipo de participación, staff o invitados de incluyendo los tres canales de la muestra de ambos géneros televisivos y de los tres segmentos horarios.

## P.1. TIPO DE PARTICIPACION POR GENERO TELEVISIVO

Tiempos de exposición en pantalla de mujeres y hombres del género informativo



Tiempos de exposición en pantalla de mujeres y hombres del género entretenimiento

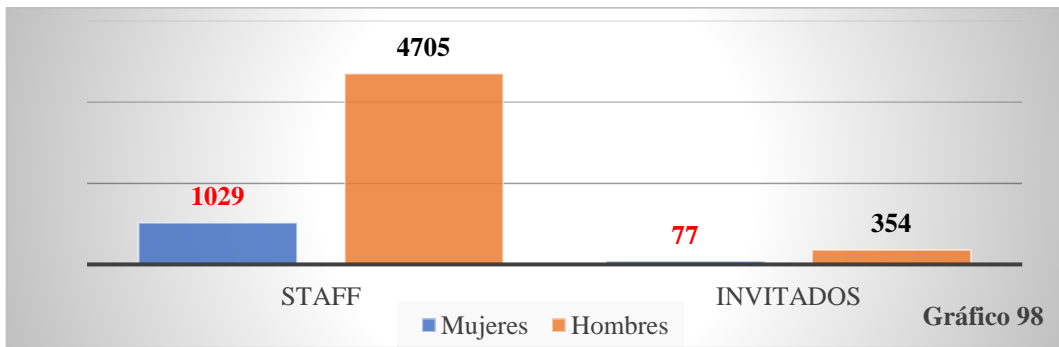


Los datos del gráfico corresponden al tiempo total de exposición en pantalla de mujeres y hombres de forma **exclusiva** según tipo de **participación**, staff o invitados en cada uno de los géneros televisivos respectivamente, incluyendo los tres canales de la muestra, de los tres segmentos horarios.

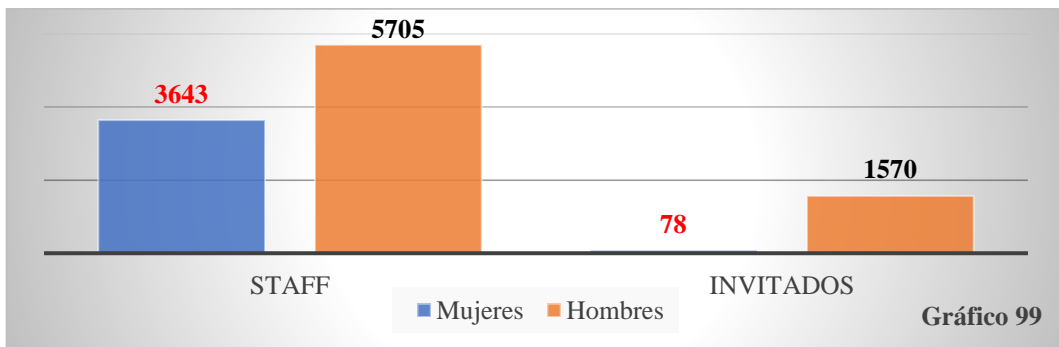


## P.2. TIPO DE PARTICIPACION POR SEGMENTO HORARIO

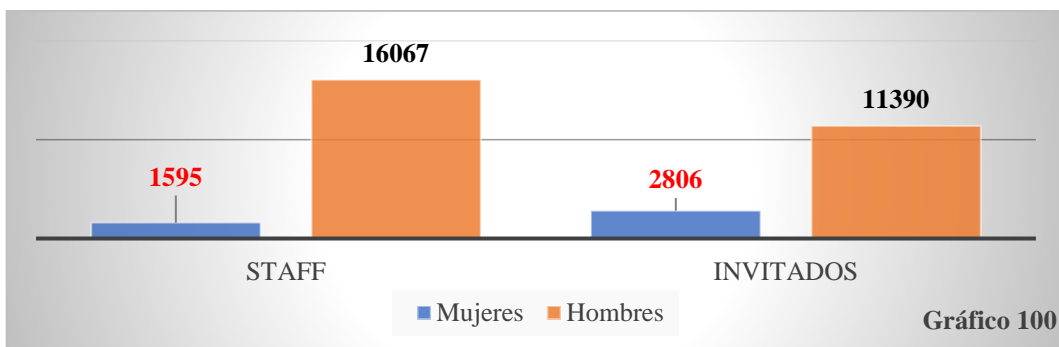
Tiempo de exposición en pantalla de mujeres y hombres en el segmento matutino



Tiempo de exposición en pantalla de mujeres y hombres en el segmento vespertino



Tiempo de exposición en pantalla de mujeres y hombres en el segmento nocturno

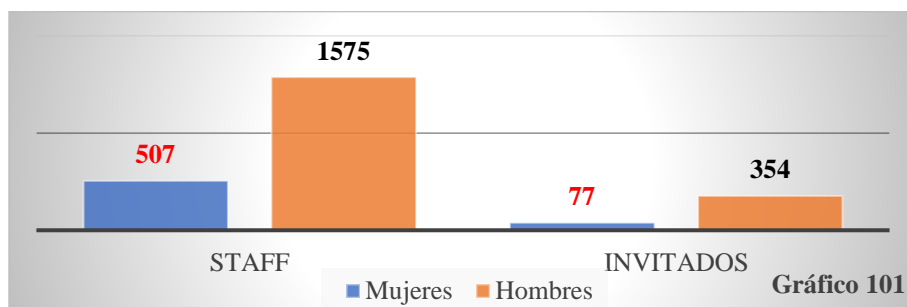


Los datos del gráfico corresponden al tiempo total de exposición en pantalla de mujeres y hombres de forma exclusiva según tipo de participación, staff o invitados de ambos géneros televisivos, incluyendo los tres canales de la muestra, de cada uno de los segmentos horarios respectivamente.

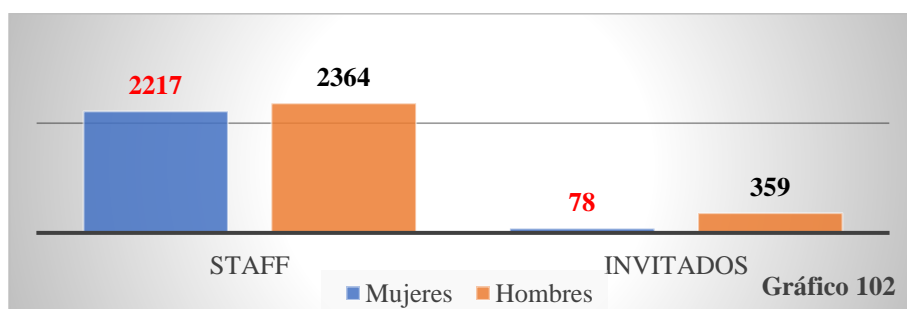
## Q) TIEMPOS DE EXPOSICION SEGÚN EL TIPO DE PARTICIPACION DE MUJERES/HOMBRES POR SEGMENTO HORARIO. POR CANAL.

### Q.1.1. AMERICA

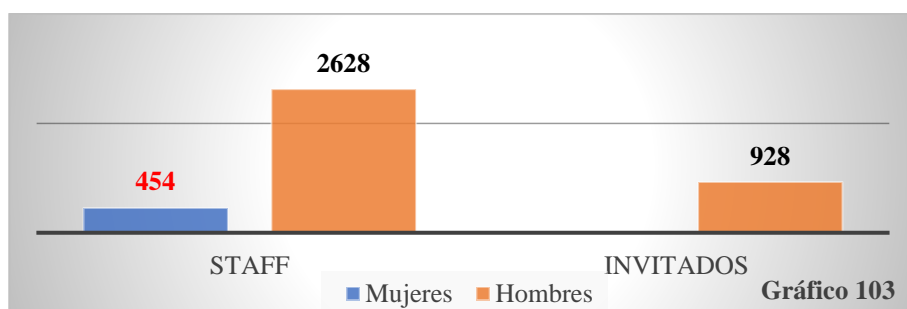
Tiempo de exposición según tipo de participación en el segmento matutino.



Tiempo de exposición según tipo de participación en el segmento vespertino.



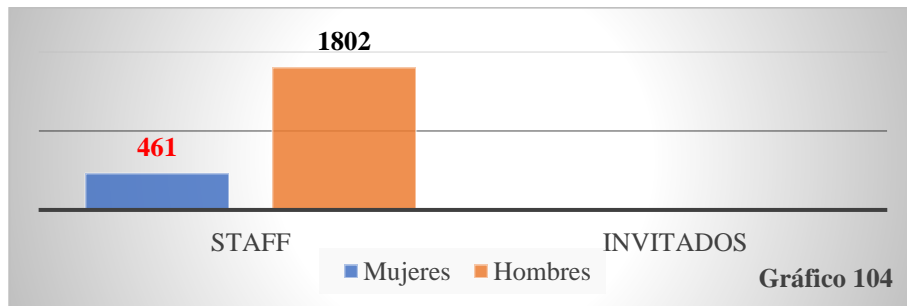
Tiempo de exposición según tipo de participación en el segmento nocturno.



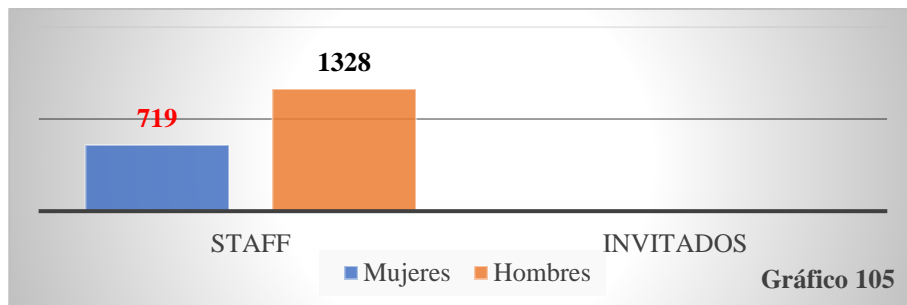
Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de exposición, expresada en segundos, de hombres y mujeres según su tipo de participación -staff/invitados- exclusivamente en el canal América de cada uno de los segmentos horarios, incluyendo, ambos géneros televisivos.

## Q.1.2. TODO NOTICIAS

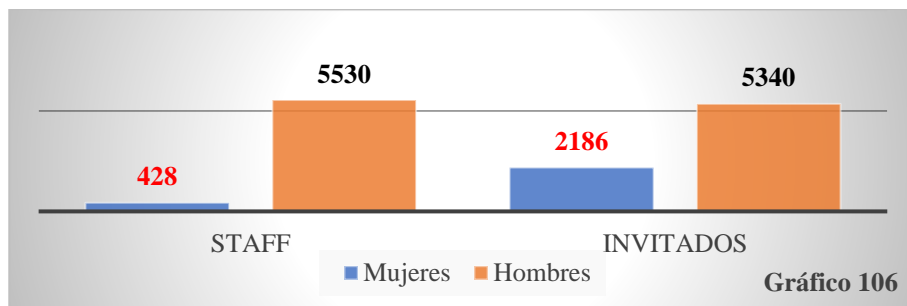
Tiempo de exposición según tipo de participación en el segmento matutino.



Tiempo de exposición según tipo de participación en el segmento vespertino.



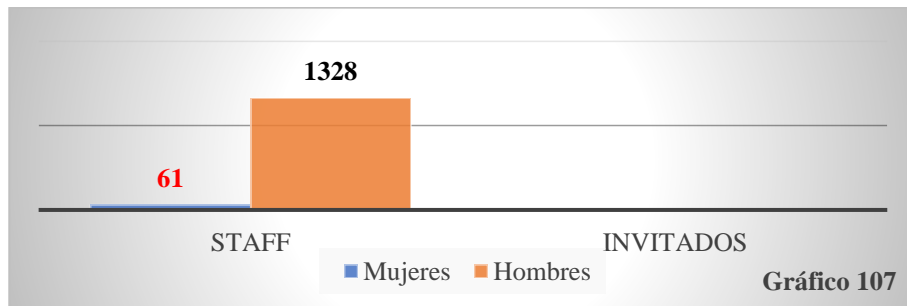
Tiempo de exposición según tipo de participación en el segmento nocturno.



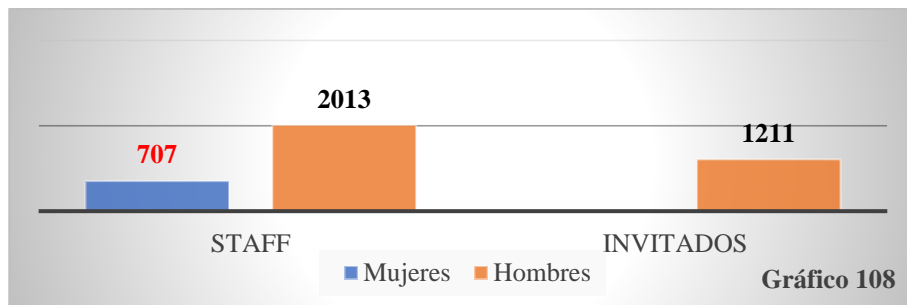
Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de exposición, expresada en segundos, de hombres y mujeres según su tipo de participación -staff/invitados- exclusivamente en el canal TN, de cada uno de los segmentos horarios, incluyendo ambos géneros televisivos.

### Q.1.3. C5N

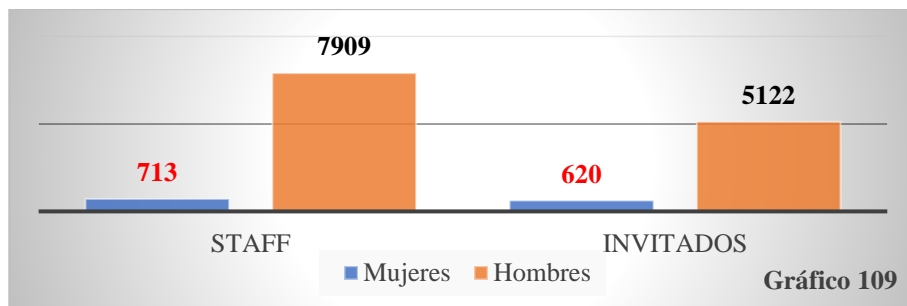
Tiempo de exposición según tipo de participación en el segmento matutino.



Tiempo de exposición según tipo de participación en el segmento vespertino.



Tiempo de exposición según tipo de participación en el segmento nocturno.

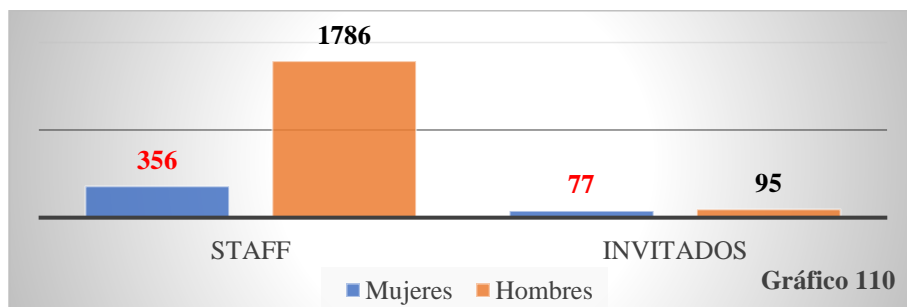


Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de exposición, expresada en segundos, de hombres y mujeres según su tipo de participación -staff/invitados- exclusivamente en el canal C5N de cada uno de los segmentos horarios, incluyendo ambos géneros televisivos.

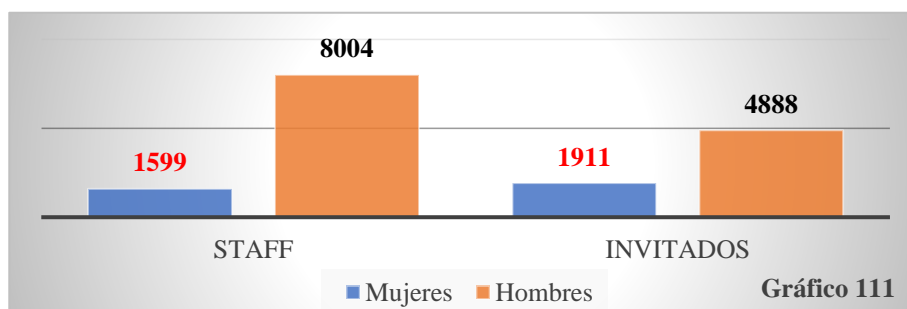
## Q.2. TIPO DE PARTICIPACION DE MUJERES/HOMBRES EN LOS PROGRAMAS POR GENERO TELEVISIVO. POR CANAL.

### Q.2.1 INFORMATIVO

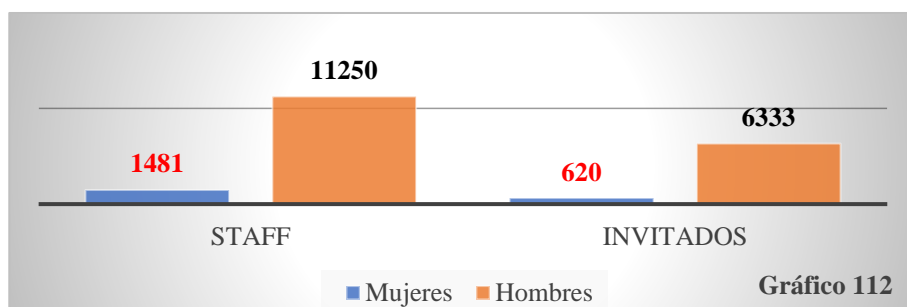
Tiempo de exposición según tipo de participación en género informativo del canal América



Tiempo de exposición según tipo de participación en género informativo del canal TN



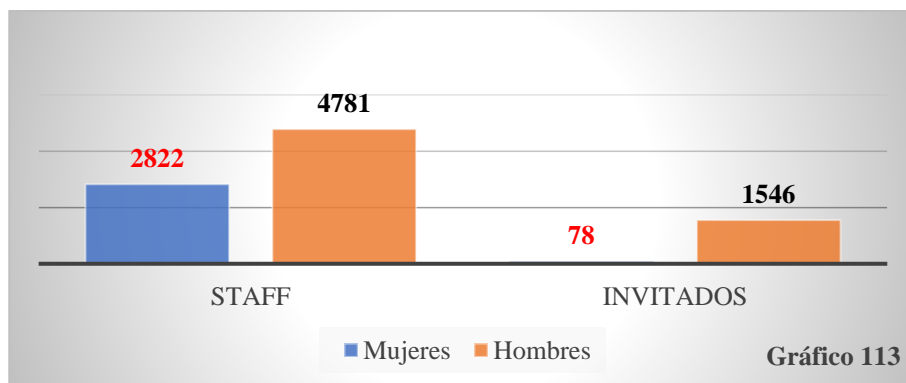
Tiempo de exposición según tipo de participación en género informativo del canal C5N



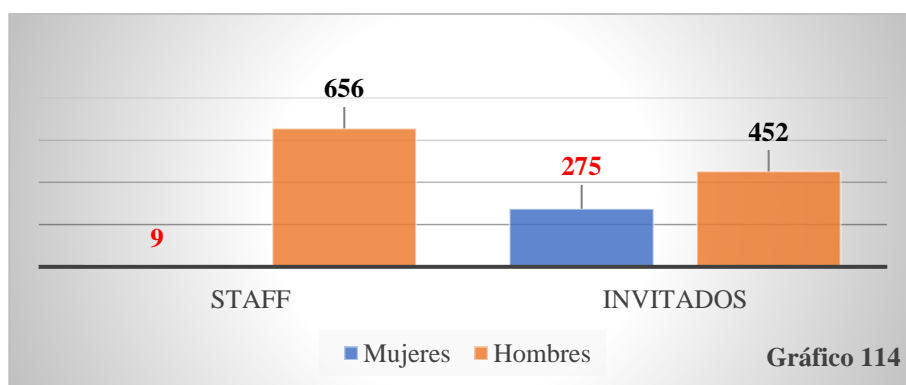
Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de exposición, expresada en segundos, de hombres y mujeres según su tipo de participación -staff/invitados- de cada uno de los respectivos canales según el género informativo, incluyendo los tres segmentos horarios.

## Q.2.2. ENTRETENIMIENTO

Tiempo de exposición según tipo de participación en género entretenimiento del canal América



Tiempo de exposición según tipo de participación en género entretenimiento del canal TN



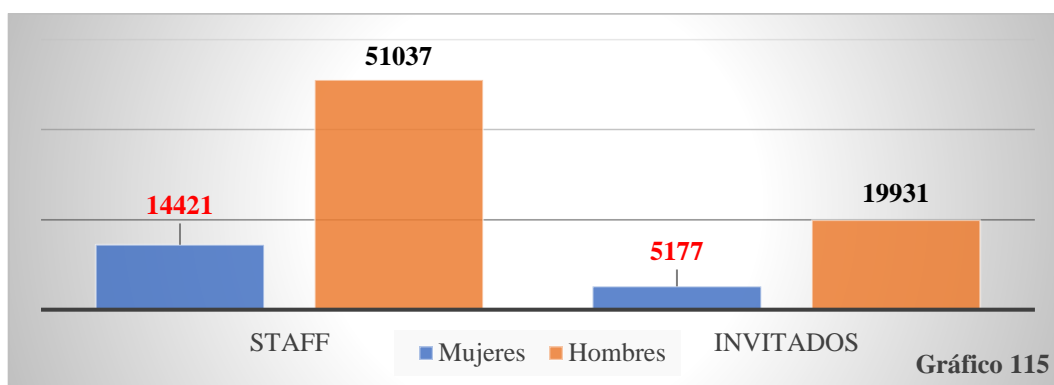
Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de exposición, expresada en segundos, de hombres y mujeres según su tipo de participación -staff/invitados- de cada uno de los respectivos canales\* según el género entretenimiento, incluyendo los tres segmentos horarios.

(\*) El canal C5N no cuenta con programas de género entretenimiento en la muestra recolectada.

## R) TIEMPOS DE DIALOGOS SEGÚN EL TIPO DE PARTICIPACION DE MUJERES/HOMBRES EN LOS PROGRAMAS. TODOS LOS CANALES.

En los tiempos de diálogos se consideraron tanto el desarrollo de alguna noticia/tema como las acotaciones, lo cual pone en evidencia como la brecha en el espacio ocupado entre mujeres y hombres también esta marcada por una mayoría masculina.

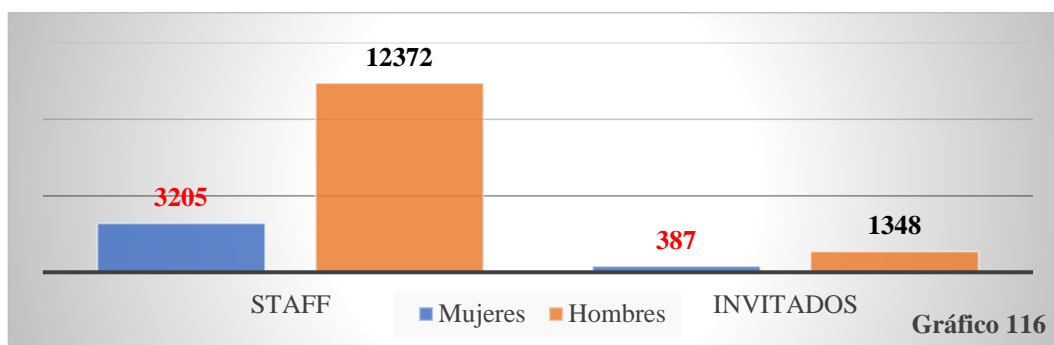
Tiempo total de diálogos de mujeres/hombres según el tipo de participación



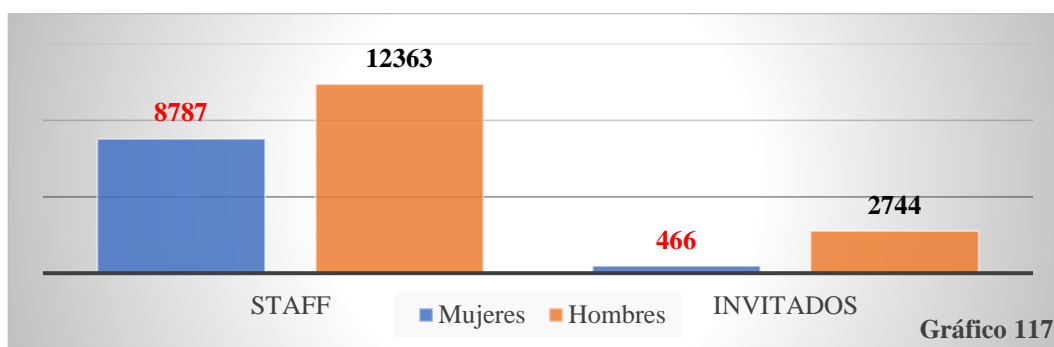
Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de diálogos de mujeres y hombres expresados en segundos, al momento de presentar noticias/columnas distinguiendo entre staff e invitados, incluyendo los tres canales de la muestra de ambos géneros televisivos y de las tres franjas horarias sobre el total de la muestra.

## R.1. TIPO DE PARTICIPACION DIALOGICA POR SEGMENTO HORARIO

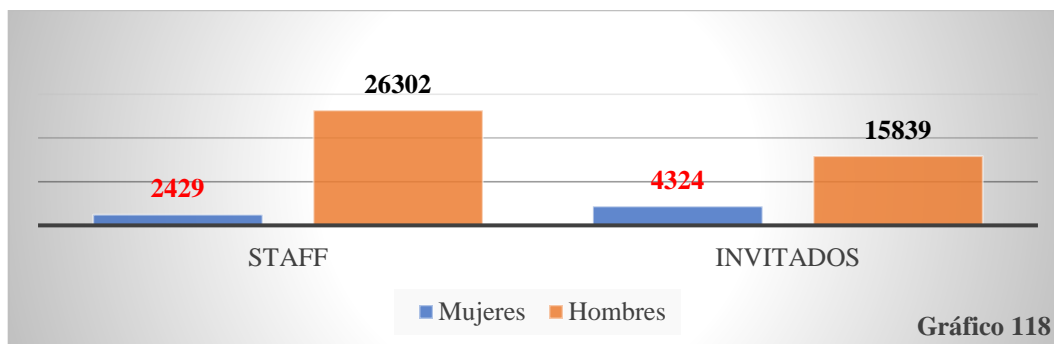
Tiempo total de diálogos de mujeres/hombres en el segmento matutino.



Tiempo total de diálogos de mujeres/hombres en el segmento vespertino.



Tiempo total de diálogos de mujeres/hombres en el segmento nocturno

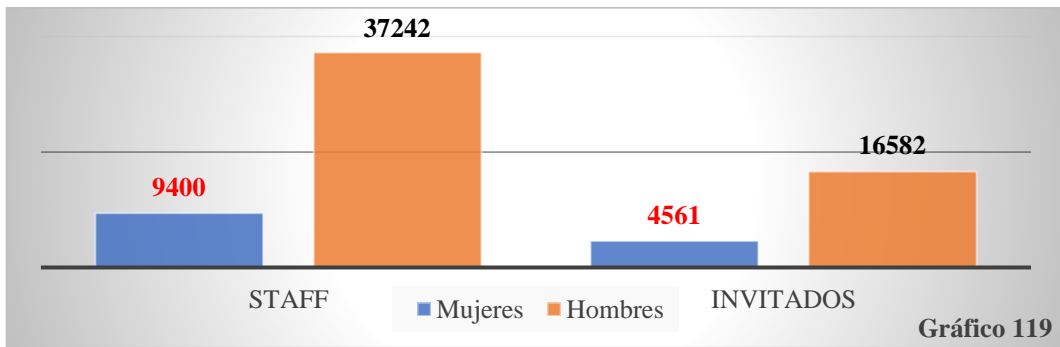


Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de diálogos de mujeres y hombres al momento de presentar noticias/columnas, según tipo de participación, staff o invitados de cada segmento horario respectivamente, incluyendo ambos géneros televisivos, incluyendo los tres canales de la muestra.

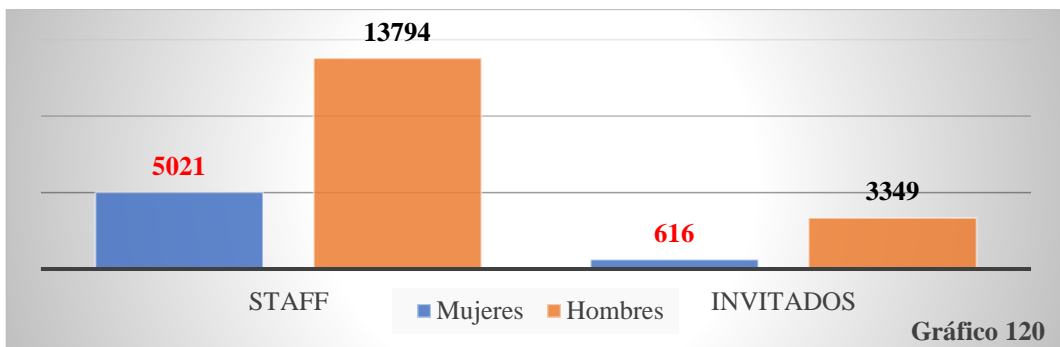


## R.2. TIPO DE PARTICIPACION DIALOGICA POR GENERO TELEVISIVO

Tiempo total de diálogos de mujeres/hombres según informativo



Tiempo total de diálogos de mujeres/hombres según entretenimiento

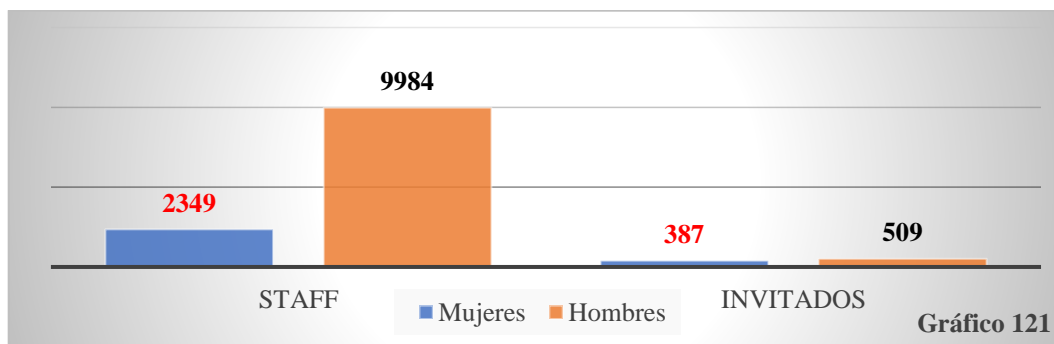


Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de diálogos de mujeres y hombres al momento de presentar noticias/columnas, según tipo de participación, staff o invitados según el género televisivo respectivamente, incluyendo los tres canales de la muestra y los tres segmentos horarios.

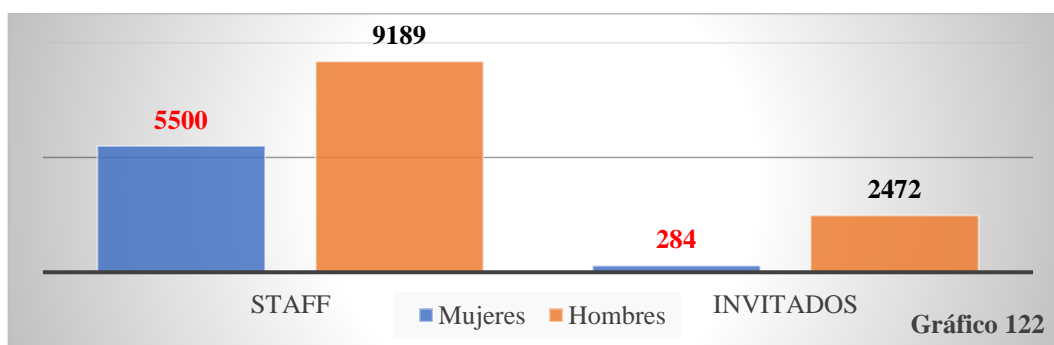
### R.3. TIPO DE PARTICIPACION DIALOGICA POR GENERO TELEVISIVO y SEGMENTO HORARIO

#### R.3.1. GENERO INFORMATIVO POR SEGMENTO HORARIO

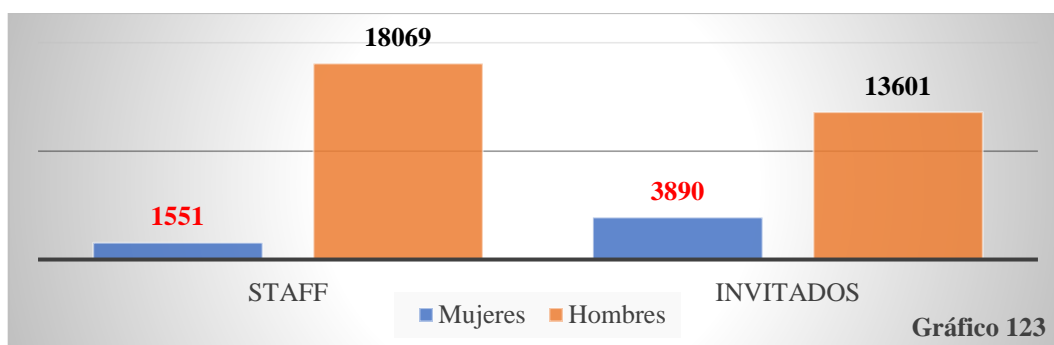
Tiempo total de diálogos de mujeres/hombres el género informativo en el segmento matutino



Tiempo total de diálogos de mujeres/hombres el género informativo en el segmento vespertino



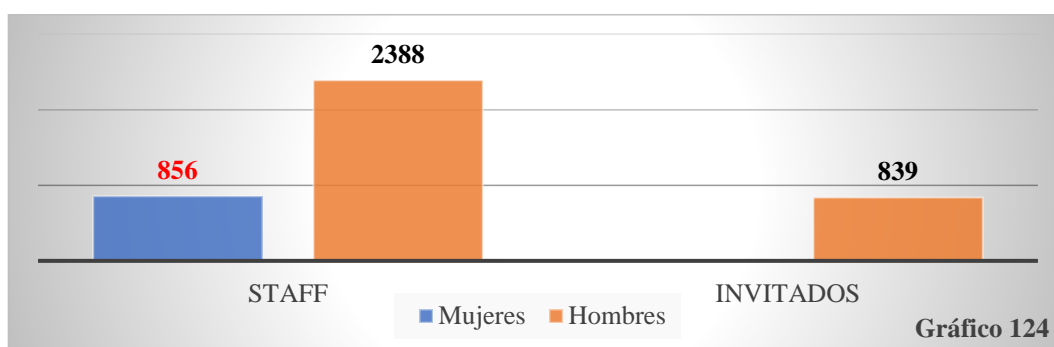
Tiempo total de diálogos de mujeres/hombres el género informativo en el segmento nocturno



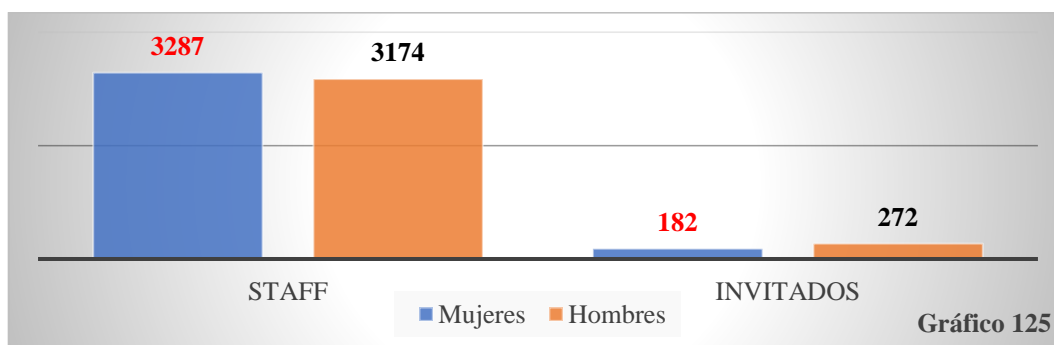
Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de diálogos de mujeres y hombres al momento de presentar noticias/columnas, según tipo de participación, staff o invitados del género informativo según el segmento horario respectivamente, incluyendo los tres canales de la muestra.

### R.3.2. GENERO ENTRETENIMIENTO POR SEGMENTO HORARIO

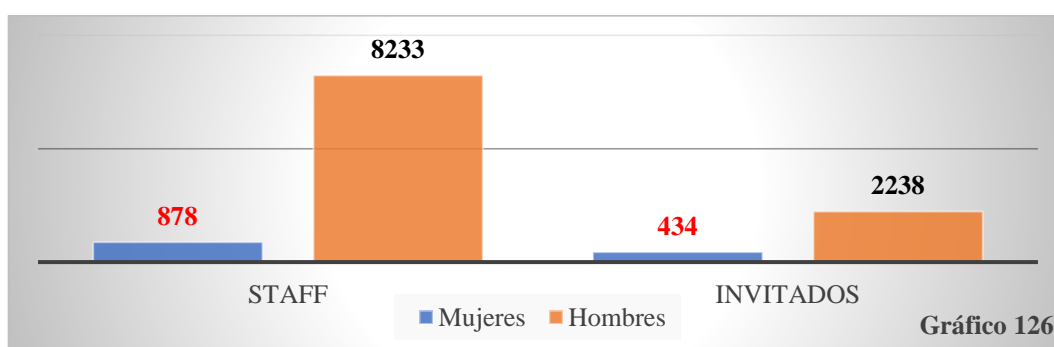
Tiempo total de diálogos de mujeres/hombres el género entretenimiento en el segmento matutino



Tiempo total de diálogos de mujeres/hombres el género entretenimiento en el segmento vespertino



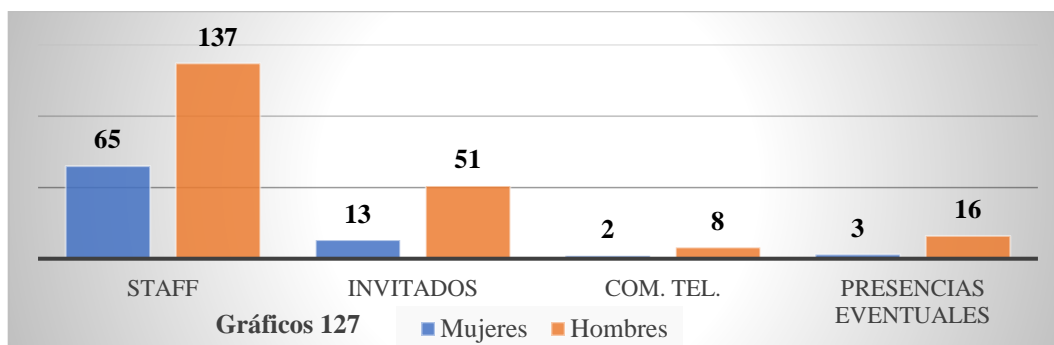
Tiempo total de diálogos de mujeres/hombres el género entretenimiento en el segmento nocturno



Los datos de los gráficos corresponden al tiempo total de diálogos de mujeres y hombres al momento de presentar noticias/columnas, según tipo de participación, staff o invitados del género entretenimiento según el segmento horario respectivamente, incluyendo los tres canales de la muestra.

## S) CANTIDAD DE MUJERES/HOMBRES POR EL TIPO DE PARTICIPACION. TODOS LOS CANALES

Cantidad de mujeres y hombres según participación.



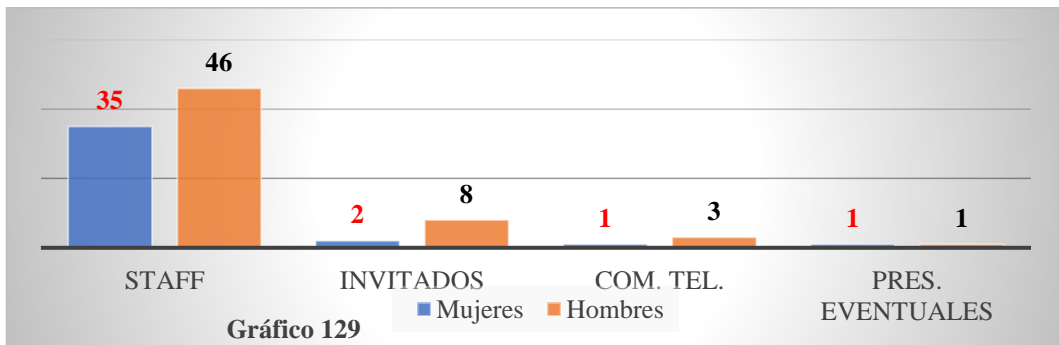
Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad de mujeres y hombres según la participación en los diferentes programas, incluyendo los tres canales de la muestra de los tres segmentos horarios en ambos géneros televisivos.

## S.1. TIPO DE PARTICIPACION POR SEGMENTO HORARIO

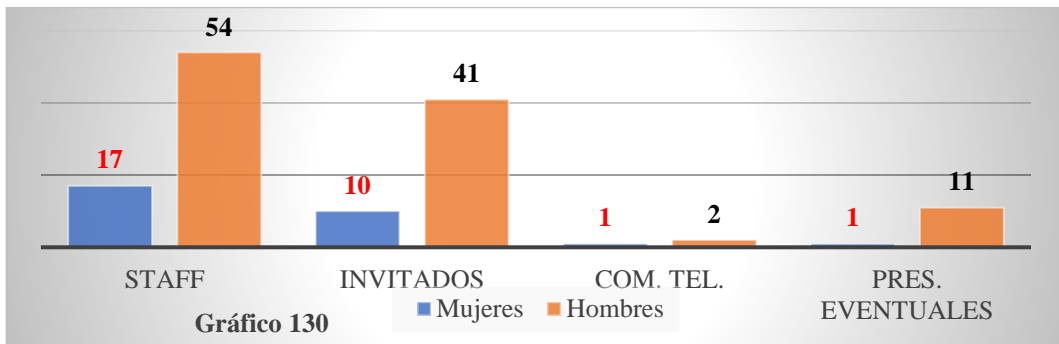
Cantidad de mujeres y hombres en el segmento matutino



Cantidad de mujeres y hombres en el segmento vespertino



Cantidad de mujeres y hombres en el segmento nocturno



Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad de mujeres y hombres según la participación en los diferentes programas según el segmento horario respectivamente, incluyendo los tres canales de la muestra en ambos géneros televisivos.

## S.2. TIPO DE PARTICIPACION POR GENERO TELEVISIVO

Cantidad de mujeres y hombres en el género informativo



Cantidad de mujeres y hombres en el género entretenimiento



Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad de mujeres y hombres según la participación en los diferentes programas, según género televisivo respectivamente, incluyendo los tres canales de la muestra de los tres segmentos horarios.

### S.3. TIPO DE PARTICIPACION POR SEGMENTO HORARIO Y GENERO TELEVISIVO

#### S.3.1. GENERO INFORMATIVO

Cantidad de mujeres y hombres del género informativo en el segmento matutino.



Cantidad de mujeres y hombres del género informativo en el segmento vespertino



Cantidad de mujeres y hombres del género informativo en el segmento nocturno



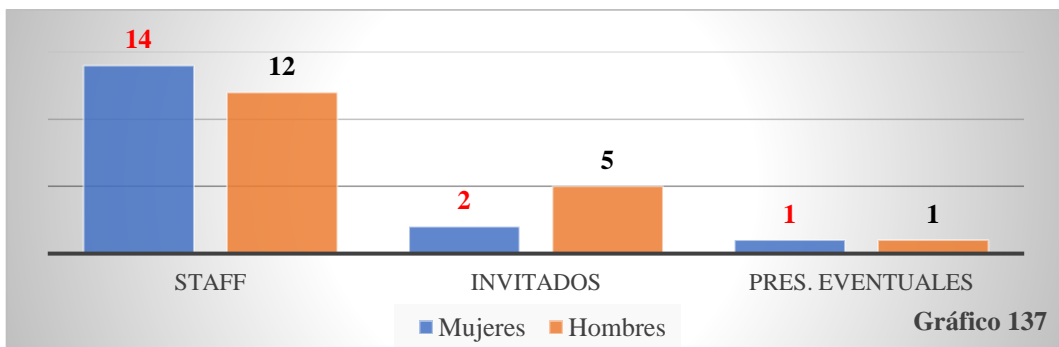
Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad de mujeres y hombres según la participación en los diferentes programas, del género informativo, según el segmento horario respectivamente, incluyendo los tres canales de la muestra.

### S.3.2. GENERO ENTRETENIMIENTO

Cantidad de mujeres y hombres del género entretenimiento en el segmento matutino.



Cantidad de mujeres y hombres del género entretenimiento en el segmento vespertino



Cantidad de mujeres y hombres del género entretenimiento en el segmento nocturno



Los datos de los gráficos corresponden a la cantidad de mujeres y hombres según la participación en los diferentes programas, del género entretenimiento, según el segmento horario respectivamente, incluyendo los tres canales de la muestra.



## **ANÁLISIS DE LOS DATOS**

### ***Tiempos de exposición***

En relación a los tiempos de exposición de los sujetos, es notable la amplia brecha que separa a mujeres y hombres de una posible paridad. Estos últimos no sólo ocupan el mayor tiempo en pantalla de forma exclusiva, sino también al momento de compartirla. Se presentan con más regularidad duplas masculinas que exposiciones mixtas.

En programas del género informativo en el segmento horarios de la mañana y tarde es común encontrar conducciones mixtas y más mujeres en piso, a diferencia de la noche donde la brecha se amplía notablemente sin lugar para la presencia femenina. En el espacio asignado a los diálogos se dan situaciones similares: las mujeres tienen un espacio de diálogo reducido en relación a los hombres al momento de presentar o desarrollar noticias incluso acotar información.

El caso del género entretenimiento donde la brecha es menor, ocupando las mujeres más espacio televisivo e incluso en los espacios dialógicos, cuentan con mayor presencia. La tendencia horaria también se repite en este caso, la presencia femenina cuenta con una leve exposición por la mañana, ascendiendo por la tarde y aumentando por la noche apenas. En cambio, los hombres mantienen una tendencia cercana a la paridad con las mujeres en las franjas matutina y vespertina, dando un gran salto por la noche donde sextuplican el tiempo de exposición a las mujeres en ese mismo espacio.

### ***Cantidad de mujeres/hombres y roles desempeñados***

La cantidad de mujeres en la pantalla representan un tercio del total en relación a los hombres, números que varían entre un género y otro.

En cuanto a los roles desempeñados, tanto la conducción como los invitados masculinos son los que poseen mayores tiempos de exposición. En los roles de columnistas, panelistas y móviles los tiempos superan a las mujeres hasta 5 veces más incluso en el rol de conducción.

Asimismo es de destacar que las mujeres que ejercen el rol de conducción sólo se presentan en el segmento vespertino, siendo principalmente co-conductoras por la mañana y nula presencia de este rol en el segmento nocturno.

### ***Géneros televisivos y segmentos horarios***

El género informativo tiene una predominancia masculina, brecha que se reduce en el género entretenimiento donde tanto la cantidad de mujeres y hombres, como los tiempos de exposición y diálogos poseen brecha más acotada de toda la muestra.

Si lo consideramos desde la segmentación horaria la brecha se amplía aún más en el segmento de la noche. Por su parte las mujeres tienen poca presencia a la mañana, sube a su máximo por la tarde y baja su presencia en la noche, a diferencia de los hombres que desde la mañana su presencia va en aumento.

### ***Contenidos abordados y móviles televisivos***

Sobre los temas desarrollados es importante destacar que en toda la muestra ninguna mujer desarrolló o acotó información de índole deportiva ni de tránsito. Solo un tercio desarrolló conceptos políticos y menos de la mitad temas económicos, los cuales priman en el horario nocturno. En el resto de los temas se mantiene una brecha más acotada pero siempre duplicando la cantidad de hombres en relación a las mujeres principalmente en el segmento matutino y vespertino.

En otros temas desarrollados las mujeres ocuparon los referidos a la pareja, la cocina y el hogar, quedando política internacional o hechos históricos en voces masculinas.

En relación a los móviles televisivos las mujeres ocupan muy poco espacio cubriendo política, ciudadanos y policiales y solo en el segmento vespertino. Dando la exclusividad a los hombres en deporte y clima, pero con mayor cobertura ya que la presencia masculina se registra en los tres segmentos horarios, manteniendo parejos la cantidad de sujetos entre la mañana y la tarde y reduciéndose por la noche.

### ***Tipo de participación***

Si bien es notoria la participación de la FFFT masculina, también es destacable la alta tasa de invitados hombres en los programas, principalmente de carácter político/económico en relación a la carencia de figuras femeninas en esos espacios, los

cuales son importantes ya que contribuyen a la construcción social de ideas y discursos sociales. También es preciso destacar que los invitados en el caso de programas informativos superan en más de tres veces el tiempo de exposición de mujeres que pertenecen al staff. En el caso de los hombres que pertenecen al staff en ambos géneros poseen una brecha mayor tanto en relación a mujeres del staff como invitados femeninos y masculinos.

### *Análisis por cada canal*

Canal América: está compuesto principalmente por programas de entretenimiento, espacio donde la brecha entre mujeres y hombres es más pequeña, por lo que la diferencia en la cantidad de sujetos y los tiempos de exposición de los mismos es la menor de toda la muestra, tanto de forma compartida como exclusiva.

Canal Todo Noticias: con una programación variada, a la inversa del canal América, posee sólo dos programas de entretenimiento ya que su estructura es principalmente informativa. Si bien es el canal con mayor cantidad de hombres –tres veces más que las mujeres- no se refleja esa diferencia en el tiempo de exposición, manteniendo el promedio general de toda la muestra. Hay conducciones mixtas tanto en la mañana como por la tarde, no así por la noche, momento en el cual predomina la presencia de hombres.

Canal C5N: con una programación enteramente informativa, no se registró en la muestra ningún programa de entretenimiento. Posee la brecha más amplia de toda la muestra. Si bien es el canal con menor cantidad de sujetos en pantalla y los hombres no llegan a triplicar la cantidad de mujeres, es el que mayor disparidad posee en los tiempos de exposición en pantalla con un nivel bajo de mujeres y una alta predominancia masculina. Único canal donde las mujeres no comparten pantalla, pero con un alto nivel de conducciones mixtas.

## APRECIACIONES FINALES

Las presentes conclusiones se asumen apenas como un avance exploratorio referido la temática, ya que hasta el momento se desconocen estudios similares en los que se registren datos como los relevados aquí, donde se comprende la programación completa de canales de cable de alcance nacional sin restricción horaria o de género televisivo.

Estos resultados evidencian la presencia de ciertos estereotipos de roles, como los presentados en el marco teórico, en torno al lugar que ocupó y continúa ocupando la mujer en la sociedad. Dichas afirmaciones se ven plasmadas tanto en los temas que desarrollan como aquellos que son abordados exclusivamente por hombres. Distinciones que a su vez impactan en los tiempos de exposición y diálogos asignados a cada uno al momento de desarrollar noticias e incluso las acotaciones sobre temas desarrollados.

En base a los presentes resultados es pertinente destacar algunos puntos más relevantes:

La cantidad de sujetos que ocupan la pantalla determina el primer mensaje que se transmite. La disparidad en relación a la cantidad de hombres por sobre las mujeres, situación no menor ya que la baja representación femenina o incluso la carencia en algunos tópicos, como el deportivo, forman parte de una visión del mundo signada por la unilateralidad. La ausencia de voces femeninas determina el lugar que le deja a la mujer en la sociedad y en las decisiones que se tomen tanto políticas, económicas como ideológicas.

En segundo lugar, las presencias eventuales que surgieron en la muestra evidenciaron que aún en los roles técnicos la mujer no ha ganado su espacio, incluso aquellos de tipo producción o de asistente de piso siguen siendo espacios masculinos. Y las ideas de los programas salen de la producción, lo que conlleva una carencia de visión femenina tanto en los temas abordados como en la forma de ser o no abordados.

Tercero, es realmente notorio el segmento horario dedicado a la mujer. La franja horaria vespertina en todos los canales, ya sea como resultado total o segmentado por canal, dio como resultado el pico mas alto de presencia femenina, dejando en segundo plano el turno matutino y casi nula -sino nula en algunos casos- la presencia de mujeres en el rango horario de la noche. Momento donde se concentran la mayor cantidad de

programas de índole político/económico, poniendo de manifiesto que es en este segmento horario donde la mujer no tiene presencia, ni voz ni voto.

En cuarto lugar, el espacio asignado a las mujeres, incluso en los roles de conducción/co-conducción, en más de una ocasión fue menor que panelistas y/o columnistas masculinos, quienes además contaban con mayor espacio dialógico.

## BIBLIOGRAFIA

**Adichie, C.** (2009) “El peligro de una sola historia”. Conferencia TED Global en Julio de 2009, Oxford, Inglaterra. Recuperado 2019.

[http://www.ted.com/talks/lang/spa/chimamanda\\_adichie\\_the\\_danger\\_of\\_a\\_single\\_story.html](http://www.ted.com/talks/lang/spa/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story.html)

**Aguirre Blanco, R.** (2011). “En seis décadas, 60 programas que fueron hitos en TV”. [en línea]. Asteriscos.tv. Recuperado 21-08-2021.

<https://www.asteriscos.tv/television-1031.html>

**Banco Mundial.** (2020) “Población, mujeres” (% del total)  
<https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL.FE.ZS>

**Barker, C.** (1999) “Televisión, globalización e identidades culturales” Barcelona. PAIDOS. FALTA COMPLETAR CITA

**Bernardo, A.** (2017) “¿Qué es el techo de cristal?” [En línea]. Hipertextual. Recuperado mayo 2019. En <https://hipertextual.com/2017/02/techo-cristal>

**Bonder, G.** (1994) “Mujer y educación en América Latina: hacia la igualdad de oportunidades”. [En línea]. Revista Iberoamericana de Educación Número 6, Género y Educación de septiembre - diciembre 1994. Biblioteca digital. Organización de Estados Iberoamericanos. Pag 4-10. En <https://rieoei.org/historico/oeivirt/rie06a01.pdf>

**Bourdieu, P.** (1998) “La dominación masculina”. Barcelona. Anagrama.

**Burin, M.** (2010) “Género y salud mental: construcción de la subjetividad femenina y masculina” sobre la base de una clase sobre Género y Salud mental, dictada en mayo de 2010 en la Facultad de Psicología de la Universidad de Buenos Aires. Recuperado 13-07-2019.

**Burin, M.** (2008) “Las «fronteras de cristal» en la carrera laboral de las mujeres. Género, subjetividad y globalización”. ANUARIO DE PSICOLOGÍA. Volumen 39. Número 1 Abril 2008. Facultad de Psicología. Universidad de Barcelona, España. Recuperado 13-07-2019.

**Canal Encuentro.** (2014). “Historia de un país” [en línea]. Historia de la televisión en la Argentina. T2, E15. Recuperado 21-08-2021.

<http://encuentro.gob.ar/programas/serie/8001/5530#top-video>

**Carbajal M.** (2019) “Ser ama de casa enferma”. [En línea]. Página 12. Recuperado 30 de junio 2019 en <https://www.pagina12.com.ar/203537-ser-ama-de-casa-enferma>

**Caullo, M.L. y Cereni, R.** (2019) “Mujeres: el desafío de Igualar oportunidades en el ámbito laboral”. Año 8 - Edición N° 25 – 7 de marzo de 2019. Foco Social. Fundación Mediterránea.

**Chaher, S. Pedraza, V.** (2018) “Sector publicitario y género”. Análisis comparado, conclusiones y recomendaciones. FUNDEPS y COMUNICACIÓN PARA LA IGUALDAD.

**De Beauvoir, S.** (1949) “El segundo sexo”. (15) Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Debolsillo, 2017.

**Díaz Langou, G.** (2020) “La pandemia puede abrir aún más las brechas de género que ya estaban presentes en la economía”. [CIPPEC](https://www.cippec.org/textual/la-pandemia-puede-abrir-aun-mas-las-brechas-de-genero-que-ya-estaban-presentes-en-la-economia/) (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento). <https://www.cippec.org/textual/la-pandemia-puede-abrir-aun-mas-las-brechas-de-genero-que-ya-estaban-presentes-en-la-economia/>. Recuperado Noviembre 2020.

**DNI.** (1997). “Historia de la televisión argentina”. Archivo Histórico RTA. Documental de la Secretaría de Cultura de la Nación. [en línea]. Recuperado 21-08-2021. <https://www.youtube.com/watch?v=Pz1Azvx1LEE>

**EMAKUNDE** (2000) “Enfocando el género en TV”. EMAKUNDE / Instituto Vasco de la Mujer [en línea]. Recuperado agosto 2021. [https://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/publicaciones\\_recursos/es\\_emakunde/adjuntos/fuera.01.enfocando.el.genero.en.tv.pdf](https://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/publicaciones_recursos/es_emakunde/adjuntos/fuera.01.enfocando.el.genero.en.tv.pdf).

**Engels, F.** (1884) “El origen de la familia, la propiedad privada y el estado”. [En línea]. Esta edición digital: Archivo Marx-Engels de la Sección en Español del Marxists Internet Archive ([www.marxists.org](http://www.marxists.org)), 2017. URL [https://www.marxists.org/espanol/m-e/1880s/origen/el\\_origen\\_de\\_la\\_familia.pdf](https://www.marxists.org/espanol/m-e/1880s/origen/el_origen_de_la_familia.pdf).

**Fallas Arias, T.** “Apuntes para hilvanar una historia sobre las mujeres”. (2013) Revista Humanidades [En línea] 2013, 3 (Enero-Diciembre). Recuperado 20 de junio de 2019. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4920523>

**FOPEA.** “Mujeres periodistas en la Argentina. Situación laboral y rol profesional de las comunicaciones en el país”. 2018. [En línea] Estudio cuantitativo a nivel nacional Informe de resultados Buenos Aires, noviembre de 2018. Recuperado mayo 2019 <https://www.fopea.org/la-situacion-de-las-mujeres-periodistas-en-las-redacciones-argentinas/>

- Friedan, B.** (1963) “La mística de la feminidad”. Madrid. Catedra Universitat de Valencia instituto de la mujer. 2009
- Heramm, Y.** “La televisión argentina: historia y composición”. [En línea] Recuperado 20-08-2021. <https://www.teseopress.com/tele/chapter/la-television-argentina-historia-y-composicion/>
- Loden, M.** (2017) “Marilyn Loden, la mujer que inventó la expresión «techo de cristal»" Recuperado 12-07-2019 Entrevista realizada por la BBC <https://www.bbc.com/mundo/noticias-42338736>
- Ménage, G.** (1690) “Historia de las mujeres filósofas” (2009) Barcelona. Herder.
- Mill, J. S.** (1869) “La esclavitud femenina”. ARTEMISA
- Oliva, U.** (1999) “Sociedad y Medios Masivos” El Caminante.
- ONU MUJERES.** (1995) “Declaración y Plataforma de Acción de Beijing”. Recuperado 31-08-2021. <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/Publicaciones/2015/9853.pdf>
- Rocha-Martin, M. F.** (2006) “La TV y las mujeres. Roles asumidos por las Mujeres en la TV informativa local”. Tesis de Grado de la Licenciatura en Comunicación Social. UNC.
- Scott, J.** “El género: una categoría útil para el análisis histórico”. 1996. URL [https://www.fundacionhenrydunant.org/images/stories/biblioteca/Genero-Mujer-Desarrollo/El\\_Genero\\_Una\\_Categoria\\_Util\\_para\\_el\\_Analisis\\_Historico.pdf](https://www.fundacionhenrydunant.org/images/stories/biblioteca/Genero-Mujer-Desarrollo/El_Genero_Una_Categoria_Util_para_el_Analisis_Historico.pdf)
- UNICEF.** “ENCUESTA COVID-19”. Encuesta de Percepción y Actitudes de la Población. Impacto de la pandemia COVID-19 y las medidas adoptadas por el gobierno sobre la vida cotidiana. Distribución de tareas y cuidados en el hogar. [En línea] Encuesta [UNICEF](https://www.unicef.org/argentina/media/8051/file) Pág. 16. <https://www.unicef.org/argentina/media/8051/file>
- Verón, E.** (1983) “Construir el acontecimiento”. Gedisa
- Verón, E.** (1993). “La semiosis social”. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Gedisa. Cap. II el sentido de la producción discursiva.



## **Anexo**

CANAL AMERICA. Muestra del 24 al 28 de junio

**Nombre del programa:** Buenos días América extra.

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes de 9 a 10:30.

**Muestra:** lunes 24-06-2019. Horario: 9 a 10.

Conducción. Antonio Laje

Co-conducción. Julieta Navarro.

Invitados: Miguel Blanco y Guadalupe Guerrero.

Comunicación tel.: Fiscal Jorge Di Lello.

Columnistas: Fernando Carolei; Rubén Rabanal; Carlos Salerno; **Luciana Arias y**

**Darío D'Amore no llegan a desarrollar tema**

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Co-conducción	1	
Columnistas	1	4
Invitados	1	1
Comunicación tel.		1

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política		3
Economía		3
Entretenimiento	1	
Ciudadanos/Protestas		1
Policiales		1
Tecnología y RRSS		1
Otros / divorcio	1	

<b>Temas tratados Staff</b>	Mujeres	Hombres
Política		2
Economía		2
Entretenimiento	1	
Ciudadanos/Protestas		1
Policiales		1
Tecnología y RRSS		1

<b>Temas tratados invitados</b>	Mujeres	Hombres
Política		1
Economía		1
Otros / divorcio	1	

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		633
Co-conducción	168	
Columnistas	3	386
Invitados	39	95

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exclusivo	210	1114

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Mujeres	203	446
Hombres	446	842
Imágenes	38	3

#### DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		856
Co-conducción	327	
Columnistas	24	1428
Invitados	387	288
Comunicación tel.		221

**Nombre del programa:** Involucrados.

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes de 10:30 a 13.

**Muestra:** martes 25-06-2019. Horario: 10:30 a 11:30hs.

Conducción. Mariano Iúdica

Co-conducción: Débora Plager; Pía Shaw

Locución: Julián Pérez Regio

Panelista: Sol Pérez; Diego Estévez; Saco negro. Luis Ventura; Mauro Federico

Invitado: Mariano De la Canal

Comunicación tel.: Miguel Angel Cheruti. Dr. Cristian Pérez Latorre

Presencias eventuales: Técnicos/producción: 3; Chef David Suarez y Betsy

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Co-conducción	2	
Panelistas	1	4
Locución		1
Invitados		1
Comunicación tel.		2
Presencias eventuales	1	4

**Temas tratados.**

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Entretenimiento		3
Policiales		2
Otros /Cirugías / Salud		2

<b>Temas tratados Staff</b>	Mujeres	Hombres
Entretenimiento		2
Policiales		2

<b>Temas tratados Invitados</b>	Mujeres	Hombres
Entretenimiento		1
Otros /Cirugías / Salud		2

## EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		223
Co-conducción	187	
Panelistas	126	276
Invitados		114
Comunicación tel.		72
Presencias eventuales	4	25

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exclusivo	317	710

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Mujeres	82	849
Hombres	849	586
Imágenes	19	117

## DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		1427
Co-conducción	642	
Panelistas	210	813
Locución		21
Invitados		366
Comunicación tel.		473
Presencias eventuales	4	127

**Nombre del programa:** Intrusos en el espectáculo.

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes de 13 a 15:30.

**Muestra:** miércoles 26-06-2019. Horario: 13 a 14hs.

Conducción: Jorge Rial

Panelistas: Marcela Tauro, Adrián Pallares, Damián Rojo, Daniel Ambrosino, Angie Balbiani, Guido Záfiora y Débora D'Amato.

Invitado: Ruben Orlando

Móvil: Juani, Gonzalo Vázquez

Locución: masculina

Presencias eventuales: promotora Cimes.

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Panelistas	3	4
Móvil		1
Locución		1
Invitados		1
Presencias eventuales	1	

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Entretenimiento	1	4
Policiales		1

<b>Cobertura móvil</b>	Mujeres	Hombres
Entretenimiento		1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		621
Panelistas	164	481
Invitados		12

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	164	1114

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	322	236

DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		1025
Panelistas	399	1060
Móvil		37
Locución		96
Invitados		2
Presencias eventuales	11	

**Nombre del programa:** Pamela a la tarde.

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes de 15:30 a 17:15.

**Muestra:** jueves 27-06-2019. Horario: 15:30 a 16.30hs

Conducción: Pamela David

Locución: Charly

Panelistas: Carlos Monty, Facundo Pastor, Amelie Granata, Carmela Bárbaro, Soledad

Larghi

Invitado: Fredy Villarreal

Columnistas: Rolando Graña.

Móvil: Con Doman y Ma Laura antes de casarse. **Sin movilero en cámara**

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción	1	
Columnistas		1
Panelistas	3	2
Móvil	s/movilera	s/movilero
Locución		1
Invitados		1

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política		1
Policiales	2	2

<b>Cobertura móvil</b>	Mujeres	Hombres
Entretenimiento		

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción	265	
Panelistas	42	190
Invitados		254

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exclusivo	307	444



<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	376	17
Imágenes	428	382

DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción	969	
Columnistas		244
Panelistas	363	430
Locución		26
Invitados		270

**Nombre del programa:** Incorrectas.

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes de 17:15 a 19.

**Muestra:** viernes 28-06-2019. Horario: 17:15 a 18:15hs

Conducción: Moria Casan

Locución: masculina.

Panelistas: Nora Cárpenas, Carolina Papaleo, Celina Rucci, Mica Viciconte, Silvina Luna, Stefy Xipolitakis,

Invitados: 3 Imitadores de Moria. Esther Goris. Silvia Freire.

Presencias eventuales: Asistente de piso.

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción	1	
Panelistas	6	
Locución		1
Invitados	2	3
Presencias eventuales		1

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política	2	
Entretenimiento	1	

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción	658	
Panelistas	386	
Locución		5
Invitados	59	14

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	1103	19

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Mujeres	539	115
Hombres	115	22
Imágenes	108	0

## DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción	1069	
Panelistas	476	
Locución		256
Invitados	182	

**Nombre del programa:** América noticias.

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes de 19 a 20.

**Muestra: viernes 09-08-2019.** Horario: 19 a 20hs.

Por problemas en la muestra inicial, debió tomarse nuevamente la misma. No se pudo realizar sobre el día correspondiente.

Conducción: Guillermo Andino

Co-conducción: Mónica Gutiérrez

Columnistas: Javier Pastor, Rolando Graña, Fernando Carolei. Dr. Milton Dan, Sofia Macaggi, Leandro Illia

Movilero Cristian Balbo / Movilera Fernanda Heras

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Co-conducción	1	
Columnistas	1	5
Móvil	1	1

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política	1	1
Economía	1	1
Entretenimiento	1	
Deportes		1
Policiales	1	2
Tecnología y RRSS		1
Otros / SALUD		1

<b>Cobertura móvil</b>	Mujeres	Hombres
Policiales	1	1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		233
Co-conducción	95	
Columnistas	90	496
Móvil		13

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	185	742

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	371	315
Imágenes		22

DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		760
Co-conducción	366	
Columnistas	130	1194
Móvil	58	152

**Nombre del programa:** Polémica en el bar

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes de 20 a 21:30.

**Muestra:** martes 25-06-2019. Horario: 20 a 21hs.

Conducción. Mariano Iúdica

Locución. Silvina Gualtieri

Panelistas: Gastón Recondo, Samuel “Chiche” Gelblung, Pablo Duggan, Flavio Azzaro, Alberto Martín, Imitador de Luis Majul. Sol Pérez.

Invitados: Marcelo Palacios, Claudio “el turco” García.

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Panelistas	1	6
Locución	1	
Invitados		2

<b>Temas Tratados</b>	Mujeres	Hombres
Entretenimiento		4

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		163
Panelistas	76	243
Invitados		58

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	76	464

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	511	452
Imágenes	108	378

#### DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		1251
Panelistas	160	729
Locución		127
Invitados		188

**Nombre del programa:** Intratables

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes de 21:30 a 23:15.

**Muestra:** miércoles 26-06-2019. Horario: 21:30 a 22:30hs

Conducción: Fabian Doman

Locución: femenina

Panelistas: Débora Plager, Ernestina Pais, Carolina Losada, Catalina de Elia, Cecilia Zuberbülher. Diego Brancatelli, Pablo Vilouta, Ceferino Reato, Jorge Giacobbe, Luis Bremer, Dalessandro

Invitados: Miguel Boggiano Diego Falcone y Damián Di Pacce

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Panelistas	5	6
Locución	1	
Invitados		3

#### **Temas tratados**

<b>Temas Tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política	2	4
Economía	1	3

<b>Temas Tratados staff</b>	Mujeres	Hombres
Política	2	4
Economía	1	

<b>Temas Tratados invitados</b>	Mujeres	Hombres
Economía		3

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		390
Panelistas	190	348
Invitados		525

	Mujeres	Hombres
Exposición	190	1263

Compartido	Mujeres	Hombres
Mujeres	0	318
Hombres	318	126

DIALOGOS

Roles	Mujeres	Hombres
Conducción		772
Panelistas	385	737
Locución	111	
Invitados		953



**Nombre del programa:** Animales sueltos.

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes de 23:15 a 1am.

**Muestra:** lunes 01-07-2019. Horario: 23:15 a 23:58hs.

El día original de la muestra, la única mujer que integra el panel no estaba por lo que se tomó una nueva muestra para evitar sesgo intentando ser lo más objetiva posible

Conducción: Alejandro Fantino.

Locución. masculina

Panelistas: Javier Calvo, Romina Mangel, Fernando Carnota, Maximiliano Montenegro.

Invitados. Rosendo Fraga, Jorge Rizzo.

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Panelistas	1	3
Invitados		2

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política/elecciones		3

<b>Temas tratados staff</b>	Mujeres	Hombres
Política/elecciones		2

<b>Temas tratados invitados</b>	Mujeres	Hombres
Política/elecciones		1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		541
Panelistas	80	579
Invitados		331

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	80	1451

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	130	92

## DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		714
Panelistas	234	958
Invitados		458

CANAL TODO NOTICIAS. Muestra del 1 al 5 de julio.

**Nombre del programa:** TN de 6 a 10.

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes de 6 a 10

**Muestra:** lunes 01-07-2019. Horario: 9 a 10hs.

Conducción: Sergio Lapegüe

Co-conducción. Roxana Vázquez.

Columnistas: Diego Poggi, Fernando Molinero, Nazarena Di Serio, Leo Paradizo, Marcelo Bonelli

Móvil: José Bianco, Juan Butvilofsky, Marcos Barroca, Otro movilero, **entrevista a testigo sin movilero en cámara.**

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Co-conducción	1	
Columnistas	1	4
Móvil		3

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política		1
Economía	1	1
Entretenimiento	1	
Deportes		1
Clima	1	

<b>Cobertura móvil</b>	Mujeres	Hombres
Clima / eclipse		1
Deportes / CA		1
Policiales / choque (2)		1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		150
Co-conducción	113	
Columnistas	13	306
Móvil		616

	Mujeres	Hombres
Exposición	126	1072

Compartido	Mujeres	Hombres
Hombres	226	450
Imágenes	238	87

DIALOGOS

Roles	Mujeres	Hombres
Conducción		735
Co-conducción	556	
Columnistas	132	947
Móvil		957

**Nombre del programa:** TN de 10 A 14.

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes de 10 a 14.

**Muestra:** martes 02-07-2019. Horario: 10 a 11hs.

Conducción: Guillermo Lobo

Co-conducción: Lorena Maciel

Columnistas: Nazarena Di Serio, Cecilia Martí, Diego Poggi, Gustavo Baabour

Movilera: Matías Bertolotti, José Bianco, Federico Wiemeyer, Nelson Castro, José Inesta

Darío Lopreite, Juan Butvilofsky

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Co-conducción	1	
Columnistas	2	2
Móvil		7

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Entretenimiento	1	
Deportes		1
Policiales	1	1
Tecnología y RRSS		1
Clima / Eclipse	1	

<b>Cobertura móvil</b>	Mujeres	Hombres
Clima / eclipse		4
Policiales / choque		2
Copa América		1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		177
Co-conducción	189	
Columnistas	146	78
Móvil		220

	Mujeres	Hombres
Exposición	335	475

Compartido	Mujeres	Hombres
Mujeres	0	564
Hombres	564	797
Imágenes	0	168

#### DIALOGOS

Roles	Mujeres	Hombres
Conducción		632
Co-conducción	528	
Columnistas	340	408
Móvil		1473

**Nombre del programa:** Meta Data.

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes de 14 a 17.

**Muestra:** miércoles 03-07-2019. Horario: 14 a 15hs.

Conducción: Paula García

Co-conducción: Federico Seeber

Columnistas: Silvia Martínez, Paula Bernini, Diego Ruscitti

Móvil: José Inesta, Marcelo Peláez, Gonzalo Aziz, Ignacio González Prieto.

**Butvilofsky desde Brasil. Julio Bazán sociales no llegan a salir en los MOVILES**

**Silvia y Paula no llegan a desarrollar tema**

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción	1	
Co-conducción		1
Columnistas	2	1
Móvil		4

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política	1	
Deportes		1
Policiales	1	1
Tecnología y RRSS		1
Otros / Comida	1	

**Móviles policiales y político.**

<b>Cobertura móvil</b>	Mujeres	Hombres
Policiales / choque		3
Política		1

EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción	50	
Co-conducción		424
Columnistas	237	18
Móvil		165

	Mujeres	Hombres
Exposición	287	607

Compartido	Mujeres	Hombres
Mujeres	30	280
Hombres	280	0
Imágenes	11	357

#### DIALOGOS

Roles	Mujeres	Hombres
Conducción	462	
Co-conducción		496
Columnistas	337	39
Móvil		1126



**Nombre del programa:** Está pasando

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes de 17 a 19.

**Muestra:** jueves 04-07-2019. Horario: 17 a 18hs.

Conducción: Pepe Gil Vidal.

Co-conducción: Sandra Borghi.

Comunicación tel.: Periodista Omar Lugo

Columnistas: Nicolas Singer, Marcela Pagano, Mariana Mactas, Marina Fernández, Alejandro Ramos

Movilera: Nuria, Javier Lozano, Marcelo Peláez.

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Co-conducción	1	
Columnistas	3	2
Móvil	1	2
Comunicación tel.		1

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política (nac e internac)	1	2
Economía	1	
Entretenimiento	1	
Deportes		1
Policiales (internac))	1	1
Ciudadanos/alto frio	1	1
Tránsito		1
Clima	1	
Otros/ política internacional.		
Alerta epidemiológica	1	1

<b>Temas tratados Staff</b>	Mujeres	Hombres
Política (e internac)	1	1
Economía	1	
Entretenimiento	1	
Deportes		1
Policiales (internac))	1	1

Ciudadanos/alto frio	1	1
Tránsito		1
Clima	1	
Otros/ política internacional. Alerta epidemiológica	1	1

<b>Temas tratados invitados</b>	Mujeres	Hombres
Política (Vzl)		1

<b>Cobertura móvil</b>	Mujeres	Hombres
Ciudadanos/ Protestas	1	1
Policiales		1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		42
Co-conducción	11	
Columnistas	33	40
Móvil	21	14

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	65	96

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	71	63
Imágenes	61	20

#### DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		394
Co-conducción	515	
Columnistas	679	389
Móvil	168	199
Invitado / Com tel		191

**Nombre del programa:** TN central

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes de 19 a 22.

**Muestra:** viernes 05-07-2019. Horario: 19 a 20hs.

Conducción: Nicolás Wiñaski

Co-conducción: Carolina Amoroso

Columnistas: Santiago Do Rego, Alejandro Ramos, Marcela Pagano, Nicolas Singer, Mariana Mactas, Marina Fernández

Comunicación tel.: Dietrich Min de transporte

Móvil: Marcelo Peláez, Darío Lopreites

**Do Rego y Singer no llegan a desarrollar tema**

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Co-conducción	1	
Columnistas	3	2
Móvil		2
Comunicación tel.		1

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Economía	1	
Entretenimiento	1	
Ciudadanos/Protestas	1	2
Tránsito		1
Clima	1	

<b>Temas tratados staff</b>	Mujeres	Hombres
Economía	1	
Entretenimiento	1	
Ciudadanos/Protestas	1	1
Tránsito		1
Clima	1	

<b>Temas tratados invitado</b>	Mujeres	Hombres
Ciudadanos/Protestas		1

<b>Cobertura móvil</b>	Mujeres	Hombres
Ciudadanos/Protesta		2

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		130
Co-conducción	53	
Columnistas	207	34
Móvil		82

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	260	246

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	173	
Imágenes	35	2

#### DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		293
Co-conducción	367	
Columnistas	410	164
Móvil		347
Invitado / Com tel		648

**Nombre del programa:** TN de noche

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes de 23 a 00.

**Muestra:** martes 02-07-2019. Horario: 23 a 00hs.

Conducción: Franco Mercuriani

Comunicación tel.: Rodrigo Saliva desde Bariloche, Celeste

Columnistas: Juan Butvilofsky, Deportes; Juan Fabracci Espectáculos.

Móvil: Ignacio González Prieto.

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Columnistas		2
Móvil		1
Comunicación tel.:	1	1

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política		1
Economía		1
Entretenimiento		1
Deportes		1
Ciudadanos/Protestas	1	1
Policiales		2
Clima		1
Otros/ el hombre a la luna		1

<b>Temas tratados Staff</b>	Mujeres	Hombres
Política		1
Economía		1
Entretenimiento		1
Deportes		1
Ciudadanos/Protestas		1
Policiales		1
Clima		1
Otros/ el hombre a la luna		1

<b>Temas tratados Invitados</b>	Mujeres	Hombres
Ciudadanos/Protestas	1	
Policiales		1

<b>Cobertura móvil</b>	Hombres
Policiales	1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		349
Columnistas		199
Móvil		80

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	0	628

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Imágenes	0	56

#### DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		651
Columnistas		711
Móvil		260
Comunicación tel.	197	328

**Nombre del programa:** Desde el llano

**Día y hora de emisión** lunes de 22 a 23.

**Muestra:** lunes 01-07-2019. Horario: 22 a 23hs

Conducción: Joaquín Morales Solá

Invitados: Jorge Faurie; Elisa Carrió

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Invitados	1	1

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política	1	2
Economía	1	1

<b>Temas tratados staff</b>	Mujeres	Hombres
Política		1

<b>Temas tratados invitados</b>	Mujeres	Hombres
Política	1	1
Economía	1	1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		435
Invitados	1442	626

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	1442	1061

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	299	114

#### DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		632
Invitados	1641	682

**Nombre del programa:** Palabra de Leuco

**Día y hora de emisión:** martes 22 a 23.

**Muestra:** martes 02-07-2019. Horario: 22 a 23hs.

Conducción: Alfredo Leuco.

Invitada/o: Alejandro Fargosi, Marcelo Birmajer

Columnistas: Martin Tetaz, Federico Andahazi, Adriana Amado

**Andahazi y Amado no llegan a desarrollar tema**

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Columnistas	1	2
Invitados		2

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política		3
Economía		1

<b>Temas tratados Staff</b>	Mujeres	Hombres
Política		1
Economía		1

<b>Temas tratados invitados</b>	Mujeres	Hombres
Política		2

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		1176
Columnistas	7	340
Invitados		591

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	7	2107

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	121	139
Imágenes	0	450



## DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		1151
Columnistas	4	370
Invitados		727

**Nombre del programa:** A dos voces

**Día y hora de emisión:** miércoles 22 a 23.

**Muestra:** miércoles 03-07-2019. Horario: 22 a 23hs.

Conducción: Marcelo Bonelli, **Edgardo Alfano (no está)**

Invitados: Horacio Rodríguez Larreta, Diego Santilli. Cristian Ritondo.

Analistas políticos: Pablo Knopoff, Federico Gonzalez, Sergio Doval. Jorge Altamira, Roberto Cachanosky, Agustin D'Atellis.

**Jorge Altamira, Roberto Cachanosky, Agustin D'Atellis no llegan a desarrollar tema.**

Columnistas: Sergio Farela

<b>Roles</b>	Hombres
Conducción	1
Columnistas	1
Invitados	9

<b>Temas tratados</b>	Hombres
Política / elecciones	8
Tecnología y RRSS	1

<b>Temas tratados Staff</b>	Hombres
Política / elecciones	2
Tecnología y RRSS	1

<b>Temas tratados Invitados</b>	Hombres
Política / elecciones	6

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		560
Columnistas		34
Invitados		1119

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	0	1713

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	0	1070

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		1061
Columnistas		38
Invitados		2155

DIALOGOS

**Nombre del programa:** Ya somos grandes

**Día y hora de emisión:** jueves 22 a 23.

**Muestra:** jueves 04-07-2019. Horario: 22 a 23hs.

Conducción: Diego Leuco

Invitado: Fernando Bravo; Dante Sica Min. De Producción

Columnistas: Santiago Fioriti, Lucia Salinas, Marcela Pagano.

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Columnistas	2	1
Invitados		2

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política	2	3
Economía	1	2

<b>Temas tratados Staff</b>	Mujeres	Hombres
Política	2	2
Economía	1	1

<b>Temas tratados invitados</b>	Mujeres	Hombres
Política		1
Economía		1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		645
Columnistas	412	156
Invitados		1300

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	412	2101

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	240	11
Imágenes		169

## DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		799
Columnistas	548	164
Invitados		1369

**Nombre del programa:** La rosca

**Día y hora de emisión:** jueves 23 a 00.

**Muestra:** jueves 04-07-2019. Horario: 23 a 00hs.

Conducción: Eduardo Van Der Kooy.

Co-conducción: Daniel Fernández Canedo

Invitada: Verónica Magario y Axel Kicillof

Columnistas: Pablo. Imitador de Sergio Massa y Julio Bárbaro.

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Co-conducción		1
Columnistas		1
Panelistas. Imitador		1
Invitados	1	1

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política	1	2
Economía	1	2
Entretenimiento		2

<b>Temas tratados staff</b>	Mujeres	Hombres
Política		1
Economía		1
Entretenimiento		2

<b>Temas tratados invitados</b>	Mujeres	Hombres
Política	1	1
Economía	1	1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		239
Co-conducción		75
Columnistas		80
Invitados	469	1083

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	469	1477

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	292	491

DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		617
Co-conducción		318
Columnistas		186
Panelistas		118
Invitados	608	1446

**Nombre del programa:** En el camino

**Día y hora de emisión:** viernes 22 a 23.

**Muestra:** viernes 05-07-2019. Horario: 22 a 23hs.

Conducción: Mario Markic

Invitados: Graciela, Carla, Martha, Kazunori Kosaka, Martin, Diego

Locución Mario Markic

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Invitados	3	3

<b>Temas tratados Invitados</b>	Mujeres	Hombres
Otros / jardines	3	3

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		59
Invitados	275	452

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	275	511

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	28	47

#### DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		1353
Invitados	434	766



**Nombre del programa:** Fenómenos

**Día y hora de emisión:** viernes 23 a 00.

**Muestra:** viernes 05-07-2019. Horario: 23 a 00hs.

Conducción: José Bianco.

Presencias eventuales: camarógrafos Fierita, Hernán Pereyra, Juan Pablo Chávez, cocinero y ayudante de cocina, producción Laura, sujetos de la producción/técnica 6.

Móvil: Matías Bertolotti. **(es co-conductor del programa)**

Roles	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Móvil		1
Presencias eventuales	1	11

Temas tratados Staff	Hombres
Clima	1

Cobertura móvil Staff	Hombres
Clima	1

#### EXPOSICION

Roles	Mujeres	Hombres
Conducción		239
Móvil		151
Presencias eventuales	9	81

	Mujeres	Hombres
Exposición	9	471

Compartido	Mujeres	Hombres
Hombres	240	793
Imágenes		389

#### DIALOGOS

Roles	Mujeres	Hombres
Conducción		1422
Móvil		588
Presencias eventuales	15	261

CANAL C5N. Muestra del 8 al 12 de julio.

**Nombre del programa:** Mañanas Argentinas

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes 06:30 a 09:30.

**Muestra:** lunes 08-07-2019. Horario: 09 a 09:30hs.

Conducción: Guillermo Favale

Co-conducción: María Sol Urroz

Columnistas: Yanina Álvarez, Raúl Tuny Kollmann, Ignacio “Nacho” Prieto

Móvil: Deportes Wimbledon. / Móvil **entrevista a Diego sin movilero en cámara**

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Co-conducción	1	
Columnistas	1	2
Móvil		1

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política		1
Deportes		1
Policiales	1	

<b>Cobertura móvil</b>	Mujeres	Hombres
Deportes		1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		7
Columnistas	20	204
Móvil		114

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	20	325

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	207	0
Imágenes	41	408

## DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		309
Co-conducción	143	
Columnistas	125	613
Móvil		148

**Nombre del programa:** Argentina en vivo

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes 09:30 a 12:30.

**Muestra:** lunes 08-07-2019. Horario: 09:30 a 10.

Conducción: Claudio Rígoli

Co-conducción: Agustina Scioli

Columnistas: Diego Angeli, Raúl “Tunny” Kollmann

Móvil: Diego Gabriele.

**Gabriel Michi: Columnista en Actualidad Nacional e Internacional. No llega a desarrollar tema**

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Co-conducción	1	
Columnistas		2
Móvil		1

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política		1
Policiales	1	
Clima		1

<b>Cobertura móvil</b>	Mujeres	Hombres
Policiales		1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Columnistas		164
Móvil		51

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	0	215

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	457	
Imágenes		380

#### DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		221
Co-conducción	174	
Columnistas		751
Móvil		506

**Nombre del programa:** Nos Vemos

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes 12:30 a 15.

**Muestra:** martes 09-07-2019. Horario: 12:30 a 13:30hs.

Conducción: Antonio Fernández Llorente

Co-conducción: Carla Rebello

Línea editorial: Llorente

Columnistas: **Alejandra Quevedo (espectáculos) No desarrolla**

Movilera: Paula, protesta social. Sol De la Rúa.

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Co-conducción	1	
Móvil	2	

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política	1	1
Ciudadanos/Protestas	1	1
Otros / Desfile 9 de julio	1	1

<b>Cobertura móvil</b>	Mujeres	Hombres
Política	1	
Ciudadanos/Protestas	1	

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Móvil	86	

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	86	

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Mujeres		147
Hombres	147	
Imágenes	92	177

DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		988
Co-conducción	727	
Móvil	355	

**Nombre del programa:** Minuto a minuto

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes 15 a 17.

**Muestra:** miércoles 10-07-2019. Horario: 15 a 16hs.

Conducción: Luciana Rubinska

Co-conducción: Adrián Salonia

Columnistas: Mariano Martin.

Movil: Claudio.

Invitados: Jonatan Loidi Consultor Pyme, Marcelo Siddig Empresario textil Pyme y Juan

Ciulli empresario industrial pyme.

Comunicación tel.: Horacio Jaunarena, María del Carmen Verdú

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción	1	
Co-conducción		1
Columnistas		1
Móvil		1
Invitados		3
Comunicación tel.	1	1

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política	2	5
Economía	1	4

<b>Temas tratados Staff</b>	Mujeres	Hombres
Política	1	1
Economía	1	1

<b>Temas tratados invitados</b>	Mujeres	Hombres
Política	1	4
Economía		3

<b>Cobertura móvil</b>	Mujeres	Hombres
Política		1



## EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción	30	
Co-conducción		14
Columnistas		46
Móvil		108
Invitados		223

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	30	391

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	294	222
Imágenes		1028

## DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción	302	
Co-conducción		310
Columnistas		207
Móvil		139
Invitados		1372
Comunicación tel.	284	261

**Nombre del programa:** El diario

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes 17 a 20.

**Muestra:** jueves 11-07-2019. Horario: 17 a 18hs.

Conducción: Víctor Hugo Morales

Co-conducción: Lucila Trujillo

Línea editorial: Víctor

Columnistas: Dra. Julia Estrada, Paulo Kablan, Mariano Martin, Javier Torrente, Cristian Romero, Mauro Fulco. **Columnista invitado Iván Schargrotsky, para hablar del acto de Fernández y política. NO llega a salir en cámara**

Móvil: Pablo Messina.

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Co-conducción	1	
Columnistas	1	5
Móvil		1

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política	1	2
Economía	1	1
Ciudadanos/Protestas	2	3
Policiales		2
Tránsito		1
Clima		1

<b>Cobertura móvil</b>	Mujeres	Hombres
Política		1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		619
Co-conducción	94	
Columnistas	405	442
Móvil		11

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	499	1072

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	138	54
Imágenes		556

#### DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		631
Co-conducción	226	
Columnistas	398	1205
Panelistas		
Móvil		156

**Nombre del programa:** Minuto uno

**Día y hora de emisión:** lunes a viernes 20 a 22.

**Muestra:** viernes 12-07-2019. Horario: 20 a 21hs

Conducción: Gustavo Sylvestre

Invitado: Hugo Moyano.

Línea editorial: Sylvestre

Columnistas: Fernando Alonso, Irina Hauser. Juan Amorín

Móvil: Pablo Mesinas

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Columnistas	1	2
Móvil		1
Invitados		1

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política	1	3
Economía		1
Ciudadanos/Protestas		3

<b>Temas tratados Staff</b>	Mujeres	Hombres
Política	1	2
Economía		1
Ciudadanos/Protestas		2

<b>Temas tratados invitados</b>	Mujeres	Hombres
Política		1
Ciudadanos/Protestas (sind)		1

<b>Cobertura móvil</b>	Mujeres	Hombres
Ciudadanos/protestas		1

EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		823

Co-conducción		
Columnistas	138	179
Panelistas		
Móvil		
Locución		
Invitados		665
Invitado / Com tel		
Presencias eventuales		

	Mujeres	Hombres
Exposición	138	1667

Compartido	Mujeres	Hombres
Hombres		194
Imágenes	23	77

#### DIALOGOS

Roles	Mujeres	Hombres
Conducción		1140
Columnistas	161	360
Móvil		144
Invitados		769

**Nombre del programa:** ADN

**Día y hora de emisión:** martes a viernes 22 a 23.

**Muestra:** jueves 11-07-2019. Horario: 22 a 23hs.

Conducción: Tomás Méndez

Invitada: Natalia Salvo. Abogada, Gustavo Vera.

Línea editorial: Tomás Méndez

Columnistas: Pablo, Juan

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Columnistas		2
Invitados	1	1

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política	1	4

<b>Temas tratados Staff</b>	Mujeres	Hombres
Política		3

<b>Temas tratados Invitados</b>	Mujeres	Hombres
Política	1	1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		793
Columnistas		249
Invitados	24	259

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	24	1301

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	301	348
Imágenes	0	70

## DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		1053
Columnistas		323
Invitados	163	574

**Nombre del programa:** Brotes Verdes

**Día y hora de emisión:** martes 23 a 00.

**Muestra:** martes 09-07-2019. Horario: 23 a 00hs.

Conducción: Alejandro Bercovich

Invitado: Sergio Palazzo, Matias Lammens

Columnistas: Noe Barral Grigera.

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Columnistas	1	
Invitados		2

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política	1	3
Economía		2
Ciudadanos/Protestas. Sindicalismo		2

<b>Temas tratados Staff</b>	Mujeres	Hombres
Política	1	1
Economía		1
Ciudadanos/Protestas. Sindicalismo		1

<b>Temas tratados invitados</b>	Mujeres	Hombres
Política		2
Economía		1
Ciudadanos/Protestas. Sindicalismo		1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		1377
Columnistas	296	
Invitados		948



	Mujeres	Hombres
Exposición	296	2325

Compartido	Mujeres	Hombres
Hombres	77	167

DIALOGOS

Roles	Mujeres	Hombres
Conducción		1392
Columnistas	333	
Invitados		980

**Nombre del programa:** Desafío 20.19

**Día y hora de emisión:** lunes 22 a 23.

**Muestra:** lunes 08-07-2019. Horario: 22 a 23hs.

Conducción: Marcelo Zlotogwiazda

Invitado: Roberto Lavagna.

Columnistas: José Natanson, Emmanuel Álvarez Agis, Joana Ibarrola

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Columnistas	1	2
Invitados		1

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política		3
Economía		3
Ciudadanos/Protestas	1	

<b>Temas tratados Staff</b>	Mujeres	Hombres
Política		2
Economía		2
Ciudadanos/Protestas	1	

<b>Temas tratados invitados</b>	Mujeres	Hombres
Política		1
Economía		1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		857
Columnistas	85	234
Invitados		509

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	85	1600

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
-------------------	----------------	----------------

Hombres	70	606
---------	----	-----

DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		1094
Columnistas	146	641
Invitados		642

**Nombre del programa:** Recalculando

**Día y hora de emisión:** lunes y jueves de 23 a 00.

**Muestra:** lunes 08-07-2019. Horario: 23 a 00hs.

Conducción: Julián Guarino

Invitado: Claudio Lozano -política-, Eduardo Barcesat, Silvina Batakis, Matias Barroetaveña

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Invitados	1	3

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política		4
Economía	1	1

<b>Temas tratados staff</b>	Mujeres	Hombres
Política		1
Economía		1

<b>Temas tratados invitados</b>	Mujeres	Hombres
Política		3
Economía	1	

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		821
Invitados	145	737

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	145	1558

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	201	801

DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		1055
Invitados	147	1047

**Nombre del programa:** Esto recién empieza

**Día y hora de emisión:** miércoles de 23 a 00.

**Muestra:** miércoles 10-07-2019. Horario: 23 a 00hs.

Conducción: Darío Gannio

Invitado: Jorge Taiana. Benito Cerati con su banda

Columnistas: Fernando Soriano, Anita Rodríguez, Stefanía Pozzo Imitador de Lilita Carrió  
(en “Com. Tel.”)

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Columnistas	2	2
Invitados		2

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política		2
Economía	1	2
Ciudadanos/Protestas		2
Tecnología y RRSS	1	1

<b>Temas tratados Staff</b>	Mujeres	Hombres
Política		1
Economía	1	1
Ciudadanos/Protestas		2
Tecnología y RRSS	1	1

<b>Temas tratados invitados</b>	Mujeres	Hombres
Política		1
Economía		1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		680
Columnistas	102	89
Invitados		850

	Mujeres	Hombres
Exposición	102	1619

Compartido	Mujeres	Hombres
Hombres	349	388
Imágenes	69	

DIALOGOS

Roles	Mujeres	Hombres
Conducción		579
Columnistas	359	340
Invitados		787

**Nombre del programa:** El expediente

**Día y hora de emisión:** viernes de 22 a 23.

**Muestra:** viernes 12-07-2019. Horario: 22 a 23hs.

Conducción: Paulo Kablan

Invitado: Noelia y Darío Halas. Hector Koffman y Pedro Bringa.

Comunicación tel.: Juan Pablo Masi Juez

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Invitados	1	3
Invitados / Com. Tel.		1

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Policiales	1	5

<b>Temas tratados Staff</b>	Mujeres	Hombres
Policiales		1

<b>Temas tratados invitados</b>	Mujeres	Hombres
Policiales	1	4

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		793
Invitados	170	480

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	170	1273

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	340	218
Imágenes	36	100



DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		1544
Invitados	296	1048
Comunicación tel.		59

**Nombre del programa:** Debate abierto

**Día y hora de emisión:** viernes de 23 a 00.

**Muestra:** viernes 12-07-2019. Horario: 23 a 00hs.

Conducción: Pablo Duggan.

Invitado: Luciano Galup. Johanna Faliero. Victoria Tolosa Paz. Carlos Regazzoni. Diego Lagomarsino.

<b>Roles</b>	Mujeres	Hombres
Conducción		1
Invitados	2	3

<b>Temas tratados</b>	Mujeres	Hombres
Política	2	4
Economía	1	2
Tecnología y RRSS	1	2

<b>Temas tratados Staff</b>	Mujeres	Hombres
Política		1
Economía		1
Tecnología y RRSS		1

<b>Temas tratados invitados</b>	Mujeres	Hombres
Política	2	3
Economía	1	1
Tecnología y RRSS	1	1

#### EXPOSICION

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		928
Invitados	245	513

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Exposición	245	1441

<b>Compartido</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Hombres	838	102

DIALOGOS

<b>Roles</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Conducción		1328
Invitados	838	988