



**INFORME NARRATIVO
PARA
PROYECTOS FINANCIADOS POR LA WACC**

Use este documento para presentar el informe de su proyecto cuando éste haya terminado. Tiene dos partes: a) Informe narrativo; b) Informe financiero.

Para completar este informe, Ud tendrá que consultar su formulario de solicitud, su Acuerdo con la WACC, y los estados de cuenta del proyecto. Se les ruega devolverlo a la WACC junto con la documentación de apoyo. . Favor de responder a las preguntas en detalle.

INFORME NARRATIVO

1. Título del proyecto (como aparece en el contrato)	Ciclo documental periodismo y género
2. Número del proyecto: (como aparece en el contrato)	1408
3. Nombre de la organización responsable del proyecto:	Asociación Civil Artemisa Comunicación
4. Dirección:	Thames 863, timbre 3. CABA
5. Nombre del país:	Argentina
6. Período de implementación: (desde mes/año a mes/año)	Septiembre 2011/Enero de 2012

7. Beca recibida: [Es menester incluir gastos bancarios deducidos]	Cantidad en moneda local: pesos 56417,90 (9350 eur) Cantidad en Euros o dólares estadounidenses):11000
8. Fechas en que recibieron fondos:	Primer pago 31 de agosto de 2011 (9350 eur) Segundo pago: aún no se recibió (1650 eur)

9. Actividades

Hagan un resumen de las actividades principales llevadas a cabo durante el período del proyecto en comparación con las planeadas. En caso que hayan habido cambios, por favor explicar las razones.

Describan en detalle las actividades implementadas tales como el contenido de producciones, programas, talleres o capacitación.

9.1 Si el proyecto consistió en un taller, seminario o consulta, adjunten la lista de participantes, los temas de sus presentaciones, y cualquier declaración o libro publicados.

9.2 Si el proyecto incluyó la compra de equipo, describan el impacto o cambio que conlleva para con sus beneficiarios.

Como les hemos informado en su momento nuestro proyecto sufrió algunos cambios. El Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo que iba a apoyar nuestro ciclo documental sufrió una intervención por cuestiones políticas, y ha decidido suspender todo apoyo a proyectos audiovisuales. Resultado de esto, el Canal Encuentro, que iba a poner el resto del dinero, tampoco pudo apoyarnos. Por todo esto, decidimos seguir adelante solo con el video de Mujeres Políticas, con una reformulación del presupuesto (aunque el mismo monto final), y otra modalidad de trabajo, como les hemos informado a su debido tiempo.

El cronograma de trabajo comenzó a mediados de año y terminó a comienzos de 2012. Participamos del desarrollo el equipo de Artemisa Comunicación y el de Matilde Michanié Films. Tuvimos que cambiar la productora en función de los cambios mencionados.

Por Artemisa Comunicación trabajamos Sonia Santoro, Cynthia Eisenberg, y Alejandra Waigandt. Si bien Sonia Santoro no figura en la rendición financiera, su trabajo fue de coordinación general y seguimiento palmo a palmo de cada actividad y tarea del proyecto. El resto de las personas fueron parte del equipo de Matilde Michanié o profesionales independientes.

El contenido del documental, que finalmente se llamó “Políticas en los medios”, respetó lo planteado en el proyecto, como se detalla a continuación:

Síntesis argumental

En Argentina las mujeres han ido ganando espacio fuertemente en la política, sobre todo en el poder legislativo a partir de la Ley de Cupo, que hizo que al día de hoy, ocupemos el segundo lugar en América Latina, con un 39% de bancadas en la Cámara de Diputados ocupadas por mujeres y un 36 en el Senado. Mientras que según el Proyecto Monitoreo Global de Wacc 2005 aparecen en los medios solo en un 15% (porcentaje que se ve también en otros países).

En los últimos años, además, al compás de un movimiento mundial han ido ascendiendo a altos cargos y puestos ministeriales muchas mujeres. Lo que se ha ido mostrando en los medios con algunos aciertos y muchos desaciertos. La asunción de Cristina Fernandez como presidenta en 2007, permitió instalar en la sociedad y los medios un debate sobre distintos aspectos del género femenino. Por eso es que a partir de su figura podemos analizar el tratamiento que los medios hacen de las mujeres políticas y reflexionar sobre la necesidad de cambiar esas prácticas. Haciendo un recorrido por su asunción, algunos discursos específicos y el conflicto con el campo podemos reflexionar sobre los estereotipos que reprodujeron los medios en torno a una mujer en el poder (la preocupación por vestuario y su estética) y qué pasó cuando esta mujer pareció correrse de lo que se espera de las mujeres (el reproche de la “soberbia” y el autoritarismo), y cuando instaló el uso del lenguaje no sexista para llamarla (“díganme presidenta”).

Además se abordarán otros casos como los de Michelle Bachelett, Angela Merkel o Dilma Rousseff. Se recurrirá a material de archivo para recuperar estos momentos políticos. Además, el aporte de políticas de su propia experiencia en la relación con los medios, de expertas en género y de algunas/os periodistas que hayan cubierto las acciones de la presidenta o tengan experiencia en la cobertura en política o legislativa para algún medio, permitirá reflexionar sobre la práctica periodística y cómo modificarla para hacer coberturas políticas más equilibradas y menos sexistas.

En función de las modificaciones, las actividades realizadas fueron:

1-Investigación sobre cómo los medios masivos trataron a mujeres políticas y sobre participación política **(se adjunta una síntesis estadísticas relevadas)**.

2-Búsqueda de material de archivo **(se adjuntan algunos documentos gráficos en versiones de internet y otros audiovisuales en baja resolución)**.

Es interesante en este punto observar que hemos tenido dificultades para conseguir los archivos gráficos y audiovisuales de buena calidad, lo que nos llevó a recurrir a internet y comparar versiones entre gráfica e internet. Esta dificultad nos permitió constatar una diferencia en cómo se maneja la difusión en los medios gráficos y en internet. En la web se hace un recorte mayor y una selección más tendenciosa de las noticias de políticas a cubrir. Incluso hay notas que sólo aparecen en las versiones on line de los diarios y tienen un tono más espectacular o amarillista que en la prensa gráfica.

3-Producción del documental: buscar entrevistadas, combinar entrevistas, buscar locaciones, etc.

En este punto se optó porque el documental no tuviera presentadora, ya que era una opción pensada para el formato televisivo. En el formato elegido, el guión argumental se va armando a partir de los comentarios de las entrevistadas y las estadísticas incorporadas de manera gráfica, de modo de lograr una construcción abierta, no línea, que incentiva el debate.

4-Realización de entrevistas y desgrabación (se adjuntan entrevistas completas)

Las entrevistadas fueron:

María O'Donnell, periodista de Radio Continental y presentadora de 'La vuelta'
Sandra Russo, periodista y escritora, publicó el libro "La presidenta, historia de una vida"

Natasha Niebieskikwiat, periodista de Clarín, publicó el libro "Mujeres políticas y argentinas: entrevistas a 23 mujeres del poder"

Mori Ponsow, escritora, publicó el libro "Mujeres políticas y argentinas: entrevistas a 23 mujeres del poder"

Mercedes López San Miguel, periodista de Página 12

Marta Vasallo, periodista feminista, Red Par

Dora Barrancos, socióloga e historiadora

Myriam Pelazas, coordinadora del Observatorio de la Discriminación en Radio y TV

Juliana Di Tullio, diputada nacional por el Frente para la Victoria

Maria Elena Naddeo, legisladora de la Ciudad de Buenos Aires por el Frente Progresista y Popular

Norma Morandini, senadora nacional y ex candidata a vicepresidente por el Frente Amplio Progresista

Margarita Stolbizer, diputada nacional y presidenta del Partido GEN. Ex candidata a gobernadora de la provincia de Buenos Aires por el Frente Amplio Progresista

5-Guión.

Como lo comentamos anteriormente, el guión argumental se fue armando a partir de los comentarios de las entrevistadas y las estadísticas incorporadas de manera gráfica, de modo de lograr una construcción abierta, no línea, que incentiva el debate.

6-Edición y postproducción del documental.

A partir del guión, con el acompañamiento de imágenes de archivo y estadísticas (que diseñamos especialmente para el documental a partir de informes de PNUD, CEPAL, WACC) logramos armar un corto realmente rico, ya que fuimos puliendo y editando comentarios que fueran redundantes o no pertinentes para lo que quisimos plantear. De esa forma, a partir de un primer armado de 45 minutos fuimos reduciendo su extensión hasta llegar a 22 minutos (una extensión apenas más corta de la que pensábamos pero sumamente eficaz para trabajar en sensibilizaciones y capacitaciones). La musicalización elegida fue gratuita para abaratar costos, aunque cuidando de no restar calidad.

La ficha técnica quedó conformada de la siguiente forma:

Idea y Coordinación general: Sonia Santoro

Realización: Matilde Michanie

Cámara: Mario Ponti

Sonido directo: Santiago Fumagalli

Investigación y asistencia de producción: Alejandra Waigandt, Cynthia Eisenberg

Entrevistas: Sonia Santoro, Alejandra Waigandt

Edición: Vanina Cantó Soler
Animación gráfica: Lionel Skliar
Postproducción de sonido: Luciano Fusetti

Paralelamente se diseñaron una tapa y contratapa atractivas desde el punto de vista audiovisual (**se adjunta jpg**), pero sin caer en sensacionalismo y poniendo especial atención en cuidar las imágenes de las mujeres y en visibilizarlas.

Y una vez finalizado el proceso de diseño y el documental en sí mismo, se hicieron 250 copias en dvd (tuvimos que reducir la cantidad, como se explica en el presupuesto financiero) para poder entregar a personas clave e instituciones que pudieran difundir el trabajo y la temática.

Además se hizo una conversión del video para poder subir el material en You tube y de ese modo en nuestra página web, donde quedó “colgado” definitivamente en un espacio creado especialmente para su difusión (<http://www.artemisanoticias.com.ar/site/politicas-en-los-medios.asp>)

7-Difusión del documental en 1 actividad presencial (**se adjuntan fotos**).

La coyuntura política de nuestro país, con elecciones locales durante todo el año y nacionales a fines de octubre (en las que una de las protagonistas de nuestro corto, la presidenta Cristina Fernández fue reelecta en su cargo) ha operado directamente en nuestro trabajo.

Por un lado, hemos tenido algunas dificultades para encontrar espacio donde hacer la presentación formal, ya que las elecciones demoraron todas las actividades, que se fueron “apretando” hacia finales del año. Hablamos con diferentes escuelas de periodismo y centros culturales, hasta que finalmente conseguimos que el Centro Cultural Ricardo Rojas, un espacio estratégico ya que depende de la Universidad de Buenos Aires y está abierto a la comunidad; y que cuenta además con el Área de Tecnologías del Género, nos diera un espacio.

Al mismo tiempo, el clima político que se vivió todo el año, y la reelección de nuestra presidenta favoreció el interés por debatir sobre la participación política de las mujeres y también sobre cómo los medios abordan las coberturas.

Así llegamos a la presentación. El corto documental 'Políticas en los medios', realizado por el equipo de Artemisa Comunicación para reflexionar sobre el tratamiento que los medios de comunicación hacen de las mujeres políticas, fue presentado el miércoles 14 en el Centro Cultural Ricardo Rojas, obteniendo una muy buena recepción del público que siguió con interés el panel y el debate que cerró la actividad.

Alrededor de las 18 horas comenzaron a llegar las personas que habitualmente participan de convocatorias como las que impulsaron por segunda vez las realizadoras Sonia Santoro y Matilde Michanié. El primero de los proyectos audiovisuales en que se embarcaron se conoció con el nombre de 'La mujer mediatizada' y fue presentado en 2009.

En ambos casos la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC en sus siglas en inglés) asumió el desafío de materializar estas producciones que requieren de un importante esfuerzo en recursos y capital humano. La WACC estuvo representada el miércoles 14 por la secretaria del Comité Ejecutivo Regional Marcela Gabioud. Lo cual

anticipaba el interesante debate que tuvo como protagonistas a las panelistas Mercedes López San Miguel (Página 12), Natasha Niebieskikwiat (Clarín), María Elena Naddeo (FPP), Monique Altschul (Fundación Mujeres en Igualdad) y al público.

Algunos de los conceptos vertidos sobre la cobertura que realizan los medios de comunicación de las mujeres políticas fueron:

'El poder político requiere ser comunicado. Estas producciones nos sirven para repensar las estrategias de comunicación. El desafío es darle contenidos genuinos desde la perspectiva de género. También hay que seguir trabajando en lograr una representación política más significativa, y en ese sentido hay que construir más solidariamente con las propias mujeres y con los varones que comparten la perspectiva de género'.

'Hay una desvalorización de las funciones de las y los políticos. En los medios son constantemente criticados porque no trabajan. Conocemos a legisladores y legisladoras que han trabajado arduamente en comisiones todo el año. Es importante que los medios revaloricen la labor de políticos y políticas'.

'La estigmatización que realizan los medios de las políticas, hablando del botox, las carteras, el maquillaje, significa que valorizan actitudes, pero no juzgan las acciones de estas políticas. Esto también ocurre en el caso de políticos varones'.

'Argentina cuenta con una presidenta (Cristina Fernández), pero las políticas de género faltan. Nos importa que una mujer presidenta impulse políticas de género como lo hizo Michelle Bachelet en Chile. Entre las ministras sólo Nilda Garre incluye la perspectiva de género en su trabajo. Este caso es un ejemplo que tiene que ser imitado por otras políticas. Tener ministras mujeres no significa que defiendan los temas de género. Hubo un ministro, Ginés González García, que los defendió plenamente'.

'Es muy importante que las mujeres políticas se formen en su relacionamiento con los medios de comunicación y en el uso de las TIC'.

'Mujeres y varones tienen las mismas responsabilidades familiares, sin embargo este es un tema que recae sobre las mujeres. Difícilmente las mujeres se desarrollen en política si los varones no se involucran activamente en la organización del hogar'.

'Cuando se abordan casos de femicidios, los y las periodistas no deben describir únicamente cómo ocurren las muertes de las mujeres, tienen que indagar sobre los motivos de la violencia de género, tales como los celos en los noviazgos. Los varones no son propietarios de las mujeres. Ellas son independientes, tienen los mismos derechos de expresarse y llevar una vida libre de violencia'.

'En períodos electorales las coberturas periodísticas deben ser equilibradas entre mujeres y varones, tal como recomienda la Fundación Friedrich Ebert'.

'Los medios de comunicación deben poner atención al lenguaje y evitar usos sexistas. La disminución en el uso de frases como 'trata de blanca' o 'crímenes pasionales' significa un avance'.

'La Real Academia Española incorpora el término presidenta como variante de presidente en 1803, el mismo año en que se incorpora la palabra sirvienta, pero este último término comenzó a utilizarse inmediatamente. Cuando los lugares de poder están asociados a los varones es más difícil que se incorpore al habla la variante femenina'.

'La banalización de las coberturas mediáticas, es decir cuando los medios ponen el acento en las actitudes de las personas y no en sus acciones, es mayor cuando se trata de mujeres. También es cierto que sólo cuando entrevistan a mujeres políticas se hacen preguntas sobre el cuidado de los hijos'.

'Las estructura de la mayoría de los medios es machista. Los lugares de poder más importantes los ocupan varones. En las secciones más duras como política y economía los varones siguen teniendo la hegemonía. Cuando a estas áreas ingresan mujeres periodistas, los varones sacan a relucir prejuicios con preguntas como si van a matarse o agarrarse de los pelos'.

'Los medios tienen dificultades para tratar a las mujeres, estas mismas dificultades ocurren en el ámbito político. Los varones hace siglos que hablan de política y negocian el poder. Las mujeres todavía tienen difícil el acceso a esas prácticas'.

El debate fue extenso, diferentes voces reflexionaron también sobre la ausencia de voces masculinas en las entrevistas producidas para el video. Se concluyó que las producciones y actividades como la realización de un panel para discutir 'Políticas en los medios' son instancias que sirven para definir estrategias orientadas al empoderamiento de las mujeres, siendo ésta la cuestión a valorar.

Ver [crítica del corto](http://www.artemisanoticias.com.ar/site/notas.asp?id=65&idnota=7860)
(<http://www.artemisanoticias.com.ar/site/notas.asp?id=65&idnota=7860>)

8-Difusión en redes de mujeres y de periodistas con visión de género, en los medios y entre periodistas, pre y post evento ([se adjunta gacetilla](#)).

La convocatoria previa al evento y los resultados posteriores fueron difundidos ampliamente en las siguientes redes:

Red Informativa de Mujeres de Argentina (compuesta por más de un millar de mujeres de diferentes pertenencias y formaciones, del movimiento de mujeres de nuestro país).

Red Latinoamericana de Periodistas con Visión de Género (compuesta por decenas de periodistas que trabajan con enfoque de género en la región).

Red Internacional de Periodistas con Visión de Género (formada por más de un centenar de periodistas con este enfoque, provenientes de Latinoamérica, España, Marruecos, entre otros)

Red no a la trata (una red regional que trabaja por la visibilización de la problemática de la trata de personas)

Periodistas de Argentina en Red por una Comunicación No Sexista (compuesta por más de un centenar de periodistas y comunicadores/as de la Argentina).

Además realizamos entre noviembre y diciembre una campaña de prensa sobre la presentación del cortometraje documental, logrando incidencia en medios gráficos, audiovisuales, radiales y digitales.

La campaña de prensa inició el 28 de noviembre con la divulgación de la presentación del corto documental Políticas en los medios –fue realizado por la periodista Sonia Santoro, la documentalista Matilde Michanie y el equipo de periodistas de Artemisa Comunicación–, prevista para el 14 de diciembre en el Centro Cultural Ricardo Rojas, en la Ciudad de Buenos Aires. Esta estrategia cobró impulso desde el primer momento debido a la novedad de la iniciativa y la propuesta de sumar un panel de debate tras la proyección del film.

Esta campaña cerró con la divulgación del debate que protagonizaron panelistas - las periodistas Mercedes López San Miguel (Página 12) y Natasha Niebieskikwiat (Clarín), las políticas María Elena Naddeo (FPP) y María Luisa Storani (UCR) y la experta Monique Altschul (Fundación Mujeres en Igualdad)– y público (se adjunta), y datos sobre la participación política de las mujeres en América Latina y el Caribe (se adjunta), con el objetivo de profundizar la incidencia en medios.

La campaña incluyó comunicaciones telefónicas con más de 50 periodistas y productores/as periodístico/as de medios nacionales y 40 periodistas de las jurisdicciones provinciales. Se contactó en forma directa a 90 medios de comunicación. También se hicieron envíos masivos a radios, revistas, agencias digitales y redes especializadas como PAR, RIMA, RAPIVG y FOPEA. Se recurrió además a las redes sociales facebook y twitter para la divulgación del material.

La novedad del corto Políticas en los medios logró incidencia principalmente en medios gráficos y digitales, tanto a nivel internacional como nacional. En cuanto a la incidencia en radio y televisión, fue mayor el interés en medios nacionales. (se detalla el trabajo en las conclusiones).

9-Realización de encuestas de evaluación y análisis de las mismas (más adelante se detalla este punto).

10. ¿Tuvo éxito el proyecto? (Si es posible, den indicadores mensurables.)

Nuestro propósito a largo plazo fue la reducción de la discriminación por género en los medios. A mediano plazo nos planteamos lograr mayor sensibilidad de profesionales de medios y del público en general sobre el sesgo con el que se trata a las mujeres en los medios.

Por supuesto al trabajar en el campo simbólico, los logros no se perciben inmediatamente, sin embargo, la problemática de la participación política de las mujeres y de cómo los medios contribuyen u obstaculizan ese protagonismo, ha quedado instalada en la agenda pública. Es un debate que se abre y que se retroalimenta con el trabajo que hacemos y seguimos haciendo desde nuestra organización y las diversas redes.

Al menos 150 periodistas de todo el país recibieron el video, ya sea de en mano (50) (**se adjunta listado**) como vía email (sólo en la Red Par hay más de 100 periodistas). Algunos/as lo difundieron en sus trabajos y otros/as contarán, a partir de este trabajo, con herramientas para aplicar la mirada de género en sus producciones, ya que accedieron a un material crítico sobre el tratamiento de los medios con perspectiva de género. Lo mismo sucedió con más de 100 periodistas de América Latina y otros países como España o Marruecos, que recibieron el video vía email.

Además, unas 15 mil personas, formadoras de opinión, la mayoría mujeres de América Latina, lectoras de Artemisa Noticias, recibieron el video documental vía email. Entre éstas, 70 personas formadoras de opinión de la Ciudad de Buenos Aires y alrededores (**se adjunta listado**) recibieron el video documental en mano. Ampliando así la posibilidad de profundizar su conocimiento sobre el tema y además de que puedan reproducir el material en sus diversos espacios de acción política, social, educativa.

También ya tenemos propuestas para presentar el video en distintos espacios de nuestro país y el exterior, que detallamos más adelante.

Por todo esto y lo que venimos detallando creemos que es un proyecto exitoso.

11. Beneficiarios/as

Describan a los beneficiarios directos del proyecto, indicando el número de mujeres y hombres. Favor de mencionar cualesquiera beneficiarios indirectos.

Los beneficiarios/as directos/as fueron unas 15 mil personas, formadoras de opinión, la mayoría mujeres de América Latina, quienes reciben todas las semanas nuestro boletín informativo del portal Artemisa Noticias y por este medio recibieron el video documental.

Así como al menos 150 periodistas de todo el país –la mayoría mujeres porque son las que en general se interesan por estas capacitaciones- 100 de América Latina y otros países del mundo que accedieron al material en el evento de presentación o a través de la página web o de redes feministas y de periodistas con visión de género.

Las beneficiarias indirectas serán las mujeres y niñas de todo el país, especialmente las más vulnerables, que son las que sufren la consecuencia de la desigualdad que los medios perpetúan.

12. ¿Cómo reaccionaron los beneficiarios a las actividades mencionadas? ¿Cómo impactaron a las mujeres y los hombres involucrados en el proyecto?

Hemos tenido muy buena recepción en mujeres, especialmente en aquellas sensibilizadas con la temática, como son nuestras lectoras de Artemisa Noticias, o mujeres del movimiento feminista de Argentina. También lo han recibido bien las periodistas que trabajan con perspectiva de género. Sobre todo a la propuesta de revisar la situación en los medios respecto del progreso de la mujer política como sujeto de la noticia y fuente de información. Aquí copiamos algunos testimonios:

“No pude ir a la presentación del documental, muchas gracias por pasarlo por RIMA. Acabo de verlo y será muy bueno abrir la discusión sobre este tema, vinculado a las muchas formas de violencia de género que sufren las mujeres en el poder, no pocas veces por parte de otras mujeres. Es importante reflexionar sobre lo que podríamos llamar una "ética feminista" en relación a la comunicación. Algunas sugerencias están al final del documental y se podrían pensar otras, para construir colectivamente reglas que permitan no sólo que algunas mujeres crezcan individualmente como figuras políticas, sino que eso se traduzca en crecimiento colectivo de los derechos de las mujeres, en legitimación de las mujeres políticas y de las mujeres periodistas, respetando nuestras diferencias sin olvidar los objetivos comunes”.

Diana Maffía

“Maravilloso trabajo!

Compartimos en la red Madrid”

Un abrazo sororo

Jeanette Mauricio, Red Internacional con Visión de Género

“Alguien me dijo cuando terminamos de pasar el video, que era muy importante tratar de difundir el material, porque cuando uno ve un ejemplo aisladamente puede pensar que sólo es eso, pero cuando los ves, como en éste caso, en una sucesión comprendes la importancia de los patrones establecidos y el rol y la importancia que tienen a la hora de hacer una "clasificación" de género” Matilde Michanie

“Qué buen trabajo Sonia, felicitaciones!

Ya lo estoy divulgando por aquí, entre "a turma do gênero" !!!

Besos y buena suerte,

Jimena Massa, red Par

“Buenísimo video Sonia”.

Graças.

Adriana Pedrolo, Red Par

“Muy buen laburo Sonia. Mis felicitaciones”.

Marcela Arce

Periodistas de Argentina en Red

Por una comunicación no sexista

“Recién lo terminé de ver....muy bueno!”

Belén Spinetta, Red Par

“Excelente trabajo Sonia, gracias por el aporte.

Lo difundo y comparto.

Abrazos”

Lenny Cáseres, red Par

En la misma línea, notamos un impacto en cuanto a la profundización del conocimiento de las dinámicas que llevan a la reproducción de estereotipos de género en las coberturas mediáticas y la adquisición de herramientas para evitar estos comportamientos y mejorar los abordajes periodísticos

En cuanto a los varones. No hemos tenido comentarios a través de las redes. En el evento de presentación del video fueron unos pocos y no han hecho comentarios. Creemos que es difícil involucrar a los varones, periodistas incluidos, en estas cuestiones, porque muchas veces se sienten atacados.

Un periodista que nos hizo una entrevista para Radio Nacional preguntó, por ejemplo, por qué no había varones en el video. Creo que este hecho es algo que los aleja un poco y no se sienten identificados.

Por su parte, el camarógrafo y el sonidista opinaron durante el rodaje que los testimonios eran muy interesantes y que en general uno recibe mediáticamente mensajes, los absorbe y no los analiza y que ésta era oportunidad de confrontar lo que los medios escriben y la opinión de las afectadas y eso permite una discriminación sobre las noticias y el trato que en ella se les da a las mujeres políticas. Lo que parecería indicar que cuando tienen oportunidad de involucrarse en estos procesos, se sensibilizan.

Las mujeres que trabajamos en el proyecto vimos ampliadas y profundizadas nuestras percepciones acerca de este tema. Somos mujeres que venimos trabajando con perspectiva de género y hemos leído, investigado, realizado artículos periodísticos sobre estos temas, por lo que el video es una manera de concretar y concentrar este conocimiento que hemos acumulado en nuestros años de trabajo.

13. Resultados del proyecto: ¿Qué logró el proyecto y qué cambios se efectuaron?

Si el proyecto produjo medios, favor de enviarnos ejemplares de casetes, CD, VCD o DVD con etiqueta indicando duración, lenguaje, fecha de producción. Si posible, favor de enviarnos fotos digitales con leyendas informativas, recortes de prensa/radio, enlaces a páginas web, etc.

El resultado concreto de este proyecto fue la producción de un video documental (**se envía por correo postal y se adjunta fotos**) sobre mujeres políticas en los medios que sirvió y servirá de herramienta crítica de análisis de los medios a partir de su difusión en diversos soportes y espacios: webs, festivales, capacitaciones, etc.

250 copias del video documental

1 actividad de cine-debate abierto al público con el video como disparador.

120 personas (50 periodistas y 70 formadoras de opinión) que recibieron el video en mano informadas y sensibilizadas sobre la política ejercida por mujeres y el tratamiento periodístico de las políticas.

Difusión permanente del video en el portal Artemisa Noticias y en You Tube.

Difusión en diversas redes: Par Periodistas de Argentina en Red por una comunicación no sexista, Red No a la Trata, Red Mujeres y Corrupción, Red Latinoamericana de Periodistas con Visión de Género, Red Internacional de Periodistas con Visión de Género

Notas de difusión publicas en internet, diarios y radios (**ver abajo**)

4 políticas sensibilizadas directamente sobre la problemática de género y su relación comunicación.

6 periodistas mujeres sensibilizadas sobre el tratamiento discriminatorio hacia las mujeres políticas que tienen los medios y comprometidas con la temática.

15 mil personas informadas sobre la temática (son las personas que reciben semanalmente nuestro boletín informativo de noticias).

Al menos 150 periodistas del país y 100 de América Latina y otros países, informadas sobre la existencia del video, la problemática que aborda y cómo modificar estructuras nocivas de tratamiento informativo de las mujeres políticas.

Próximos resultados:

Ya hemos recibido invitación para que participe del Festival de Cine de los Pueblos, en Valparaíso, Chile, que se realiza en enero de 2012.

Además, entre las gestiones realizadas para la presentación del video en diferentes espacios, logramos que el Centro Cultural de España en Buenos Aires, incluya una proyección del corto entre sus actividades a realizar en torno al mes de la mujer, en marzo de 2012.

También lo presentaremos en el Festival de Cine Mujeres en Foco que se realiza todos los años en nuestro país, con films de temática de género y donde hemos presentado nuestro anterior documental "La mujer mediatizada" (también financiado por WACC).

14. Evaluación

14.1 ¿Cuáles fueron los resultados de la evaluación del proyecto?

1-Evaluación del documental:

Como comentamos, presentamos el corto documental Políticas en los medios en el Centro Cultural Ricardo Rojas de la UBA, el miércoles 14 de diciembre.

Al finalizar la actividad, 40 mujeres y varones respondieron encuestas sobre las impresiones que dejó el cortometraje. Y otras 10 personas lo hicieron en días posteriores, al recibir el corto por correo.

Por otro lado, en los días posteriores se hicieron envíos a 50 periodistas, de los cuales 20 respondieron la encuesta. Hay que aclarar que esto llevó mucho trabajo de seguimiento ya que aducían las múltiples actividades de la profesión y la época del año hicieron difícil lograr que contestaran. Este punto ha sido uno de los más difíciles del proyecto, casi tanto como intentar llegar a nuestra presidenta.

Al intentar llegar a periodistas que no necesariamente tienen incorporada la mirada de género, nos fue muy difícil recibir respuesta a la encuesta. Tuvimos que hacer muchísimos llamados y un seguimiento muy estricto para poder lograr las que presentamos aquí.

Del total de periodistas 90% evaluó Muy Bueno el contenido y 10% lo consideró Bueno. Entre los y las espectadoras restantes (estudiantes, docentes, trabajadoras sociales, políticas) 72,5% calificó Muy bueno y el 27,5 Bueno.

En cuanto a las sensaciones que originó el documental, la mayoría de las periodistas (55%) consideró importante el tema propuesto, destacando la pluralidad de voces consultadas, el dinamismo del relato, la inclusión de datos estadísticos y la perspectiva de género que termina visibilizando la desigualdad de oportunidades y de trato en los medios en detrimento de las mujeres políticas tanto como sujetos de noticias como fuentes de información.

Un 30% lo consideró interesante y 15% no opinó.

Los periodistas varones (5%) destacaron la claridad y precisión de los temas abordados.

En el caso de los y las espectadoras, el 45% consideró interesante el documental, indicando la necesidad de profundizar y visibilizar la situación de los medios y las mujeres políticas.

El 15% aseguró sentir satisfacción porque la propuesta visibiliza el rol de los medios en relación a la desigualdad de género.

Otro 10% indicó que el documental amplió sus conocimientos sobre la temática, mientras que también un 10% del público restante sintió indignación frente a las desigualdades de género presentes en los medios y manifestó inquietud porque aún es largo el camino hacia la igualdad.

Un 10% mencionó que observaron situaciones ya conocidas, y otro 10% no emitió opinión.

Las y los encuestadas realizaron las siguientes sugerencias:

- Incluir testimonio de varones periodistas y políticos
- Profundizar el tema de las inequidades de oportunidades y de trato entre varones y mujeres políticas
- Incluir testimonios sobre el tema de mujeres sindicalistas
- Incluir autocríticas
- Incluir sinopsis de las personas entrevistadas
- Realizar nuevos videos que profundicen la temática
- Realizar un video sobre las campañas publicitarias de los partidos políticos y el rol que tienen las mujeres políticas en las mismas
- Profundizar en el tema de las recomendaciones que hace el corto documental
- Profundizar el tema con opiniones de políticas de la región latinoamericana
- Difundir el corto documental en instituciones educativas públicas y privadas y carreras terciarias y universitarias de periodismo y comunicación
- Difundir en las provincias a través de los medios y actividades diversas
- Generar debates
- Difundirlo en redes

- Difundir en las legislaturas provinciales y en el Congreso
- Proyectar el film en canal Encuentro

El 100% de los y las encuestadas consideraron positivo difundir Políticas en los medios; el 83% tiene posibilidades de divulgar el material.

Propuestas de difusión y direcciones electrónicas para difundir:

Radio AM 750. Contactar a Pablo Russo, especialista en documentales

Difusión en radio. Productora de Aliberti. Adriana Pedrolo adrianouchka@hotmail.fr / 1562480028

Difusión en ongs. INDIGA Consultora. abrener@indigaweb.com.ar

Ambito educativo. Jara.claudio@hotmail.com

deboratejer@gmail.com

jimnamassa@gmail.com

locuttora@hotmail.com

lmrrzz@hotmail.com

belenspinetta@gmail.com / 0299 155313112

hugohuberman@gmail.com

mirtacalderon@gmail.com

flor.moragas@gmail.com

mpassaggio@buenosaires.gob.ar

alv7937@yahoo.com.ar

anarodriguezflores@gmail.com

beafullone@arnet.com.ar

valebermansiosi@hotmail.com

plg.gomez@gmail.com

claudiaeprince@yahoo.com.ar

silviagenaro_16@yahoo.com.ar

subeagamba@gmail.com

marymazzitelli26@yahoo.com.ar / 1569265956

agaviota2000@yahoo.com.ar

antropafem@gmail.com

ges_ong@yahoo.com.ar

godiba@gmail.com

noor.bohemia@gmail.com

semoo1212@yahoo.com.ar

anaglas@fibertel.com.ar

elisaspatafore@hotmail.com

ctrillini@yahoo.com.ar

2-Incidencia en medios de comunicación

Consideramos que la llegada a periodistas y medios de comunicación como estrategia fundamental para instalar la problemática de las mujeres políticas en los medios. Para evaluar la incidencia en medios, como comentábamos, realizamos entre noviembre y diciembre una campaña de prensa sobre la presentación del cortometraje documental *Políticas en los medios*, logrando incidencia en medios gráficos, audiovisuales, radiales y digitales.

La campaña de prensa inició el 28 de noviembre con la divulgación de la presentación del corto documental *Políticas en los medios* –fue realizado por la periodista Sonia Santoro, la documentalista Matilde Michanie y el equipo de periodistas de Artemisa Comunicación–, prevista para el 14 de diciembre en el Centro Cultural Ricardo Rojas, en la Ciudad de Buenos Aires. Esta estrategia cobró impulso desde el primer momento debido a la novedad de la iniciativa y la propuesta de sumar un panel de debate tras la proyección del film.

Esta consultoría cerró con la divulgación del debate que protagonizaron panelistas - las periodistas Mercedes López San Miguel (Página 12) y Natasha Niebieskikwiat (Clarín), las políticas María Elena Naddeo (FPP) y María Luisa Storani (UCR) y la experta Monique Altschul (Fundación Mujeres en Igualdad)– y público (2), y datos sobre la participación política de las mujeres en América Latina y el Caribe (3), con el objetivo de profundizar la incidencia en medios.

La campaña incluyó comunicaciones telefónicas con más de 50 periodistas y productores/as periodístico/as de medios nacionales y 40 periodistas de las

jurisdicciones provinciales. Se contactó en forma directa a 90 medios de comunicación. También se hicieron envíos masivos a radios, revistas, agencias digitales y redes especializadas como PAR, RIMA, RAPIVG y FOPEA. Se recurrió además a las redes sociales facebook y twitter para la divulgación del material.

La novedad del corto logró incidencia principalmente en medios gráficos y digitales, tanto a nivel internacional como nacional. En cuanto a la incidencia en radio y televisión, fue mayor el interés en medios nacionales.

Medios gráficos y digitales internacionales, nacionales y provinciales donde se publicaron artículos sobre el corto y/o su temática (se adjunta detalle)

Página 12, Radar (agenda cultural)

Clarín, Revista Ñ (agenda cultural)

Nosotros, El litoral

El Comercio

http://www.elcomercio.com/politica/Cortometraje-Politic-as-Correa-presencia-femenina_0_610139078.html

Artemisa Noticias

<http://www.artemisanoticias.com.ar/site/notas.asp?id=65&idnota=7860>

Red Internacional de Mujeres Periodistas

<http://redmujeresperiodistas.wordpress.com/>

Observatorio de Género y Liderazgo

<http://www.observatoriogeneroyliderazgo.cl/index.php/iqustasando-menu-superior-104/26-novedades/5432-argentina-hacia-el-empoderamiento-de-las-politic-as-en-los-medios->

Women in the city

http://www.womeninthecity.it/index.php?option=com_content&view=article&id=865:politic-as-en-los-medios&catid=81:argentina&Itemid=91

Más que noticias

<http://masquenoticiasblog.blogspot.com/2011/12/estrenan-el-film-politic-as-en-los.html>

Comcosur

<http://www.comcosur.com.uy/web/Comcosur%20Mujer/notas.htm#ARG>

Nows Politic

<http://www.iknowpolitics.org/es/node/42981>

Xornal de Galicia

<http://www.xornalgalicia.com/index.php?name=News&file=article&sid=80759>

Mujeres en foco

<http://www.mujeresenfoco.com.ar/es/home/page/7/>

ELA

<http://www.ela.org.ar/a2/index.cfm?aplicacion=app187&cnl=43&opc=19>

8300 Web

<http://www.8300.com.ar/2011/12/22/58964/>

Mujeres atrayendo riquezas

<http://mujeresatrayendoriqueza.blogspot.com/2011/12/mujeres-atrayendo-riqueza-en-la-radio.html>

Centro Cultural Ricardo Rojas

http://www.coolturanet.com/cmsj/index.php?option=com_content&view=article&id=671:centro-cultural-rojas-agenda-de-diciembre&catid=54:noticias-de-interes-general&Itemid=64

Radios y canales televisivos que divulgaron gacetillas e hicieron entrevistas

Radio América

Con nombre propio, Luisa Valmaggia

RNA

Mañana es hoy, Agustina Díaz

Hoy más que nunca, Amanda Alma

Radio Palermo FM 93.9

Final del juego, Ernesto Gerez

Radio AM750

Juguemos en el mundo, Pedro Brieguer

Radio Milenium

Vuelo de Regreso, Román Lejtman

Radio Provincia de Buenos Aires

Gabriela Bracaglioni

Radio de la Sierra AM 1180 de Tandil

Aromas de radio, Andrea Rosetti

Radio Universidad Nacional del Litoral (Lt 10 AM 1020)

Radio Nacional de Córdoba

Canal 7

Noticiero, Agustina Díaz

Canal Once

A Primera Hora, Fernando Fuentes

Medios que se comprometieron a divulgar el trabajo pero aún no lo hicieron

Entre Mujeres (Clarín)
Holala (La Nación)
Cosmopolitan
Telam
Tercer Sector
Rumbos
Radio Nacional Bahía Blanca
El Territorio de Misiones
LTV10 de Mendoza

14.2 ¿Cuáles son los desafíos, dificultades o/y fracasos que encontraron al llevar a cabo el proyecto? Favor de explicar cómo los trataron de resolver dichos desafíos y dificultades.

Hemos tenido muchas dificultades para conseguir material de archivo en tiempo y forma y de buena calidad. En algunos casos, una vez conseguido el material, tuvimos que desechar la posibilidad de incluir los materiales pensados debido a estas dificultades técnicas. En otros tuvimos que recurrir a internet aunque la calidad fuera peor. Además ha sido mucho más difícil acceder a material audiovisual que a material gráfico, por lo mismo el documental tiene mucho más archivo de este tipo. Sin embargo creemos que lo hemos sabido resolver.

El desafío más importante que no logramos concretar fue entrevistar a la presidenta Cristina Fernandez y a dos altas funcionarias de su gestión, como son Nilda Garré y Mercedes Marcó del Pont. Hemos dedicado mucho tiempo y esfuerzo para poder acceder a estas entrevistas pero no lo hemos logrado. Hubiera sido muy valioso contar con su aporte pero al no conseguirlo tratamos de reflejarlo con material de archivo.

Por último, el desafío que nos queda pendiente para próximos trabajos es incorporar la palabra de los varones sobre estas cuestiones. Si bien en el video anterior habíamos incorporado a varones en este, que era de temática específica no lo hicimos, por un lado porque hay pocos o casi ningún periodista o experto en medios, política y género; y por otro, porque las entrevistas con políticas era para preguntarles por su propia experiencia. Sin embargo, al momento de hacer un balance creemos que hubiera sido enriquecedor sumar voces masculinas para ver cómo observan el fenómeno, tanto periodistas, como políticos y expertos.

15. Cualquier otro comentario que deseen hacer

16. Nombre de la persona que presenta este informe: Sonia Lía Santoro

Cargo: Presidenta

Fecha: 2 de enero de 2012

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sonia Lía Santoro', written in a cursive style.

Firma: