

Eje 5. Comisión 2. Comunicación, género y diversidades sexuales
Coordina María Laura Schaufler

Difusión científica sobre cuestiones de géneros en medios alternativos digitales

Samanta Fernández | Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Argentina
fernandezcyc@gmail.com

Yésica Lucero | Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Argentina
yesicalucero88@gmail.com

Resumen

En un contexto en el que las desigualdades de géneros y la discusión en torno a las mismas ocupa gran parte de la agenda social, política, académica y mediática, desde 2019 en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora llevamos adelante la investigación: *Enfoques Transdisciplinarios en las Ciencias Sociales en el abordaje de cuestiones de géneros*, en la que participan las diez carreras que integran la oferta académica, con el propósito de abordar este nudo problemático desde diferentes miradas y metodologías.

Se suma además, a esta ponencia en particular, el desafío de atender las dificultades que ocasionó y evidenció la pandemia del Covid-19 en los objetos de estudio particulares, acentuándolas más fuertemente.

Desde el periodismo y la comunicación social, abordamos las publicaciones académicas existentes sobre los medios alternativos digitales de comunicación con perspectiva de géneros para establecer cuáles son los límites y desafíos que encuentran las femeneidades en relación a las industrias de comunicación generadas por las nuevas tecnologías, en términos de acceso y participación.

La construcción del Estado del Arte nos permitió profundizar sobre la difusión científica en el área, y dar cuenta de la importancia de las publicaciones científicas como herramientas de acceso al conocimiento especializado, que permiten la visualización de temas de relevancia social.

Nuestra estrategia metodológica partió desde un enfoque cualitativo y aleatorio no probabilístico, específicamente desde un análisis de contenido, mediante el cual se mapeó el tópico de los medios alternativos de comunicación con perspectiva de género selec-

cionados a juicio, para conocer y sistematizar las publicaciones que abordan la temática. Concebimos a la comunicación como un derecho humano fundamental esencial para una sociedad democrática, y a los medios de comunicación como el vehículo principal para asegurar el ejercicio del derecho a la comunicación de todas las personas.

Consideramos necesario un debate político, cultural y comunicacional más amplio y complejo que permita la deconstrucción de las estructuras jerárquicas, desiguales y excluyentes que se han intensificado producto de la pandemia Covid-19 y que cobraron vigor en la agenda pública.

Palabras clave: géneros, medios alternativos, difusión científica

1. Introducción

Las cuestiones de géneros se presentan como problemáticas que atraviesan diversos campos del conocimiento y como tensiones que interpelan al conjunto social. En ese sentido, en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora desarrollamos una investigación desde el 2019 denominada *Enfoques Transdisciplinarios en las Ciencias Sociales en el abordaje de cuestiones de géneros* que involucra a las diez carreras que integran la oferta académica. La construcción del Estado del Arte, como estudio previo para acercarnos al conocimiento sobre la temática, dió lugar a este trabajo en particular en el que se busca dar cuenta de la difusión científica desde una perspectiva de géneros, específicamente sobre las cuestiones de géneros en los medios alternativos digitales.

La perspectiva de géneros permite incorporar una mirada más amplia al momento de abordar los fenómenos sociales y culturales, implica extender la definición de "género" para no circunscribirla a una única categorización humana como femenino o masculino. Se trata de un término que surgió para visibilizar la desigualdad que generan las diferencias sexuales y las construcciones de las identidades de género, de manera no lineal ni predeterminada.

Desde el proceso de investigación que abarca diez disciplinas de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNLZ, tomamos la noción de "performatividad" de Judith Butler que busca deshacer la estructura binaria entre sexo y género y realizar un gesto de deconstrucción, reconociendo que no existe una identidad de género que sustente las expresiones del mismo, sino que la identidad sería "performativamente" constituida. Así, lo que se suponía una esencia interna del género, se produce mediante un conjunto sostenido de actos postulados por medio de la estilización del cuerpo basada en el género. (Butler, 2001)

En esta idea de performatividad se intersecta la identidad como un proceso estático y dinámico, subjetivo e intersubjetivo a la vez, que habilita el espacio de la autopercepción. Resultando más atinado referirse a los "géneros" en plural.

Sin dudas, el contexto social, cultural y político nacional, regional y mundial nos invita a reflexionar y debatir, con vehemencia desde poco más de una década, sobre las cuestiones de los géneros y las desigualdades que entre ellos existen históricamente. A su vez, nos exige que ese abordaje sea transdisciplinar atendiendo a la complejidad de la realidad y de los sistemas complejos que nos circunscriben y nos interpelan. Es así "que el pensamiento complejo está animado por una tensión permanente entre la aspiración a un saber no parcelado, no dividido, no reduccionista, y el reconocimiento de lo inacabado e incompleto de todo conocimiento." (Morin, 2009, p.11). Así, cuando aludimos a "lo complejo" nos referimos a lo multidimensional dentro de cierta unidad y a las relaciones recíprocas entre múltiples dimensiones, o podemos decir también, a las relaciones entre las partes y el todo. Se trata, claro, de un todo estructurado de manera asimétrica y diversa, configurado socio-históricamente y atravesado por relaciones de poder. (Morin, 1994,

p. 24). Particularmente, la pandemia Covid-19 nos obliga a detenernos en los diferentes impactos, en la multidimensionalidad en que fueron afectadas/os las femineidades, identidades diversas y varones en el marco de una sociedad patriarcal que impone roles y mandatos. El confinamiento actual puso en evidencia las desigualdades entre los géneros en relación con, primeramente, la disparidad en la distribución de las tareas domésticas; el valor del trabajo reproductivo doméstico cuando es reemplazado, mayoritariamente, por otra mujer; la violencia de género; y la visibilidad de las mujeres y femineidades en los medios masivos de comunicación como productoras de sentido. "Si los programas o las noticias siguen representando a hombres y mujeres en sus roles tradicionales, reproduciendo constantemente una marginación de la participación de las mujeres, sólo serán escuchadas las voces, perspectivas, intereses y valores masculinos, empapados de las lógicas que los llevaron a tal espacio de poder" (Chaher, y otros, 2018, p.69).

A partir de la irrupción del colectivo *Ni una Menos* en la esfera pública en 2015 como respuesta al gran número de femicidios ocurridos en el país, las problemáticas de géneros cobraron mayor visibilidad y cobertura mediática y necesariamente tuvieron que ser incorporadas al menú de decisiones de los gobiernos locales, provinciales y nacionales. Los movimientos feministas y las luchas y demandas por parte del colectivo LGBTQI+ encontraron en los medios de comunicación, específicamente los medios alternativos digitales, el instrumento clave para disputar sentidos en la agenda mediática y en la sociedad.

Los medios son actores centrales en el espacio público, generan opinión, promueven conversaciones y debates, construyen la realidad y educan. Para el especialista Denis de Moraes "la realidad actual se conforma por los medios: la mayoría de nosotros entra en contacto con los acontecimientos, las demandas sociales y las identidades culturales a partir de la oferta de contenidos que los propios vehículos de comunicación seleccionan, elaboran y transmiten masivamente". (Moraes, 2013, p.12)

En 1948, uno de los puntos celebrados por Declaración Universal de los Derechos Humanos estableció que "todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras por cualquier medio de expresión."

La comunicación como derecho obliga a pensarla desde diversos ámbitos para su clara ejecución: producción, emisión y recepción, y son los medios de comunicación los que juegan un papel protagónico en este sentido, por su gran poder de divulgación.

Desde allí, partimos desde una perspectiva teórico-metodológica en el marco de los derechos humanos, que concibe a la comunicación justamente como un derecho humano fundamental, esencial para una sociedad democrática y a los medios de comunicación como el vehículo principal para asegurar el ejercicio del derecho a la comunicación de todas las personas. "Un enfoque de derechos humanos en la comunicación es un paso fundamental para parar la reproducción del patriarcado a través de los medios, para

fomentar una nueva visión de la sociedad y para lograr la igualdad entre todas las personas" (Moreno, 2016, p.3).

En la temática que nos atañe, comprendemos además que los medios de comunicación juegan un rol fundamental debido a que se trata de una de las instituciones centrales que permitiría a las femeneidades alcanzar derechos esenciales tales como la libertad, la equidad, la igualdad, la inclusión y la participación en el espacio público. En este sentido, referirse a su derecho humano a comunicar implica no sólo promover una representación adecuada de las mujeres en los contenidos, y de su poder como agentes sociales, sino reconocer e impulsar su plena participación en las industrias de comunicación como propietarias, directoras y creadoras. (Montiel, 2014).

Por lo expuesto, y gracias a las múltiples posibilidades que ofrece el desarrollo de internet en el ejercicio de una comunicación y de un periodismo más participativo, es que desde nuestras disciplinas nos interesa saber qué se publica desde la academia en referencia a los medios alternativos digitales de comunicación con perspectiva de géneros para dar cuenta de las limitaciones, de los desafíos y de las posibilidades que se presentan en relación a los estereotipos de géneros y sus imbricaciones culturales.

El conocimiento en torno a las publicaciones académicas nos permitirá dar cuenta acerca de la divulgación científica sobre cuestiones de géneros en medios alternativos digitales y con ello a la investigación, a la sistematización, al abordaje y a la accesibilidad de esta temática. Sin dudas, se tratará, en palabras de Edgar Morin, de una búsqueda por revelar el pensamiento complejo.

2. Materiales y métodos

Las publicaciones académicas constituyen un instrumento imprescindible para impulsar la difusión social del conocimiento científico y tecnológico, en tanto que "la divulgación y la promoción de la ciencia es esencial para la evolución de la sociedad" (Montero y Garrido, 2021).

En esta caso, el corpus, que de ninguna manera se presenta en este trabajo con pretensión de exhaustividad, comprende el análisis de aquellas publicaciones académicas, libros, tesis, ponencias, artículos académicos que tratan las temáticas de género en el ámbito de las comunicaciones, específicamente aquellas que trabajan sobre el nuevo mapa mediático generado por los medios digitales que surgieron gracias a la implosión de Internet y que utilizan estos canales para divulgar la ciencia. (Montero y Garrido, 2021).

El mapeo realizado en la búsqueda bibliográfica no respondió al rol de las mujeres en los medios tradicionales de comunicación, tampoco a la imagen que estos últimos transmiten de las femeneidades. En este sentido, se combinaron diversas palabras en el buscador especializado de Google (Google Académico) y en Latindex: mujeres y medios alternativos, medios con perspectiva feminista, medios con perspectiva de géneros, medios alternativos feministas, medios alternativos con perspectiva de géneros, la perspectiva de género en

los medios digitales, con especial hincapié en Argentina para obtener datos específicos del territorio. En los buscadores se estableció además el parámetro de habla hispana, determinando una temporalidad fija a partir del 2002 a la actualidad.

La combinación de los términos mencionados en los buscadores especializados nos arrojaron informes ejecutivos realizados por organismos oficiales de la República Argentina (Instituto Nacional de Estadística y Censos; Ministerio de Economía de la Nación) así como también guías y glosarios por otras entidades públicas (Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual). A su vez, encontramos informes desarrollados por entidades internacionales (ONU Mujeres) y estudios cualitativos y cuantitativos ejecutados por profesionales en organizaciones nacionales (Foro de Periodismo Argentino) e internacionales (SembraMedia - Omidyar Network; Reporteros sin Fronteras, Monitoreo de la Propiedad de los Medios).

Este informe se ha nutrido de los hallazgos de esos estudios. Sin dudas, el conocimiento, como acervo de la humanidad, aumenta y se enriquece cuando quienes lo generan publican el resultado de sus investigaciones. (Albornoz, 2005).

La estrategia metodológica que construimos parte desde un enfoque cualitativo y aleatorio no probabilístico, específicamente desde un análisis de contenido, mediante el cual se mapeó el tópico de los medios alternativos de comunicación con perspectiva de género. En tal sentido, se realizó una recopilación de las publicaciones científicas que trabajan la temática. La recolección de datos se hizo mediante la observación utilizando un cuestionario de datos preestablecido.

Del material seleccionado, a partir de la búsqueda exhaustiva sobre las piezas producidas con rigor científico y ofrecidas en formato digital, se analizaron los siguientes indicadores:

- Tipo de Producto (Libro, ponencia, artículo de revista)
- Autor/es
- Título
- Fecha de publicación
- Nombre de la Revista
- Principales aportes
- Metodología
- Marco Teórico
- Referencias bibliográficas

Asimismo, se realizó otro cuadro de indicadores .que se adjunta como anexo- destinado a recolectar las principales características de las fuentes de información primaria, que incluyó los siguientes ítems:

- Tipo de Producto (Libro, ponencia, artículo de revista)
- Nombre del Producto
- Fecha de publicación

- Autor/es
- Principales aportes

3. Principales hallazgos y resultados

Los indicadores desarrollados con el fin de sistematizar los artículos académicos, libros, ponencias, etc. hallados permite destacar, a los efectos de nuestra investigación, puntos centrales que refieren a las temáticas sobre las cuales se generaron dichos productos académicos y que responden a cuatro hallazgos principales:

1. Los aportes de las publicaciones científicas que plantean como punto de partida la inclusión de una comunicación con perspectiva de géneros ponen el acento en la falta de inclusión laboral de las femeneidades en los medios tradicionales de comunicación, con especial hincapié en la necesidad de abrir espacios de debate sociales, políticos y culturales que den cuenta de las problemáticas de género desde una perspectiva crítica. En este caso podemos destacar el libro "Las palabras tiene sexo" publicado en 2007 por las compiladoras Sandra Chaher y Sonia Santoro, allí destacan la relevancia de los monitoreos de medios para comprender la construcción de las noticias en clave de desigualdad, así como la necesidad de incluir la perspectiva de géneros en el periodismo.
2. Existen producciones que focalizan sobre qué tipo de imagen de la mujer difunden los medios de comunicación. Encontramos libros como el de Sandra Chaher (2018), Valeria Esquivel (2012) y Cora Edith Gamarnik (2009), así como informes realizados por MediaLab, del Foro de Periodismo Argentino (FOPEA).
3. Los debates presentes en las producciones académicas instaladas en el campo de la comunicación alternativa se orientan especialmente en las potencialidades y dificultades que genera la comunicación mediatizada para con las femeneidades gracias a la implosión de Internet. En tal sentido, encontramos nueve artículos que analizan el rol de las mujeres dentro de los nuevos espacios de comunicación surgidos de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación y de la Información, es decir los medios digitales alternativos. Las autoras Rovetto y Figueroa (2018) destacan la importancia de las redes sociales como espacio de discusión y de información, a las Tic's como formas de conexión de las femeneidades. Previo a ello, en 2005 Ainara Larrondo Ureta destacaba la creación de espacios alternativos de comunicación por parte del colectivo de mujeres, como una herramienta clave, basada en la defensa de la mujer, sus derechos y su reconocimiento, en este caso en referencia a España. Sobre Argentina específicamente, se puede mencionar la publicación realizada por María Belén Rosales (2013) quien investigó sobre las posibilidades que encuentran las siguientes organizaciones de mujeres en el territorio nacional: Manos Solidarias, Mujeres en Igualdad, Fundación para el Estudio e Investigación de la Mujer y Mujeres al Oeste, en el uso y apropiación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

4. Por último, las producciones científicas consultadas comparten diversas características en común, entre ellas se destaca que los datos más consultados y referenciados surgen de fuentes primarias provenientes de asociaciones internacionales y de instituciones nacionales, principalmente. La consulta sobre estas fuentes nos permitieron obtener no solamente análisis de discursos mediáticos sino también datos cuantitativos que brindan estadísticas sobre la problemática. La recopilación de datos, dió cuenta de que las principales herramientas estadísticas surgen el informe de Media Ownership Monitor (MOM) y de la Organización Internacional Reporteros sin Fronteras sobre el monitoreo de la propiedad de los medios del 2019 denominado "¿Quiénes son los dueños de los medios?". Es clave también el documento desarrollado en 2012 por ONU MUJERES, entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres sobre "La economía feminista desde América Latina. Una hoja de ruta sobre los debates actuales en la región". Por último, podemos destacar la publicación del 2018 del Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) y Google News Initiative acerca de la situación laboral y el rol profesional de las comunicadoras en el país.

4. Consideraciones finales

Se presenta un escenario que plantea la necesidad de un debate político, cultural y comunicacional más amplio y complejo, que permita la visibilización para la transformación de las estructuras jerárquicas y excluyentes de género en la trama de nuestra construcción como sociedad, situación que quedó ampliamente evidenciada por la crisis sanitaria desatada por el Covid-19.

En tal sentido, las publicaciones científicas son claves para el desarrollo social, son una herramienta que permite el acceso unificado a los datos primarios que las sustentan y son una fuente elemental para potenciar el abordaje de temas de relevancia social, como la definición de políticas públicas en comunicación que incluyan una perspectiva de género y de derechos humanos, con el fin de alentar una transformación de la cultura de los medios tradicionales en relación con los modos presentación y representación de las femineidades.

Deseamos que los resultados de la investigación sean un aporte para dar luz a las desigualdades existentes entre géneros y que sirvan de insumo para nuevos desafíos que tengan por objetivo generar estrategias discursivas y prácticas sociales de cara a una ciudadanía más participativa en el espacio público.

Referencias bibliográficas

ALBORNOZ, M. (2005). *Estrategias para la promoción de las publicaciones científicas argentinas. Primer Encuentro Iberoamericano de Editores Científicos Nuevos paradigmas en la edición científica*. Buenos Aires - República Argentina.

ALONSO, M. (2005). La organización de mujeres en internet. IV Jornadas de Sociología de la UNLP, 23 al 25 de noviembre de 2005, La Plata, Argentina. *La Argentina de la crisis: Desigualdad social, movimientos sociales, política e instituciones*. EN: Actas. La Plata: UNLP. FAHCE. Departamento de Sociología. http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.6681/ev.6681.pdf

BABIKER S., CHAHER S. y SPINETTA, B. (2016). *Comunicación, género y derechos humanos: usos y apropiaciones del espacio virtual en organizaciones de mujeres de Argentina*. Buenos Aires: Comunicación para la Igualdad Ediciones.

BOIX M., FRAGA, C. y SEDÓN V. (2001). El viaje de las internautas una mirada de género a las nuevas tecnologías. *Género y Comunicación N° 3*. Madrid: Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación (AMECO).

BUTLER, J. (2006). *Deshacer el Género*. Paidós Editorial, Barcelona, Buenos Aires, México.

CHAHER, S. (Coord.) (2018). *Argentina: medios de comunicación y género. ¿Hemos cumplido con la Plataforma de Acción de Beijing?*. Buenos Aires: Comunicación para la Igualdad Ediciones.

DE MORAES, D., RAMONET, I.; SERRANO, P. (2013). Medios, Poder y Contrapoder. De la Concentración monopólica a la democratización de la información. Editorial Biblos. CABA, Argentina.

FOPEA (2018). *Mujeres Periodistas en la Argentina. Situación laboral y rol profesional de las comunicadoras en el país*. <https://www.fopea.org/mujeresperiodistas/descargas/estudio-mujeres-periodistas-2018.pdf>

GAMARNIK, C. (2009). Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso. *Revistas Questión. Número 23*

HASAN, V. y GIL, A (2016). La comunicación con enfoque de género, herramienta teórica y acción política. Medios, agenda feminista y prácticas comunicacionales. El caso de Argentina. *La ventana [online]. vol.5, n.43, pp.246-280*.

LARRONDO URETA, A. (2005). La Red al servicio de las mujeres. Aproximación a la relación mujer y medios de comunicación en Internet. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, 11*, 375 - 392. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0505110375A>

MARTINUZZI, M.E, (2013). Continuidades y rupturas discursivas sobre la violencia de género en la Argentina. *Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura. Número 74*

MATA, M. (1985). *Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva*. La Crujía, Buenos Aires.

MEDIA OWNERSHIP MONITOR ARGENTINA (2018). *¿Quiénes son los dueños de los medios en Argentina? Periodistas sin fronteras*. <http://argentina.mom-rsf.org/es/>

MONTERO, A. y GARRIDO, W. (2021). Panorama actual de las revistas en línea de comunicación indexadas a la base de datos "Latindex". *Revista Razón y Palabra*, VOL 24 N° 110 Enero - Abril 2021 Monográfico pp. 254-281. <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1746/1523>

MONTIEL VEGA, A. (2014). Igualdad de género, poder y comunicación: las mujeres en la propiedad, dirección y puestos de toma de decisión *LA VENTANA*, NÚM. 40.

MORIN, E. (1994). *El método III: el conocimiento del conocimiento*. Madrid, España: Cátedra.

MORIN, E. (2009). *Introducción al pensamiento complejo*. Gedisa

ONU MUJERES. Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres. (2012). *La economía feminista desde América Latina. Una hoja de ruta sobre los debates actuales en la región*.

ROSALES, M. B. (2013). Comunicación y género: usos y apropiaciones del espacio virtual en organizaciones de mujeres de Argentina. *Versión Estudios de Comunicación y Política - Nueva Época*. N° 31.

ROSALES, M. B. (2013). Configuraciones semánticas del cuerpo femenino: un análisis crítico del tratamiento mediático de los feminicidios. *Polémicas Feministas*, (2), 34-44. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/polemicasfeminista/article/view/12270>

ROVETTO, F., y Figueroa, L. (2018). Perio-feminismo desde adentro. Desigualdades de género en los medios. *Con X*, (4), e022.

ANEXOS

RELEVAMIENTO DE BIBLIOGRAFÍA				
Tipo de Producto	Nombre del Producto	Fecha de Publicación	Autor/es	Principales aportes
Monitoreo	¿Quiénes son los dueños de los medios en Argentina?	2019	Organización Internacional Reporteros sin Fronteras, Monitoreo de la Propiedad de los Medios (MOM, Media Ownership Monitor)	Indicadores de riesgo a la pluralidad de los medios. Consumo de medios. Medios online en Argentina. Mapa de medios de la Argentina
Informe	La economía feminista desde América Latina. Una hoja de ruta sobre los debates actuales en la región	2019	ONU MUJERES. Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres.	Economías latinoamericanas. Economías feministas. Perspectivas teóricas sobre género, trabajo y situación del mercado laboral latinoamericano. Desigualdades en América Latina.
Estudio cuantitativo	MUJERES PERIODISTAS EN LA ARGENTINA. Situación laboral y rol profesional de las comunicaciones en el país.	2018	Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) - Google News Initiative	Estado de la situación laboral, rol profesional, perspectivas de desarrollo y lugar de las mujeres periodistas argentinas y respecto a sus colegas varones en los medios.
Guía - Glosario	Guía para el tratamiento mediático responsable de casos de violencia contra las mujeres	2016	Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual	Recomendaciones para el tratamiento mediático responsable sobre el abordaje de la violencia hacia las mujeres desde una perspectiva de derechos humanos.

Estudio cualitativo	PUNTO DE INFLEXIÓN . IMPACTO, AMENAZAS Y SUSTENTABILIDAD: ESTUDIO DE EMPRENDEDORES DE MEDIOS DIGITALES LATINOAMERICANOS PUNTO	2019	SembraMedia - Omidyar Network	Impacto y vulnerabilidades de los medios digitales. Nativos digitales, nuevas audiencias en nuevos espacios
Informe	¿Quién figura en las noticias?	2010	ONU MUJERES. Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres.	Representación en las noticias en relación al género. Dimensiones culturales del poder. Papel que desempeñan los medios de comunicación para reproducir patrones particulares de desigualdad entre hombres y mujeres
Informe ejecutivo. Documento de trabajo	Nuevas realidades, nuevas demandas. Desafíos para la medición de la identidad de género en el Censo de Población.	2019	Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC)	Definiciones conceptuales y operacionales sobre la identidad de género. Estadísticas públicas. Demandas del colectivo LGBTIQ+ en la Argentina.
Informe ejecutivo	Las mujeres en el mercado de trabajo	2017	Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.	Contexto nacional, regional e internacional acerca de la situación de las mujeres en el mercado de trabajo. Brecha salarial y de ingreso entre mujeres y hombres.
Informe ejecutivo	Las brechas de género en la Argentina Estado de situación y desafíos.	2020	Ministerio de Economía de la República Argentina.	La perspectiva de género en la economía. El trabajo doméstico y de cuidado no remunerado. Economía del cuidado. El mercado laboral actual en Argentina. Estadísticas.