

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

ESCUELA DE PERIODISMO

**MOVIMIENTO DE LAS MUJERES EN EL PERIODISMO Y SU
DESARROLLO EN EL PERIODISMO DIGITAL DURANTE LOS
ÚLTIMOS DIEZ AÑOS**

**TESINA PARA OPTAR AL GRADO DE BACHILLERATO EN
PERIODISMO**

ANIS VARGAS CASTRO

SEDE ARANJUEZ

DICIEMBRE 2020

Código de ética

Universidad Internacional de las Américas

La suscrita, Anis Vargas Castro, graduado de la carrera de Periodismo en el grado académico de Bachillerato de la Universidad Internacional de las Américas, se compromete a cumplir, durante el ejercicio profesional, con el código de ética de la Institución, que se rige por los siguientes principios:

PROBIDAD: Actuar siempre con rectitud y honradez.

PRUDENCIA: Actuar con pleno conocimiento de la materia sometida a su consideración.

JUSTICIA: Permanente disposición hacia las funciones de la profesión, bajos los lineamientos legales que debe respetar todo profesional.

RESPONSABILIDAD: Cumplir con los deberes, tanto en calidad como en oportunidad.

DISCRECIÓN: Guardar respeto sobre los hechos o informaciones de los que tenga conocimiento con motivo del ejercicio profesional, sin que esto perjudique las funciones y responsabilidades.

INDEPENDENCIA DE CRITERIO: No involucrarse o comprometerse con situaciones, intereses o actividades contrarias a la moral, a la sana crítica y que, por ley, sean incompatibles con las funciones profesional es correspondientes.

DIGNIDAD Y DECORO: Actuar con sobriedad y moderación.

TOLERANCIA: Evidenciar una actitud paciente y de comprensión ante las opiniones divergentes que puedan expresar otras personas.

EQUILIBRIO: Desempeñar las funciones profesionales con sentido práctico, buen juicio y equidad.

ACTUALIZACIÓN: Comprometer parte del tiempo en actualizar los conocimientos en adaptarlos en el desarrollo de la actividad profesional.

VOCACIÓN: Mostrar siempre apego al trabajo y a la educación recibida, como fundamentos para el desempeño laboral.

BUENA FE: Toda conducta o comportamiento, criterio emitido y labor desempeñada debe basarse en los más altos principios éticos y tendrá como fundamento la buena fe.

Anis Vargas Castro

Céd. 116760275

Dedicatoria

Este logro es principalmente para mi madre y para mí, ya que ella siempre creyó en mí, siempre me empujó a seguir adelante y nunca me permitió dudar o abandonar, incluso en mis peores momentos.

Gracias a ella hoy soy profesional, mi familia no podía costear mis estudios, sin embargo, mi madre me dio todas las herramientas para seguir mis sueños, me enseñó a ser trabajadora, independiente y valiente, sin esos valores, su apoyo y su fe jamás habría podido dejar mi pueblo, mi hogar y mi familia para conseguir mi anhelado título.

Así que esto va dedicado a mi mamá por luchar para que yo llegara a ser quién soy y también para mí, por siempre mantenerme enfocada en lo que realmente importaba, por trabajar y sacrificar el doble y aun así nunca rendirme.

Agradecimiento

En primer lugar, doy gracias a Dios porque sin Él no habría llegado tan lejos, siempre me dio la fuerza que necesitaba para no rendirme, la sabiduría y la paciencia para lograr mis objetivos y las ganas de siempre seguir mis sueños, gracias a Él hoy veo los frutos de todas mis luchas.

Este logro se lo debo a mi madre, Blanca, una mujer súper valiente que siempre me enseñó a trabajar para lograr mis metas y que gracias a sus enseñanzas y su ejemplo siempre di lo mejor de mí para poder con todo y ser un poquito como ella. Gracias por siempre creer en mí y por nunca abandonarme, hoy soy profesional gracias a vos, te amo mucho.

Gracias a mis abuelos, que estuvieron en mis inicios y aunque se fueron antes de verme culminar esta etapa, sé que desde el cielo siempre estuvieron conmigo, ayudándome y apoyándome, espero que estén orgullosos.

Gracias totales a varios de mis mejores amigos, que me vieron sufrir y hacer sacrificios que nadie más vio mientras estudiaba. Los amo mucho, gracias a Sebastián, Valery, Gabriela y Celeste, por siempre ayudarme a seguir adelante, sin ustedes no habría podido llevar la carga laboral y académica al mismo tiempo, se convirtieron en mi familia.

Por otra parte, agradezco infinitamente a las empresas que me brindaron trabajo porque sin un trabajo estable no habría podido financiar mis estudios. Fue un proceso difícil pero sí se pudo.

Gracias a Sykes Costa Rica donde estuve en mis inicios de carrera y a mis jefes en su momento, especialmente a Karen, que siempre me ayudó con mi horario, permisos y demás para poder estudiar y trabajar al mismo tiempo. Además de brindarme su amistad y apoyo incondicional, eso no lo voy a olvidar nunca.

Asimismo, agradezco a Amazon, la empresa que me brindó una nueva oportunidad para continuar estudiando y finalizar mi Bachillerato.

Gracias infinitas a mis amigos y compañeros que me acompañaron en esta aventura llamada universidad, por hacer de ella una experiencia linda y más ligera. Gracias a Elder, Alfonso, Ángeles, Laura, Rachell, Katherine, Sofía, Valeria y Jeffrey.

También, agradezco a mis profesores por todo el conocimiento compartido, por aquellos que se preocupaban porque de verdad aprendiéramos y nos motivaban cada día más a amar esta carrera. Gracias por ser mentores que inspiran y por enseñarme más allá de lo que está escrito en los libros. Siempre los voy a admirar.

Gracias a mi tutora, lector y director de carrera por su apoyo y compañía en este proceso, los admiro mucho como personas y como profesionales. Espero poder seguir sus pasos y rendirles honor, gracias por tanto.

Finalmente, me hago mención de honor y agradezco por nunca desistir y por siempre luchar a pesar de todas las tragedias. El camino no siempre fue fácil, pero gracias Anis, por siempre creer en que podías alcanzar tus sueños y nunca dejar que nada ni nadie te apartara de eso.

¡Gracias!

Contenido

Dedicatoria	4
Agradecimiento	5
Resumen Ejecutivo	15
CAPÍTULO I: PROBLEMA	16
Planteamiento del problema	16
Objetivos	18
Objetivos específicos	18
Justificación	18
Antecedentes	20
Historia	20
Antecedentes internacionales	22
Antecedentes nacionales	28
Proyecciones	30
CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA	31
Comunicación	31
Comunicación digital	33
Periodismo	34
Periodismo Digital	34
Medios de comunicación	37
El papel de la mujer en el Periodismo	41
Machismo	43
Sexismo	44
Feminismo	45
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	46
Enfoque de la Investigación	46
Método	47
Fuentes de información	48
Muestra	49
Criterios de inclusión y exclusión.	49
Tabla 1: Criterios de Inclusión y Exclusión de las muestras de investigación.	50
Unidades de Análisis	51

	12
Instrumentos	53
Entrevista	54
Análisis de contenido	55
Proceso de Recolección y Análisis de Datos	56
Análisis de los Datos	56
CAPÍTULO IV:ANÁLISIS DE RESULTADOS	57
Desafíos y experiencias de las periodistas	57
Áreas de crecimiento y oportunidad en el Periodismo	63
Cambios en el Periodismo gracias a la era digital	67
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	71
Conclusiones	71
Recomendaciones	73
Referencias	75
APÉNDICES	79
Apéndice A : Entrevista a Profundidad a Silvia Ulloa	79
Apéndice B: Entrevista a Profundidad a Melissa Jeréz	93
Apéndice D: Análisis de Contenido	118
Apéndice E: Grupo Focal	120

Tablas

Tabla 1, Criterios de Inclusión y Exclusión de las muestras de investigación.....	48
Tabla 2, Categorías.....	50
Tabla 3, Grupo focal.....	52
Tabla 4, Periodistas entrevistadas.....	53

Figuras

Figura 1, Noticias CRHOY, Elaboración propia, 2020.....	63
Figura 2, Nacion.com Elaboración propia, 2020.....	64

Resumen Ejecutivo

El objetivo de la investigación es realizar un análisis sobre el papel de la mujer en el Periodismo durante los últimos diez años y los posibles cambios en su desarrollo gracias a la inserción del Periodismo Digital como nuevo campo laboral. Así como las experiencias y vivencias de las mujeres en el ámbito laboral.

Como parte del trabajo se toma en cuenta las perspectivas y los testimonios de periodistas que cuentan los desafíos que han experimentado y superado a causa de su género a lo largo de su carrera así como experiencias con el ingreso del Periodismo Digital para analizar el desarrollo o mejora del trato hacia la mujer como profesional.

Aquí también se responderá por qué a la mujer se le ha visto como inferior o no se le creía capaz de ejercer ya que se explican algunos estereotipos de género y estigmas sociales presentes tanto en los medios como en la comunidad.

Además, se van a explorar las áreas de crecimiento de las periodistas gracias a la transición del Periodismo Tradicional al digital. Bajo esta misma línea, se utilizaron algunos parámetros para delimitar esta información y se analizaron las noticias de los medios digitales nacion.com y CRHoy.com durante el mes de septiembre del año 2020.

Todos los datos recolectados se esfuerzan para descubrir las experiencias y oportunidades que el Periodismo Digital ha aportado en el desarrollo de las periodistas como profesionales y demostrar que dicha transición ha beneficiado al sector femenino dentro de los medios de comunicación a nivel participativo y equitativo ya que, existen nuevas formas de hacer Periodismo e incluso de crear su propio contenido.

Al final de la investigación, se brindan una serie de recomendaciones para que los medios de comunicación y la educación superior, donde se les aconseja mejorar e implementar charlas educativas sobre equidad de género y estigmas sociales para el trato entre compañeros y el abordaje de noticias. Así mismo, que creen un espacio seguro para que las mujeres se sientan protegidas y respaldadas por las instituciones.

Además, se recomienda en el nivel educativo reforzar la educación en Periodismo Digital en cuanto a herramientas y los materiales para mejorar esta área ya que el Periodismo se está mudando casi en su totalidad al mundo digital y la educación también debe evolucionar con ella.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

Planteamiento del problema

En este trabajo se realizará un análisis sobre la participación y el desarrollo de la mujer en el Periodismo y los medios tradicionales. Además, hacer énfasis en su labor actual en el Periodismo Digital, ya que esta área abrió muchas puertas para su desarrollo y de esta manera comprobar si con el paso del tiempo su papel ha sido más equitativo.

El género femenino ha sido invisibilizado en el Periodismo en general durante mucho tiempo y por distintos factores, como la discriminación, el machismo, entre otros. A través de los años esta situación ha ido cambiando, en especial con la entrada de la era digital y la adaptación que se le ha dado a la comunicación en la tecnología; sin embargo, no siempre contaron con este beneficio.

En el pasado, las mujeres eran consideradas como una figura de aporte a la imagen, como un adorno o una distracción para dar una tonalidad distinta al periodismo, de hecho, no se les permitía hablar de temas relevantes, eran compañeras, pero no eran consideradas como profesionales en el área.

De acuerdo con Angulo (2017), se consideraba que:

Las mujeres que se dedicaban al Periodismo en aquella época se consideraban una excepción, cuando no una excentricidad. El recorrido que se vieron obligadas a realizar pasaba, en primer lugar, por salir del espacio privado que se les había asignado, para adentrarse en los espacios públicos de socialización: salones, cafés, academias o tertulias. Y, de ahí, a las redacciones y a los distintos ámbitos de poder. Había que salir de lo marginal para hacerse un hueco en los medios (párr.2).

De la misma manera, Magda Donato mostró su confianza prematura en el trabajo periodístico de las mujeres, en su sección «Femeninas» en *El Imparcial* en enero de 1918, indica que “en cuanto el ambiente se haya despejado por completo de su estrechez y de su mezquindad

molesta, las mujeres podrán libremente consagrarse al periodismo, que solo ellas pueden hacer llegar a su pleno desarrollo” (párr.1).

Además, otros factores que aun en la actualidad desafían el desenvolvimiento del sexo femenino en la comunicación como los estereotipos y el machismo, incluso en el año 2018 la página “Primera Plana” del Colegio de Periodistas de Costa Rica y Profesionales en Comunicación (COLPER) realizó una noticia titulada “Mujeres en medios de comunicación: un esfuerzo invisibilizado”, en la que varias mujeres dieron su testimonio sobre su realidad y otras problemáticas y mejoras.

Por estas mismas razones este trabajo está dirigido a conocer el desarrollo de las mujeres en el día de hoy, ya que con la llegada del Internet hubo muchos cambios a los cuales el Periodismo tuvo que adaptarse para seguir evolucionando. A raíz de esto, surge el Periodismo Digital, con un nuevo enfoque y muchas plataformas más para trabajar.

Es aquí donde el Periodismo Digital se vuelve una nueva herramienta de desarrollo, al ser un área en donde las mujeres pueden crear su propio contenido y abrirse camino, ya que este es mucho más libre y amplio, por consiguiente, abre muchas puertas laborales y con la gran ventaja que está al alcance de todos.

Por ello, es vital conocer si con la llegada de la era digital realmente ha sido una forma de romper antiguos estereotipos y brindar mayor visibilidad y mérito al trabajo de la mujer en esta carrera. Y así, evidenciar si este tipo de trato peyorativo ha sido debilitado o disminuido con el uso del Internet.

Partiendo de esa línea, este trabajo pretende conocer los retos que enfrentan hoy las profesionales en Periodismo Digital, a través de entrevistas a periodistas, observación de trabajos y medios y grupos focales. Para comprobar si el trabajo periodístico en la actualidad ha sido ligeramente mejorado, si en realidad el Internet le ha abierto más puertas y oportunidades o si de alguna forma no hay avance alguno.

A causa de esto surge la pregunta, ¿cuál ha sido el cambio que ha provocado el Periodismo Digital en el crecimiento y desarrollo participativo de mujeres profesionales en el Periodismo?

Objetivos

Objetivo general

Demostrar el desarrollo profesional de las mujeres durante los últimos 10 años y sus posibles cambios con la llegada del Periodismo Digital.

Objetivos específicos

1. Conocer los desafíos que han experimentado y superado las mujeres periodistas a lo largo de su carrera y con el ingreso del Periodismo Digital.
2. Explorar las áreas de crecimiento de las periodistas en la última década.
3. Descubrir las experiencias y oportunidades que el Periodismo Digital ha aportado en el desarrollo de las periodistas como profesionales.

Justificación

Este estudio se va a centrar principalmente en el rol de la mujer en la carrera de Periodismo, tanto su participación como su desarrollo ya que se atribuyen muchos obstáculos al sexo femenino en esta área laboral, por ello se debe realizar una investigación que plasme esta información en un documento.

Acorde con Hernández (2014) se debe justificar dicha indagación:

La mayoría de las investigaciones se ejecutan con un propósito definido, pues no se hacen simplemente por capricho de una persona, y ese propósito debe ser lo suficientemente significativo para que se justifique su realización. Además, en muchos casos se tiene que explicar por qué es conveniente llevar a cabo la investigación y cuáles son los beneficios que se derivarán de ella (p.40).

Por ende, es importante destacar que el papel de la mujer en el Periodismo en general no se ha valorado ni se le ha dado el mérito que debían ya que se rebajaba su trabajo a tal punto que no se consideraba una profesional en su área, incluso se le utilizaba para ciertos temas e intenciones referentes a imagen y estética.

Actualmente, después de distintas luchas se sabe que la mujer tiene el mismo derecho que el hombre en el ámbito laboral y que incluso debería ser más equitativo, pero existe un vacío que se pregunta si realmente se ha logrado ese deseo de igualdad de trabajo, tareas y oportunidades, si realmente se han dejado atrás ciertos estigmas.

Los obstáculos que enfrentan las periodistas, cambian con el paso del tiempo, y según el medio de comunicación, por ejemplo, antes no se creía que contarán con las cualidades necesarias para desempeñarse en su carrera, además de la gran discriminación y desigualdad entre los distintos sexos a causa del machismo. Hoy día las mujeres laboran de manera tranquila sin que se lo impidan, sin embargo, siguen existiendo diferencias a la hora de contratar a una mujer para un puesto, lo que evidencia que hay nuevos retos que superar.

Incluso, este tema se ha abordado en el Colegio de Periodistas de Costa Rica y Profesionales en Comunicación, en una nota de un sitio llamado Primera Plana perteneciente al COLPER, reunieron a varias profesionales y hablaron al respecto en un artículo llamado “Mujeres en medios de comunicación: un esfuerzo invisibilizado”

Por ejemplo, según Ulloa (2018) todavía se ve una gran desigualdad, pues se ha avanzado mucho pero falta exaltar la imagen de la mujer exitosa, de valores. Indicó que, en el medio de comunicación que actualmente dirige, el tipo de notas de las mujeres exitosas le gusta mucho a los lectores, pero que usualmente son historias que tienen un trasfondo de gran necesidad (párr.6).

Por consiguiente, es importante analizar el desarrollo de la mujer como periodista a través del tiempo, tanto en sus medios tradicionales como en los medios digitales, ya que cuando el Periodismo se fusionó con el Internet se abrieron nuevos espacios para el desarrollo y la producción de contenido lo que abre nuevas puertas para todos y todas los que son parte de esta carrera.

Se debe considerar que la llegada de la era digital benefició a este sector en muchos aspectos y también le dio un giro de 180 grados a toda su operación. Se comprende como un sector mucho más libre y amplio. Y eso puede generar mayor movimiento de la mujer en el periodismo, ya que les brinda herramientas que pueden utilizar para producir contenido y obtener más opciones laborales, además mayor libertad de expresión.

Es un hecho que su participación es mayor, sin embargo aún existen problemáticas que se deben trabajar y por ello esta investigación pretende analizar la evolución del movimiento de la mujer a nivel comunicativo después de la integración de nuevas herramientas para la ejecución del Periodismo Digital.

Antecedentes

Los antecedentes dan una dirección a la investigación, muestra un contexto del tema por investigar y contribuye a formar y obtener información para construir y demostrar si existe o no un vacío de conocimiento

Historia

El Periodismo como profesión era mayormente laborado por hombres debido a que las mujeres tuvieron restringido su acceso a esta actividad profesional por distintas leyes y la cultura que existía en ese entonces, afrontaron una gran discriminación dentro del mismo ámbito profesional. Sin embargo, siguieron luchando y lograron desempeñar trabajos como reporteras, editoras, analistas de deportes y periodistas antes de los años 90.

Los medios de comunicación poco a poco fueron cambiando ya que en 1993 y 1995 realizaron el primer acercamiento al Internet para publicar contenido, se creía que esta sería una nueva opción para las mujeres y crecimiento tanto en participación como en oferta laboral.

Para ubicarse en contexto es importante saber cómo y cuándo surgió el Periodismo Digital, por ello se va a hablar un poco de su historia. Se puede decir que esta no es una tendencia nueva, ya que desde 1993 existía un gran número de editoras de prensa diaria (mayoritariamente estadounidenses), y publicaban información en la plataforma de Internet.

También en otras redes como CompuServe, America Online, CompulinkInformation Exchange, entre otros, se encontraban creando sitios web primitivos que brindaban información muy generalizada al público.

De hecho, se considera que el primer sitio web que proporciona información fue el diario estadounidense “The Chicago Tribune” a través de América Online (AOL). Y eventualmente muchos otros diarios se fueron uniendo a esta nueva forma de informar en la plataforma digital. Luego, aparecieron en línea versiones como Mercury Center, The Chicago Tribune, The New York Times, The Atlanta Journal and Constitution y más. En 1994, ya habían alrededor de 70 publicaciones periodísticas en línea.

Al inicio los medios no explotaban el potencial que la plataforma en Internet ofrecía ya que lo desconocían, entonces su contenido era exactamente igual a que hacían para material periodístico impreso. Pero con el tiempo han ido innovando y conociendo más sobre cómo desarrollarse mejor en este ámbito y hoy prácticamente se ha convertido en un nuevo género periodístico con características propias.

De acuerdo con Falla (2009), “El Periodismo Digital es la convergencia de medios (Prensa, Radio, Televisión) y recursos en una misma plataforma: el Internet” (párr. 5.). Y utiliza los recursos y servicios que provee el Internet, para poder ampliar la información en un sólo medio y de una forma más inmediata.

También, se plantea como un nuevo género periodístico, con la diferencia que sus características van enfocadas al uso de nuevas tecnologías para informar y comunicar. Fue todo un reto ya que al ser un nuevo género representa un desafío para los periodistas de la vieja escuela que no tienen conocimientos técnicos o no son usuarios de las nuevas tecnologías de la comunicación. Pero es una gran oportunidad para las nuevas generaciones de periodistas y medios que se aventuran en esta plataforma.

Es así como el Periodismo Digital no solo viene a revolucionar el Periodismo Tradicional con sus nuevas estrategias y formas de comunicar, sino que también abre paso a que muchas de las actitudes machistas y tratos peyorativos hacia las mujeres se ven forzados a cambiar. Producto del aumento en la oferta laboral, sin embargo, es claro que aún existirán situaciones de desventaja.

Por ello es importante conocer el desarrollo que ha tenido la mujer a la hora de desenvolverse en su área laboral, tanto en su trato, como en su crecimiento, sus oportunidades y su realidad. Por consiguiente, en esta investigación se van a tomar en cuenta otros estudios realizados dentro y fuera del país para reforzar y ampliar el conocimiento del tema.

Antecedentes internacionales

En el ámbito internacional se han realizado diversos estudios sobre la participación de la mujer en el Periodismo y su desarrollo en distintas áreas; es relevante conocer la información fuera de Costa Rica. Por consiguiente, se analizará el fenómeno desde una perspectiva más amplia.

La periodista española Magda Donato quien era considerada adelantada a su época por sus ideales y distintivas formas de narrar sus historias de manera vivida, siempre fue impulsada por el feminismo y creía que algún día iba a haber un nuevo Periodismo sin desigualdades.

Hoy existe una investigación que se adecua muy bien al tema de estudio ya que habla sobre cómo se ve la mujer en el Periodismo con el objetivo de hacer justicia con la historia del Periodismo español realizado por mujeres. Específicamente, sobre una de las pioneras, Magda Donato, seudónimo adoptado por Carmen Eva Nelken para firmar sus publicaciones como la periodista que usó la ironía y el sarcasmo en su prosa para ejercer una agresiva crítica sobre las realidades sociales que vivían las mujeres de la época.

Este trabajo habla sobre ella y enfoca a las mujeres y su papel en la carrera según la perspectiva de Donato, bajo el título “El Periodismo de Magda Donato entre el Activismo Feminista y la Consciencia de las desigualdades” realizada por Eloy Campo Martín para optar por el fin de grado en la Universidad de Sevilla en España, en el año 2019.

Y así lo evidenció Campo (2019) en su investigación:

Desde sus inicios en la prensa en El Imparcial, a Donato se le encargó una columna titulada “Femeninas”, espacio dedicado al comentario sobre moda, noviazgos, casamientos; en definitiva, temas que interesaban a las mujeres de la época. Donato lo que hizo –magistralmente- fue otorgarle un toque personal a dicha columna, en la que a la vez que hablaba sobre moda y maquillaje, hacía crítica de lo mismo. Con ironía, con un fino uso del sarcasmo vacilante; Donato ejercía la crítica desde un espacio dedicado al elemental comentario de temas insustanciales (p. 23).

Esta información demuestra la disconformidad de las mujeres periodistas en su época, ya que estos hechos pasaron en los años 90 cuando aún se consideraba a la mujer como un adorno y solo se le permitía hablar temas femeninos. Conforme avanza el tiempo eso ha ido cambiando, pero siguen existiendo desafíos en su labor.

Por otra parte, se tomará en cuenta un estudio del año 2012, donde identifican los motivos por los que las mujeres periodistas no acceden a los puestos de responsabilidad de los medios así como sus consecuencias al valorar si se dan casos de discriminación o exclusión laboral de las mujeres en las redacciones en el momento de acceder a la dirección de estas empresas.

Se trata de “Mujeres sin poder en los medios de comunicación exclusión de las periodistas de los cargos directivos de la empresa informativa” por Elena Criado Calero, de Universitat Jaume I de Castellón, en el año 2012 Este trabajo deja muy claro el otro tipo de exclusión y de los muchos retos que enfrenta la mujer para posicionarse en un medio.

Lo anterior beneficia a la investigación, porque se evidencia en documentos antiguos que efectivamente la mujer ha superado muchos obstáculos, pero se sigue enfrentando a distintas problemáticas. Demuestra que ha habido un avance en cuanto a los distintos retos que vivían en el pasado, sin embargo, no han sido suficientes para ser tratadas como profesionales capaces en la actualidad.

Según Criado (2012) “Pese a innegables avances femeninos, existe un vacío palpable y evidente de mujeres directivas en los cargos de toma de decisiones de los principales medios de comunicación en España. Nadie duda en la actualidad que el principal marco en el que defender nuestros intereses y opiniones en público son los medios de comunicación” (p.7).

Los medios de comunicación tuvieron su primer acercamiento a la web para publicar contenidos entre 1993 y 1995 y el primer medio en hacerlo era de Estados Unidos, el campo online del Periodismo fue considerado un área de posible crecimiento para las periodistas. Sin embargo, según la investigación de Ruth Mateos de Cabo, a principios del 2000 no tuvo su mejor reacción.

Y así lo reflejó en su trabajo el año 2007 cuando hizo un análisis sobre la presencia de la mujer en la prensa digital española donde buscaban conocer la progresiva incorporación de la mujer a la vida pública y laboral y el debilitamiento de algunos estereotipos que fueron reproducidos por un tipo de medio.

Esta investigación fue nombrada “La Presencia de estereotipos en los medios de comunicación: Análisis de la prensa digital española” por Ruth Mateos de Cabo, de la Universidad CEU San Pablo.

La investigación beneficia en gran parte a la tesis actual ya que especifica la presencia del género femenino en los medios de comunicación y el desequilibrio que aún existe respecto de la equidad de oportunidades entre hombres y mujeres con la finalidad de abolir las situaciones estereotipadas y discriminantes de la sociedad. Y evidenciar si se ha logrado un cambio en los últimos años por los medios y las nuevas tecnologías de la comunicación.

Además, “Feminist Media Studies”, realizado en 2001 y publicado en 2004, afirma que muchas mujeres que se trasladaron a la versión online de sus compañías de noticias han sentido que ni han ascendido ni han adquirido de forma más rápida experiencia. Algunas de ellas, incluso, han abandonado este medio aduciendo que se consumieron en sus puestos de noticias online sin ascender, que deseaban pasar más tiempo con su familia o que intentaron otras vocaciones” (p.22).

En esta información se refleja que las mujeres siguen percibiendo ese trato distinto en su área laboral, ya que no les brinda la oportunidad de surgir y que incluso algunas de ellas optaron por dejar la carrera. Esto solo evidencia que aún existe una desigualdad entre ambos sexos a la hora de distribuir cargos o tareas.

También, se encontró un trabajo del 2016 cuya autora es SherilynJovankaFumero Gutiérrez donde analizan el papel del género femenino en el Periodismo deportivo, para determinar la discriminación y el machismo que hay en los medios sobre la participación de la mujer en estas temáticas.

Incluso, fue la tesis de grado en Periodismo de Fumero (2016) en la Universidad de la Laguna en España, llamada “Periodismo Deportivo, el papel secundario de la mujer periodista”, en donde advierte y señala el papel secundario que tienen las mujeres en la carrera específicamente en el área del deporte. Con objetivo de resaltar las diferencias entre el hombre y la mujer dentro de los medios de comunicación.

En la investigación de Fumero (2016) se resalta lo siguiente:

Existen mujeres dentro del mundo del Periodismo deportivo al asumir responsabilidades como: presentando telediario, en programas especializados... que se impone un cierto sexismo ya que la mayoría de las periodistas son jóvenes, atractivas y suelen tener una presencia llamativa que capta la atención de la audiencia. En las tertulias y programas televisivos se presenta a la mujer como un reclamo para los espectadores a través de chicas jóvenes, con buena presencia física, de pie y tratando temas de relleno consideradas tradicionalmente de poco interés, como pueden ser los comentarios en las redes sociales, no por el hecho de las redes sociales que cabe destacar que cada día cobra más y más importancia, sino por la relevancia y en la mayoría de los casos el tono casi de burla que se genera a raíz de esos comentarios (p. 6).

Se relaciona con la investigación presente ya que analiza el avance de la mujer dentro de los medios de comunicación siguiendo los parámetros de equidad de género. Esta información se asemeja al avance laboral que puede tener la mujer en el Periodismo Digital, por ellos es valioso hacer la comparación en otros aspectos.

En la investigación realizada por Esther García Gómez en el año 2017, también podemos encontrar varios factores que fundamentan a la investigación ya que lo que buscaban era demostrar la desigualdad de género en el Periodismo deportivo, analizar la imagen de la mujer y evidenciar el trato a la mujer dentro de los medios de comunicación y en el trabajo de campo. Este trabajo fue titulado “La presencia de la mujer en el Periodismo Deportivo” para optar por el grado de comunicación en la Universitat Oberta de Catalunya.

García (2017), manifiesta que:

Como reflejo de una sociedad que aún debe de evolucionar mucho si desea lograr una igualdad real entre el hombre y la mujer, el sector deportivo se convierte en un espejo de una clara realidad que aún dista mucho de la deseada. Históricamente, el deporte se ha considerado hecho por y para el hombre. Las informaciones siguen siendo predominantes sobre deportistas varones y la presencia de la mujer queda reducida, en la mayoría de

casos, a simple acompañamiento de la información y “gancho” para atraer audiencia masculina (p. 11).

Esta tesis sólo refuerza el tema que se está abordando y se relaciona por la forma en que se visualiza a la mujer en el medio. Es claro que este tipo de situaciones no solo pasan en el ámbito deportivo sino en general.

Por otra parte, hay otro estudio en el 2012 realizado por Fernando SabésTurmo y José Juan Verón Lassa, y este analiza los cambios que está viviendo la profesión periodística a causa de la tecnología y la actual crisis que afecta directamente al sector y admiten que el futuro de la profesión periodística no emite señales de optimismo por ello es importante saber cómo enfrentar y asumir el reto.

De acuerdo con Sabés y Verón (2012) en su trabajo titulado “Universidad y empresa ante la doble crisis del Periodismo Tradicional. Propuestas y reflexiones sobre la modificación sustancial del escenario periodístico. El clúster periodístico” de la revista Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, en España indica que:

Se encuentra muy próxima la percepción de que en breve Internet, con todas sus evoluciones y variantes, debe ser el más importante de todos los medios, en sustitución de la actual primacía de la televisión, habiendo enterrado en más de una ocasión a los medios tradicionales, esencialmente a la prensa en papel. Se trata de un fenómeno que ya se está dando en las generaciones más jóvenes, que dedican más tiempo a Internet y las redes sociales que al consumo de televisión (p.155).

Esta información revela que efectivamente el Periodismo va a mudarse al mundo digital por completo en un momento dado y eso quiere decir que abran más probabilidades de expansión por ende mayor visibilidad para la mujer ya que su participación va a crecer en el medio y la mejor forma que eso suceda es través de la tecnología y el Internet y es así cómo se enlaza con el tema bajo investigación.

Antecedentes nacionales

Costa Rica no está exento de la discriminación y desigualdad contra las mujeres en el área de comunicación del país, e incluso en algunos casos aún se rigen según apariencias y estereotipos. En múltiples ocasiones las mujeres han alzado su voz con protestas y testimonios, así como existen varios artículos y tesis que abordan esta problemática.

Se encontró una investigación del 2018 con una compilación de información en América Latina con las experiencias de cinco nuevos países: Costa Rica, Cuba, Panamá, Paraguay y Perú, por investigadoras y comunicadoras de cada región para analizar la baja participación de las mujeres en las empresas de medios y la representación sexista en los contenidos de los mismos.

Esta tesis se tituló “Políticas de comunicación y género en América Latina: cerrando un ciclo”, donde habla sobre la representación de las mujeres en las empresas de medios y la representación sexista en los contenidos de los mismos, fue compilado por Sandra Chaher, realizada por los estudiantes de la Universidad de Costa Rica Angélica Castro-Camacho, Esteban Cubero-Hernández y Luisa Ochoa-Chaves en representación de Costa Rica.

En el documento dicen que:

La participación de las mujeres en medios de comunicación no es equitativa, aunque están cada vez están más presentes en los mismos, tanto en el ejercicio profesional como en los contenidos: los medios reproducen estereotipos de género que excluyen la diversidad de las mujeres que habitan Costa Rica (indígenas, afrodescendientes, adultas mayores, mujeres gordas) y las ubican en narrativas que las victimiza. Castro, A., Cubero, E. y Ochoa, L. (2018)

Siguiendo esta línea, este estudio se relaciona directamente con la investigación ya que comprueba y respalda que el sexo femenino no tiene la misma fuerza y participación que el sexo masculino en la carrera de Periodismo. Demostrando de esta manera que la mujer tiene una dificultad adicional por su género.

Partiendo de la investigación anterior, donde se refleja que la comunicación no es equitativa según su género, se encontró un trabajo de investigación de Luis Daniel Chacón Rodríguez, donde analiza los criterios aplicados de igualdad y equidad en el género deportivo y conocer el papel que juegan las periodistas en los medios de comunicación.

Esta investigación es de la Universidad Internacional de las Américas y lleva el título de “Análisis de criterios aplicados en igualdad y equidad de género en el Periodismo deportivo en Televisora de Costa Rica en el año 2018”.

Para Chacón (2018) al citar a Castilla y Linares (s f.), desde la perspectiva del trato diferenciado, habla sobre cómo ha evolucionado hasta la actualidad:

Sin embargo, los medios de comunicación muy a menudo obvian a las mujeres y sus actividades, proyectando imágenes estereotipadas o que las victimizan. En general, no reflejan el amplio y diverso papel que desempeñan actualmente en nuestra sociedad. En la prensa, podemos apreciar cómo el número de periodistas mujeres es mucho menor al número de hombres que ejercen esta profesión, siendo esta diferencia patente en cualquiera de los eslabones de la cadena que componen este oficio (p. 4).

Esta información es importante relacionarla con el surgimiento del Periodismo Digital, para determinar si actualmente la discriminación se vive igual que antes o si la llegada de esta plataforma efectivamente brinda más oportunidades de desarrollo a las mujeres. Además, ayuda a demostrar si los términos bajo los que la mujer es calificada son sexistas. Por esta razón también se realizó una búsqueda de investigaciones sobre Periodismo Digital.

Y se encontró una investigación del año 2013 que se enfoca en dar respuestas a nuevas inquietudes sobre el papel del periodista digital en la actualidad, además de analizar el perfil del periodista y su formación académica para desarrollar contenidos web y soluciones para mejorar su situación laboral al aprovechar la apertura que brinda Internet.

La tesis se llama “Periodismo Digital: Un Género Emergente” realizado por Digna María González Villalta, para la Universidad Internacional de las Américas y analiza todos los aspectos de crecimiento que explora el Periodismo con la llegada del Internet y su plataforma digital.

De acuerdo con González (2013), la llegada del Periodismo Digital hace que: “el Periodismo Digital llega a nuestro país y con ello, la posibilidad para los miles de periodistas graduados cada año de abrirse espacio ante un mercado laboral saturado en cuanto a medios tradicionales se refiere (radio, televisión, prensa escrita)” (p.1).

Este documento tiene relación con el presente trabajo ya que analiza y engloba todas las opciones y formas de crecimiento que posee el Periodismo en la plataforma digital, lo que se traduce como oportunidades laborales y de crecimiento para todos los profesionales interesados en esta área.

Proyecciones

La información que se obtenga a través de esta investigación va a ser utilizada para demostrar todo el proceso de crecimiento y desarrollo que tuvieron y tienen que pasar las mujeres periodistas en su propia carrera para poder desempeñarse como tal sin que nadie devalúe su trabajo por distintas razones. Adicionalmente, apoyar su trabajo y valorar las oportunidades que existen hoy gracias a la era digital.

- Lograr visibilizar el trabajo realizado por la mujer para ganarse un puesto en el Periodismo.
- Exponer que el Periodismo Digital es una gran oportunidad para el desarrollo de la comunicación por parte del sexo femenino.

- Concientizar a la población sobre los desafíos que enfrentan las periodistas en el ámbito profesional.
- Determinar el crecimiento o mejora que existe entre los retos del pasado respecto al Periodismo Actual (digital).

CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

En este capítulo se desarrollan conceptos y experiencias, así como diversos puntos de vista de autores que permiten conocer y comprender mejor el tema de investigación. Cada uno de estos aportes son importantes para entender el desenlace del trabajo ya que son parte de su análisis.

Para Hernández et al (2014) “el desarrollo de la perspectiva teórica es un proceso y un producto. Un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible que puede estar vinculado con el planteamiento del problema” (p.60).

Por consiguiente, en este apartado están presentes distintas temáticas relacionadas con el Periodismo, así como características, definiciones y opiniones de diferentes fuentes sobre el rol que desempeñan los periodistas según su género en el ámbito laboral.

Comunicación

De acuerdo con Guzmán (2012) es “el proceso por el cual se transmite información, sentimientos, pensamientos, y cualquier otra cosa que pueda ser compartida” (p.9). Y añadió que la comunicación es catalogada como un proceso; esto porque tiene un tiempo definido y además contiene elementos que ayudan a que sea correcta, en el tiempo que se estipule.

Según Guzmán (2012):

La comunicación es un fenómeno que se origina, de forma natural, en cualquier organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño. La comunicación es el proceso social más importante, sin este proceso, el hombre se encontraría aún en el primer eslabón de su desarrollo y no existiría la sociedad ni la cultura (p.9).

Es claro que sin la comunicación el hombre no sería la especie más evolucionada, es cierto que existen diferentes maneras de comunicarse pero los seres humanos han logrado desarrollar este acto al siguiente nivel ya que sintetizan, organizan y elaboran toda la experiencia y conocimiento humano y luego lo transmiten de un individuo a otro como forma de lenguaje.

De acuerdo con Yirda (2020) la comunicación también se conoce como:

Intercambio de información entre un emisor y un receptor, en el cual el primero transmite el mensaje y el segundo interpreta y produce una respuesta, de ser necesario. En lo que se refiere a los seres humanos, esta es una actividad psíquica propia, derivada del pensamiento, el lenguaje y del desenvolvimiento de las capacidades psicosociales de las relaciones (párr.2).

La forma de transmitir un mensaje y compartir información ha ido cambiando a lo largo de los años y actualmente se cuenta con alta tecnología que le facilita esta acción y hace el proceso de comunicación más simple, eficaz y sencillo. Además de tener un mayor número de personas a estar en constante comunicación.

Un claro ejemplo de esto son las redes sociales, ya que conectan personas a tiempo real en todas las partes del mundo por el solo hecho de tener acceso a Internet. Williams (1992), hizo una comparación muy válida desde muy temprano donde se reflejaban que los cambios ya estaban sucediendo.

Cuando pensamos en las comunicaciones modernas pensamos de inmediato en ciertas tecnologías. Una serie de inventos eficaces parece haber cambiado, permanentemente, la forma en que debemos pensar en la comunicación. Sin embargo, al mismo tiempo, las

comunicaciones son siempre una forma de relación social, y los sistemas de comunicaciones deben considerarse siempre instituciones sociales (p.183).

La información hace referencia a una nueva forma de interactuar, difundir y producir información y contenido para el público a través del Internet. En este caso con la inserción del Internet en el mundo el Periodismo logró posicionarse como digital y ganar terreno en esta nueva área de comunicación.

Comunicación digital

Es aquí donde entra la comunicación digital la cual transmite la información de una manera distinta y adaptada a la nueva realidad digital. De acuerdo con Picasso (2016) la comunicación digital se entiende como: “un fenómeno que ha calado muy fuerte en nuestra vida cotidiana. Ha surgido como consecuencia inevitable de las nuevas tecnologías que se introducen de manera vertiginosa e implacable en el mundo de la comunicación social” (párr.3).

Picasso asegura que, en los últimos años, más de un 80% de la comunicación ha pasado a ser digital y mencionó que:

Y es inevitable. Esta novedosa forma de comunicación le da al usuario muchas y nuevas oportunidades que antes no tenía. Le ofrece herramientas no sólo para expresarse de forma escrita, sino que le permite usar imágenes, videos, grabaciones de voz, animaciones, hipervínculos, correos electrónicos, blogs, entre otros; para expresar sus pensamientos e ideas (párr.4).

Aquí se entiende que el ingreso del Internet a la comunicación daría nacimiento a nuevas formas de difundir e intercambiar la información además de cómo el público va a percibir el mensaje. Esto influye directamente en la carrera de Periodismo y su forma de trabajar por lo que se debe indagar para conocer su desarrollo.

Periodismo

Para iniciar se puede recordar el significado del Periodismo antes de relacionarlo con el mundo digital.

Según Pérez y Merino (2012), es una labor profesional que se basa en la recolección, síntesis, procesamiento y análisis de la información (ya sea de modo escrito, oral, visual o gráfico), en cualquiera de sus formas, presentaciones y variedades para la publicación de datos de carácter actual.

Este trabajo inició con el Periodismo Tradicional que básicamente se resume en los medios convencionales como la prensa escrita, la televisión, y la radio, hasta el actual Periodismo Digital, que tiene la misma intención y labor periodística con la diferencia de que es por medio de la Web.

Periodismo Digital

No se puede negar que la comunicación ha evolucionado con el paso del tiempo y por consiguiente también el Periodismo ya que están viviendo una gran revolución con el ingreso y la influencia del Internet y las redes sociales. Por lo tanto, se debe conocer los cambios que implican y cómo afectan el nuevo Periodismo.

Balaguer (2014) escribió sobre este cambio en su artículo “Del Periodismo Tradicional al Periodismo 2.0” donde explica sobre la convergencia de ambos y algunos factores que han influido en su desarrollo y mencionó que:

Ahora hablamos de Periodismo 2.0 como si se tratara de un nuevo campo de la profesión, pero simplemente se trata de su evolución. Una evolución propia de una profesión tan cambiante como la nuestra, en la que la capacidad de reinventarnos y de adaptarnos a los cambios, con la mayor agilidad y rapidez posible, debería ser algo obligatorio (párr.10).

Balaguer (2014) también hizo referencia a que el Social Media ha nutrido el Periodismo de nuevos espacios de información donde la inmediatez y la capacidad de interacción han cambiado la forma de actuar de los periodistas. Ya que por las redes sociales cualquiera puede comunicar y compartir de manera pública aquello que de algún modo le impacte o le llame la atención. Por esta razón, ahora es el usuario quien decide cuándo, dónde y cómo se informa sobre todo lo que le parezca interesante o relevante en su vida.

Por ello, el teórico Oliva (2014) analiza y estudia este fenómeno en su análisis “El Periodismo Digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento” donde menciona lo siguiente:

La era digital ha afectado al ámbito de los medios de comunicación, los cuales están presentes en la Red y se reinventan y crecen continuamente con nuevas herramientas y servicios para aprovechar al máximo las ventajas, los atractivos y los valores añadidos que proporcionan las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (p.1).

Por otra parte, Oliva (2014) añade lo siguiente:

En el escenario mediático actual coexisten las iniciativas que prestan atención a lo que acontece en la proximidad y en el ámbito mundial. Mientras los medios remodelan las líneas de sus estrategias informativas, los ciudadanos siguen demandando información creíble. Ahora ya nadie duda de la necesidad de disponer de información para adoptar decisiones adecuadas en los distintos ámbitos de la vida. Cada vez el conocimiento está más mediatizado por los medios de comunicación y existe una mayor dependencia de ellos (p.3).

Adicionalmente, Soengas (2003), citado por Oliva (2014) menciona en su análisis, que existen ciertos criterios que intervienen en el proceso de creación y generación informativa, donde los enmarca de la siguiente forma:

- Actualidad-novedad.
- Proximidad de su repercusión en el entorno inmediato.

- Relieve o importancia de la persona, institución o lugar.
- Interés mayoritario-cantidad de afectados.
- Trascendencia o continuidad.
- Originalidad, primicia, investigación propia y las exclusivas.
- Conflicto Lo extraordinario y lo llamativo.
- Disponibilidad/accesibilidad.
- Interés humano, curiosidad, emotividad.
- Morbosidad.
- Presiones externas.
- Peculiaridades del medio.

Este fenómeno realizó cambios paulatinamente, según Aragón (2013) en su estudio “Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo”, brinda la siguiente información:

El satélite y el cable introdujeron el modelo de televisión internacional como menú cotidiano de consumo para los televidentes abonados al sistema de suscripción, sin importar su ubicación geográfica. Internet alteró también los modelos tradicionales en la cadena de valor de la industria mediática a nivel de distribución, exhibición y exposición de contenidos (p.684).

Esta revolución tecnológica, dinamizada por la web 2.0 (entendida como el fenómeno de las redes sociales) y el sistema de comunicaciones móviles, ha creado un escenario comunicativo claramente distinto al tradicional. Este fenómeno, conocido hasta ahora como el de los nuevos medios, o el de los otros medios, o el de los multimedios, ciertamente ha cambiado la relación tradicional entre productores y consumidores de mensajes mediáticos (p.684).

Dichos cambios van más allá de la manera en la que nos comunicamos ya que también ha traído consigo otras estructuraciones en el mundo de la comunicación y el teórico lo explica de la siguiente manera:

Esto no sólo ha provocado que la comunicación y sus públicos en el siglo XXI se hayan globalizado, sino que ha favorecido también la expansión y la consolidación de grandes multinacionales mediáticas, que buscan con afán comercial la penetración y el dominio de los mercados en cualquier lugar del mundo donde haya espacio para ofrecer servicios de comunicación y conseguir demandas de públicos. Por ejemplo, los grupos españoles Prisa y Planeta compiten hoy con los norteamericanos (Disney, Viacom, News Corp, NBCU, Time Warner) para conquistar el mercado latinoamericano, y entre ellos están los grupos propios de la zona, como Telmex de México o Cisneros de Venezuela, los cuales buscan hacer de la región un gran menú económico para la distribución y venta de sus servicios infocomunicacionales (Mastrini y Becerra, 2007, p.684).

Entonces, según este estudio efectivamente el Periodismo se tuvo que expandir y lo continúa haciendo a través de los distintos medios existentes, porque incluso los medios tradicionales han tenido que implementar medidas online para modernizar su contenido, por ello se debe tener claro cuáles son los principales medios existentes.

Medios de comunicación

Según Yirda (2019), también se les puede llamar canales de información que son utilizados por la sociedad para la distribución y el consumo de información de manera masiva. En la actualidad las comunidades pueden acceder a este tipo de canal informativo en cualquier momento, para mantenerse al día con los acontecimientos tanto nacionales como internacionales de diferentes índoles, como son políticos, sociales, culturales, deportivos, entre otros.

Además, también mencionó que los medios se clasifican de acuerdo con su estructura física y de soporte en la transmisión de la información, ya que cada uno se define por imágenes, audios o multimedia, de acuerdo con los medios que más se destacan son:

- **Los Audiovisuales**

Pueden ser vistos y escuchados de una manera simultánea y su estructura física se basa en una tecnología que emite la información en sonidos e imágenes, ejemplo la televisión y el cine.

- **Los Radiofónicos**

En este grupo se encuentra la radio, que se basa exclusivamente en la emisión de la información a través del sonido, es una tecnología más sencilla que la televisión y de más fácil acceso para la comunidad. Su principal limitación está en la distancia geográfica, ya que ésta puede afectar la transmisión del sonido.

- **Los Impresos**

Como es conocimiento de todos, éstos agrupan a las revistas, periódicos, folletos, y todas las publicaciones escritas dedicadas a la transmisión de una información. Con el surgimiento de los medios en Internet, los medios impresos experimentan una caída en lo que se refiere a su clientela, debido a que requiere de un proceso para certificar su producción como son calidad del papel, correctores, editores, escritores analistas, entre otros.

- **Los Digitales**

Esta nueva tecnología que surge en la década de los 80, se ha expandido de una manera masiva, sus herramientas son las computadoras personales, así como los celulares, tablets y demás aparatos tecnológicos, mediante los cuales se pueda transmitir la información.
(no cita las páginas)

Estos son los principales medios de la profesión, sin embargo, más allá de los tradicionales que aún prevalecen, se quiere hacer énfasis en los medios que están en crecimiento y cambio constante, y con estas características me refiero a los medios digitales, ya que estos trabajan diferente a causa de su gran versatilidad y modernidad.

De acuerdo con Ruiz (2018), las versiones online de los medios de comunicación son y han sido siempre multimedia o bimedia y mencionó que:

Éstos han fusionado los propios componentes de la prensa escrita con los de los medios audiovisuales. Lo primero que se fue incorporando fueron las imágenes; ahora la hipertextualidad de los medios, incluye vídeos, lo que hace de Internet una fuente fiable llena de contenido audiovisual. La configuración digital, utiliza una serie de recursos para complementar y respaldar la noticia que se han expuesto previamente. Esta técnica constituye una herramienta complementaria a los datos que, además enriquece la información (párr.1).

Además, Ruiz (2018) también indicó cuáles son las características que tienen los medios digitales a la hora de difundir la información y los dividió en los siguientes:

Actualización constante

El valor añadido que ofrece el medio digital requiere una actualización incesante. Los usuarios de Internet quieren ver nuevos contenidos, noticias actualizadas, en especial en las de seguimiento, así como novedades informativas acompañadas de contenido audiovisual que aporte veracidad a los textos. Una página online tiene que tener una naturaleza dinámica para estar actualizada de forma constante frente a otras páginas.

Interactividad

Hoy, enviamos gran cantidad de datos que son transmitidos por todo el planeta. Como consecuencia, se producen intercambios de información simultáneos. De este modo, todo el mundo quiere participar de forma instantánea. La fácil accesibilidad al medio digital permite que millones de personas interactúen en páginas web, blogs, foros, chats, redes sociales, conferencias, etc. Los usuarios son los que permiten que el medio y el mensaje crezcan.

Hipertextualidad

Gracias al hipertexto las noticias impactan mucho más en los lectores. La hipertextualidad es el elemento que permite incorporar distintas capas informativas para que aquellos usuarios que lo deseen, puedan profundizar en los distintos niveles de la

información: titular, hipervínculo que lleva a la información detallada, informes, recursos o sentencias y contenido audiovisual

Multimedialidad

La manera de interactuar en redes sociales junto con los nuevos formatos digitales, han permitido que el uso de Internet adquiriera nuevas dimensiones y metas. En la época en la que nos encontramos, los medios de comunicación traspasan lo físico para configurarse con el mundo electrónico. Podemos leer una noticia en un periódico impreso o en su versión digital, así como escuchar la última hora o por la radio, verla por televisión o conocerla por redes sociales. Estos modos distintos se aúnan y en lugar de estar separadas están en sintonía en un mismo sitio.

González (2020) hizo un pequeño análisis sobre los medios digitales del país y menciona que “No podemos hablar de medios de comunicación digitales, sin necesariamente hablar de convergencia de medios, en el sentido de la unificación de las tecnologías de la información y la industria mediática” (párr.3).

Y añadió que:

Si bien desde la década de los noventa los medios de comunicación habían empezado a dirigir esfuerzos hacia canales digitales (sobre todo de servicio al cliente o para replicar su contenido *online*), derivado del rápido crecimiento de Internet, en la región centroamericana eso no era una realidad (párr.4)

Conforme a la información anterior, los medios de comunicación de diferentes tipos han trascendido de sus formatos tradicionales como impresos, radio y televisión a nuevas plataformas más modernas y complejas, estas incluyen sitios web, blogs, redes sociales, aplicaciones móviles entre otras herramientas de distribución.

Pero a medida que las tecnologías avanzan la sociedad le sigue el paso, y pensar en un solo canal de distribución es quedarse atrás. Por ello hoy en día existen varios medios digitales en el país que se adaptan a estos cambios y a la extensa demanda de contenidos online.

En Costa Rica, algunos de los medios digitales que tienen mayor influencia en la actualidad a través de redes son CRhoy.com, Nacion.com, Delfino.cr y AmeliaRueda.com, entre muchos otros existentes. Además, este medio está en crecimiento según Brenes (2020) quien añade que “CRHoy, CostaRicaon.com y The Costa Rica Star (news.co.cr) son tres de los más recientes medios dedicados a brindar información sobre el país y el mundo, únicamente a través de la Web”.

Al haber más medios en crecimiento, se puede traducir a mayores oportunidades laborales y más espacios para la distribución de información, lo que significa que se van a necesitar más periodistas en el campo laboral. Y es aquí donde surge la inquietud de si esta transformación en el medio beneficia a todos por igual.

En este caso la presente investigación se enfoca en el desarrollo de la mujer en el Periodismo a lo largo de los últimos 10 años y quiere determinar cuáles han sido sus experiencias como mujeres en el medio y además conocer si su rol como periodista ha variado. Por esta razón se analizará a continuación cuál es el papel que juegan en el ámbito laboral.

El papel de la mujer en el Periodismo

Para adentrarnos específicamente en el rol de la mujer en el campo laboral del Periodismo y conocer su desarrollo y desempeño dentro de este se debe recordar cómo fueron sus primeros pasos en la carrera y partir de ahí.

Aunque en la actualidad no nos extraña ver mujeres periodistas ejerciendo su profesión en la televisión, radio, periódicos, revistas y publicaciones digitales, no es la misma experiencia para muchas otras mujeres décadas atrás. Según Ruiz (2020) tanto en nuestro país como fuera de él,

“el perfil de periodista en sus inicios sólo estaba destinado a los hombres como tantas otras profesiones como podrían ser los médicos, abogados, banqueros o ingenieros” (párr.2).

De acuerdo con Ruiz, entre finales del S.XVII y hasta la mitad del siglo XX, las mujeres que deseaban informar o comunicar a través de sus palabras o de sus fotografías tuvieron que luchar en contra de una sociedad machista que no admitía la idea de ver al sexo femenino desempeñar el puesto y sus distintas tareas ya que creían que solo los hombres eran buenos.

Acorde con el análisis de Ruiz algunas de las preguntas que la sociedad se planteaba en ese entonces eran las siguientes:

¿Cómo una mujer podía recorrer medio mundo capturando las imágenes de guerra cuando su 'lugar' era estar en casa con sus hijos y su marido? ¿O cómo una mujer podía firmar algunos de los mejores artículos periodísticos de Madrid? ¿O cómo podían opinar sobre temas que en teoría no tenían ni voz ni voto? Estas eran algunas de las tesis a las que se enfrentaban a diario las mujeres que convirtieron su pasión por el Periodismo en su profesión y que gracias a ellas el mundo tal y como lo conocemos, es un poco más igualitario (párr.4).

En otra investigación hecha Ruiz (2007) menciona que no fue hasta el siglo XX cuando la mujer, de alguna forma comenzó su inserción en la sociedad. Y menciona que la estructura simbólica condicionante y transmisora del papel femenino se origina y difunde principalmente desde la estructura de los medios de comunicación de masas.

De acuerdo con la anterior información:

Los medios de comunicación de masas asumen la función de estabilización e integración de roles, valores, normas y símbolos. Estos medios, además, son considerados un importante instrumento para la socialización y la transmisión de valores, ya que muestran pautas de comportamiento de forma consciente o inconsciente, que se convierten en ocasiones en modelos de referencia para una sociedad. De forma inevitable acaban creando una “realidad” que afecta a nuestra visión del mundo y a su comprensión (p.9).

Y añadió que:

Una primera aproximación a la explicación de la falta de representatividad del género femenino en los medios de comunicación podría explicarse con el hecho de que se ha asociado a la mujer desde hace mucho tiempo con el espacio privado, doméstico y al hombre con la esfera pública, de poder (p.10).

Para entender mejor los acontecimientos anteriores o las razones por las cuales se veía a la mujer como inferior, se debe comprender mejor algunos conceptos que están directamente relacionados con el tema y de alguna forma explica por qué la sociedad tiende a tener estos tipos de pensamientos.

Machismo

Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española el machismo es: “actitud de prepotencia de los varones respecto de las mujeres” (RAE 1992: 910). Según esta definición sólo los hombres podrían ser considerados machistas, sin embargo, la definición que propone Limone (2003) en su teoría es algo distinta, ya que lo entiende como:

Un comportamiento en que las actitudes, acciones y discursos son coherentes con el sistema sexo/género (S. s./g.); un sistema social en que hombres y mujeres forman dos grupos desiguales. Cada grupo constituye un género y ambos están jerárquicamente organizados de tal manera que los hombres son quienes detentan el poder y las mujeres son subordinadas. Cada grupo constituye un género polar y complementario del otro y ambos están jerárquicamente organizados de tal manera que los hombres son quienes detentan el poder y las mujeres son subordinadas. Esta jerarquía es causa y consecuencia de la valoración que se hace de las características asignadas a cada género y las capacidades que estas confieren a cada uno (párr.2).

Lo que quiere decir que el machismo no sólo lo evidenciaron los hombres (y no todos ellos), sino también, algunas mujeres. En otras palabras, todos aquellos que aceptan las creencias y comportamientos del patriarcado.

Esta definición ayuda a comprender un poco más por qué se consideraba inferior al sexo femenino en todos sus aspectos y que en consecuencia invalidaban sus capacidades y limitaban su desarrollo.

Sexismo

Este término tiene varias definiciones, sin embargo, todas se dirigen a un mismo final y comparten el mismo sentido que es la discriminación por razones de sexo. Esta es una de las cosas que ha sufrido la mujer, específicamente en el ámbito profesional.

Giberti,(2008) escribe:

Sexismo se define como el conjunto de actitudes y comportamientos que instala la discriminación entre las personas basándose en su sexo. Se organiza en forma de prejuicio y creencia y se pone de manifiesto mediante el lenguaje, símbolos y costumbres históricamente arraigadas (párr.1)

La psicóloga Giberti también manifestó que:

La idea de sexismo fue propiciada desde el feminismo internacional en la década del '60. Se refiere a la ecuación simbólica y política que pretende ordenar el mundo de acuerdo con la superioridad del varón en relación con la mujer. Es complementario del androcentrismo que generaliza "lo humano" como masculino, expulsando a las mujeres del mundo real y del universo simbólico (párr.2).

Este apartado define bien una de las situaciones que viven las mujeres especialmente en el ámbito laboral ya que históricamente se creía que la mujer era el sexo débil y que debía quedarse en el hogar para limpiar, cocinar y cuidar a sus hijos solamente, hoy día se sabe que no es así. Es

aquí donde el tema se relaciona con la investigación ya que actualmente aún hay personas con este tipo de mentalidad.

Feminismo

Durante los últimos años, la palabra feminismo ha ido tomando fuerza en muchos contextos, incluso en algunos de ellos se le ha atribuido una connotación negativa, hasta abrirse un espacio en cualquier debate político. El feminismo no significa odio hacia los hombres ni querer la supremacía de las mujeres. Y aunque el término se ha vuelto de moda es mucho más que eso.

La Real Academia Española (RAE) define el feminismo como “el principio de igualdad de derechos de la mujer y el hombre, así como el movimiento que lucha por la realización efectiva en todos los órdenes del feminismo”.

Según González (2020) el feminismo no es un concepto contrario al machismo sino un término más equitativo.

El feminismo no busca la superioridad de la mujer respecto al hombre, sino que es la ideología que defiende la igualdad en aspectos sociales, culturales y económicos entre ambos sexos. A pesar de ello, la similitud semántica de la palabra con el concepto de machismo hace que en muchas ocasiones adquiera un significado incorrecto en el que se la considera una especie de ‘antónimo’ de esta. En ese sentido, el error de interpretación más habitual del concepto ‘feminismo’ lo hace adoptar el significado que actualmente ostenta la palabra ‘hembrismo’ (párr.3).

El ‘hembrismo’, que no es un concepto recogido todavía por la RAE, es popularmente conocido como la palabra equivalente al machismo aunque en sentido contrario. Así, el ‘hembrismo’ impulsa la preponderancia de la mujer, mientras que el machismo privilegia al hombre y ninguno de los dos apuesta por la igualdad de género (párr.4).

Dichas definiciones son relevantes en la investigación ya que alegan por la equidad de género y las mismas oportunidades para todas las personas. Además de enfatizar el hecho que ningún sexo es superior al otro, ya que ambos tienen las mismas capacidades.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la Investigación

El presente trabajo tendrá un enfoque cualitativo. La investigación cualitativa según Hernández, Fernández y Baptista (1991) “se enfoca a comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto” (p.358).

Otra interpretación según Hernández et al, (2014) es:

El enfoque cualitativo se selecciona cuando el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados (Punch, 2014; Lichtman, 2013; Morse, 2012; Encyclopedia of Educational Psychology, 2008; Lahman y Geist, 2008; Carey, 2007, y DeLyser, 2006). El enfoque cualitativo es recomendable cuando el tema del estudio ha sido poco explorado o no se ha hecho investigación al respecto en ningún grupo social específico (Marshall, 2011 y Preissle, 2008). El proceso cualitativo inicia con la idea de investigación (p.358).

Es por esta razón, que el tema de investigación por desarrollar será desde este enfoque, ya que la información que se recolectará será por medio de la perspectiva y vivencia que tienen las mujeres periodistas sobre su desarrollo en la carrera de Periodismo y su opinión respecto de la libertad que les brinda el Periodismo en Internet actualmente.

Además, que se plantean realizar entrevistas, recolectar información por medio de grupos focales, analizar los datos obtenidos para darles una interpretación apropiada. Y

ejemplificar los objetivos de la investigación con experiencias de las mujeres en el área del Periodismo.

Método

El método delimita cuál va a ser la técnica utilizada para llevar a cabo la investigación y tener una dirección y una línea clara por seguir para lograr abordar la información de la investigación. En este trabajo se va a utilizar el método Fenomenológico, ya que va de la mano con testimonios, experiencias y entrevistas lo que se adecua perfectamente al tema por investigar.

Lo cual es muy apropiado para el trabajo ya que se adecua a las necesidades y preguntas que surgen sobre el tema investigado, especialmente porque se basa mucho en las experiencias de las personas, en este caso en las vivencias de las mujeres como periodistas. Testimonios tanto del pasado como de la actualidad.

La base de la Fenomenología es que existen diversas formas de interpretar la misma experiencia, y que el significado de la experiencia para cada participante es lo que constituye la realidad (Hernández, Fernández, y Baptista, 2006, p. 712).

Una pregunta habitual de investigación de un estudio fenomenológico es la siguiente: ¿cuál es el significado, estructura y esencia de una experiencia vivida por una persona (individual), grupo (grupal) o comunidad (colectiva) respecto de un fenómeno? (p.493).

De acuerdo con Creswell (2013b), Mertens (2010) y Álvarez-Gayou (2003) citados por Hernández et al. (2014), el diseño fenomenológico se fundamenta en las siguientes premisas:

- Se pretende describir y entender los fenómenos desde el punto de vista de cada participante y desde la perspectiva construida colectivamente.
- Se basa en el análisis de discursos y temas, así como en la búsqueda de sus posibles significados.
- El investigador confía en la intuición, imaginación y en las estructuras universales para lograr aprender la experiencia de los participantes.

- El investigador contextualiza las experiencias en términos de su temporalidad (momento en que sucedieron), espacio (lugar en el cuál ocurrieron), corporalidad (las personas que las vivieron) y el contexto relacional (los lazos que se generaron durante las experiencias) (pág.)

Como se mencionó anteriormente, las características del diseño fenomenológico son perfectas para llevar a cabo los objetivos de la investigación, por el hecho de poder recolectar información de distintas personas con distintas perspectivas y además comprenderla, la capacidad de analizar y contextualizar historias y experiencias, esto es lo que se busca obtener con este diseño.

Y aplicarlo a los datos que se deseen obtener, en este documento se analizará la historia de las mujeres en el periodismo, los retos que enfrentaron, cuán visibles son en el área laboral, se analiza su participación y además se investiga el proceso evolutivo que ha pasado hasta la actualidad con el Periodismo Digital.

Por consiguiente, se verán muchas historias, muchos puntos de vista, se realizarán entrevistas y todas las respuestas recogidas serán contextualizadas de manera que se pueda plasmar y evidenciar los objetivos de la investigación.

Fuentes de información

Es de donde se va a recolectar información, pueden ser empresas, personas, comunidades, objetos, entre otros, de manera que ayuden y aporten a la investigación para intentar obtener los datos y objetivos planteados en el trabajo y también que fundamenten los mismos. Estos instrumentos son fuentes para el conocimiento, la búsqueda y el acceso a la información.

De acuerdo con Hernández et al (2014):

Siempre y cuando el tiempo y los recursos lo permitan, es conveniente tener varias fuentes de información y métodos para recolectar los datos. En la indagación cualitativa poseemos una mayor riqueza, amplitud y profundidad en los datos, si éstos provienen de diferentes actores del proceso, de distintas fuentes y al utilizar una mayor variedad de formas de recolección de los datos (p.439).

Por lo que se entiende que el documento debe poseer distintas fuentes, pero dentro de un límite, de esta manera se obtendrá gran variedad de contenido lo que ayudará a contemplar el tema de manera más objetiva. Pueden ser personas con distinta edad, diferentes puestos, distintas ubicaciones geográficas pero que aun así comparten un interés común.

Este trabajo se realizará conforme la información dada por 3 mujeres periodistas de 20 a 40 años que hayan trabajado en medios digitales o relacionados con la nueva era del Internet para tener un mayor rango en experiencias laborales.

Muestra

La muestra es esencial para la investigación ya que permite a futuros investigadores delimitar o agrandar más la investigación. Además, se debe seleccionar el contexto en el que se quieren encontrar los casos de interés. Según Hernández et al, (2014), la muestra es un “subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de ésta” (p.173).

Según, Hernández et al. (2014): “Lo que se busca en la indagación cualitativa es profundidad. Nos conciernen casos o unidades (participantes, organizaciones, manifestaciones humanas, eventos, animales, hechos, etc.) que nos ayuden a entender el fenómeno de estudio y a responder a las preguntas de investigación” (p.384).

En la presente investigación se utilizará como población de muestra voluntarios y expertos, específicamente a mujeres que se desempeñen en la carrera de Periodismo, ya sea como periodista o en cargos ejecutivos, además, periodistas del ámbito digital.

Criterios de inclusión y exclusión.

En esta sección se busca determinar las características específicas que deben tener las personas que vayan a participar y aportar a la investigación, en este caso la muestra. Para lograr destacar las cualidades que funcionan y las que no, y de esta forma obtener un mejor resultado durante el proceso de recolección.

Tabla 1: Criterios de Inclusión y Exclusión de las muestras de investigación.

Muestra	Cantidad de Individuos	Criterios de Inclusión	Criterios de Exclusión
Cualitativa	8	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deben ser mujeres periodistas que tengan al menos 2 o más años de experiencia. 2. Haber trabajado en medios tradicionales y medios digitales. 3. Laboran actualmente en Periodismo. 4. Trabajar en el nivel nacional. 5. Estudiantes que estén realizando práctica universitaria o pasantía en un medio en el ámbito digital. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No tener experiencia laboral. 2. No laborar en Periodismo Digital. 3. Trabajar en el nivel internacional.

Nota: Elaboración propia, 2020.

Unidades de Análisis

En esta sección del documento encontrarán la información que se pretende analizar y describir en la investigación sobre los grupos o individuos que participan en el trabajo. Básicamente son las unidades previamente seleccionadas las cuales son elementos que se pueden medir, controlar, variar en una investigación, por ende, se deben establecer las siguientes variables para el estudio.

Tabla 2: Categorías

Objetivos específicos	Categoría	Subcategoría	Definición conceptual	Instrumento
Conocer los desafíos que han experimentado y superado las mujeres periodistas a lo largo de su carrera y con el ingreso del Periodismo Digital.	Desafíos y experiencias de las periodistas. Periodismo Digital.	Discriminación de género. Machismo. Desigualdad. Acceso a cargos directivos.	La experiencia es la forma de conocimiento que se produce a partir de estas vivencias u observaciones. (Pérez y Merino, 2010, párr.2)	Entrevistas
Explorar las áreas de crecimiento de las periodistas en la última década.	Áreas de crecimiento y oportunidad en el Periodismo.	Áreas de cobertura. Material	Las oportunidades de desarrollo que brinda la empresa a sus empleados, ya	Análisis de contenido

		periodístico.	que, esta es una inversión que realiza la organización no sólo para beneficiarse ella misma al lograr empleados más capacitados, sino también para beneficiar a los trabajadores al aportarles competitividad y empleabilidad en un período de cambios tanto en el nivel económico como tecnológico. (Paulin y Quintero, 2006, p.13)	
Descubrir las experiencias y oportunidades que el Periodismo Digital ha aportado en el	Cambios en el Periodismo gracias a la era digital.	Mujeres jóvenes. Estudiantes. Primeras experiencias	El Periodismo Digital es la convergencia de medios (Prensa, Radio, Televisión) y	Grupo Focal

desarrollo de las periodistas como profesionales.		en el Periodismo.	recursos en una misma plataforma: el Internet. (Falla, 2009, párr. 5)	
---	--	-------------------	---	--

Nota: Elaboración propia, 2020.

Instrumentos

A continuación, se analizarán los instrumentos que se van a utilizar en la investigación, los cuales se escogieron acorde con la información que se desea recolectar. Tienen el objetivo de averiguar la información deseada y que así mismo se convierta en un pilar fundamental para futuras investigaciones.

Grupos focales

Este instrumento es de suma importancia para conocer la posición de distintas personas profesionales acerca de un tema previamente determinado, en este caso serían mujeres periodistas que se han desarrollado en el Periodismo Digital.

Hernández et al. (2014) define los grupos de enfoque de la siguiente manera:

Algunos autores los consideran como una especie de entrevistas grupales, las cuales consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos (tres a 10 personas), en las cuales los participantes conversan en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado e informal, bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales (p.425).

En este caso se trabaja con un grupo conformado por cuatro estudiantes avanzados de la carrera de Periodismo en la Universidad Internacional de las Américas que hayan tenido experiencias en el área en el nivel de prácticas o pasantías tanto en medios tradicionales, así como en Periodismo Digital, para obtener una perspectiva del tema de acuerdo con las nuevas generaciones.

Tabla 3: Grupo focal

	Nombre y apellido	Edad	Universidad	Lugar de práctica	Lugar
1	Ángeles Granados	20	UIA	Eco Católico	Reunión Grupal en Zoom
2	Sofía Hernández	22	UIA	Canal 14	Reunión Grupal en Zoom
3	Priscilla Mata	21	UIA	Ticas Poderosas	Reunión Grupal en Zoom
4	Fiorella Montoya	22	UIA	Ticas Poderosas	Reunión Grupal en Zoom

Nota: Elaboración propia, 2020.

Entrevista

En este tipo de instrumento logra recolectar diversidad de información de forma bilateral por medio del método pregunta y respuesta, lo cual permite ampliar y detallar aún más la investigación ya que se intercambian datos y vivencias.

Según Hernández et al. (2014) la entrevista se define como:

Ésta se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia (claro está, que se puede entrevistar a cada miembro del grupo individualmente o en conjunto; esto sin intentar llevar a cabo una dinámica grupal, lo que sería un grupo de enfoque) (p.403).

Las entrevistas serán herramientas de gran ayuda para la obtención variada de información de diferentes fuentes y en este caso será utilizada para averiguar la opinión de la mujer como profesional en la carrera y sus experiencias vividas tanto en Periodismo Tradicional como en digital.

En este instrumento participarán tres periodistas con experiencia en medios digitales y tradicionales y que además ocupan puestos distintos en medios variados, lo que aporta más perspectiva al tema y mayor información. Ellas son Silvia Ulloa, Kristin Hidalgo y Melissa Jerez.

Tabla 4: Periodistas entrevistadas

	Nombre y apellido	Puesto	Medio de comunicación	Fecha y Lugar
1	Silvia Ulloa	Directora	CRHoy.com	Reunión por Google Meet
2	Kristin Hidalgo	Periodista	ameliarueda.com	Reunión por Zoom
3	Melissa Jerez	Periodista	AMPrensa.com	Llamada telefónica

Fuente: Elaboración propia, 2020.

Análisis de contenido

Esta herramienta, brinda un criterio más objetivo debido a que se basa en historia, datos, pruebas e información que ha prevalecido a través del tiempo, la analiza y evalúa de manera que se pueda obtener resultados deseados. Además de tener la oportunidad de comparar información del pasado con el presente, lo cual ayudará en la investigación a analizar el desarrollo histórico de las mujeres en el Periodismo.

De acuerdo con Hernández et al. (2014) el análisis de contenido se define como: “una técnica para estudiar cualquier tipo de comunicación de una manera “objetiva” y sistemática, que cuantifica los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías, y los somete a análisis estadístico” (p.251).

El análisis de contenido es una buena opción para obtener información concisa con hechos y datos que no solo se basen en la experiencia, por lo que se adecua muy bien a la investigación ya que se analizará el contenido de dos medios digitales según la temática y que tan presente está el género femenino en la misma.

Este instrumento se utilizó para analizar las notas digitales de dos medios de comunicación para contabilizar las notas del mes de septiembre del año 2020 según el género de su autor. Esta distinción se dividió entre las 4 categorías más destacadas de cada medio, como: Deportes, Nacionales, Economía y Entretenimiento.

Proceso de Recolección y Análisis de Datos

Ya que el método de investigación es cualitativo se utilizará un estricto análisis de datos. Hernández et al. (2014) define este proceso de la siguiente forma:

Al tratarse de seres humanos, los datos que interesan son conceptos, percepciones, imágenes mentales, creencias, emociones, interacciones, pensamientos, experiencias y vivencias manifestadas en el lenguaje de los participantes, ya sea de manera individual, grupal o colectiva. Se recolectan con la finalidad de analizarlos y comprenderlos, y así responder a las preguntas de investigación y generar conocimiento (pág.)

Por esta razón se aplicaron entrevistas a diferentes individuos quienes tuvieron la libertad de compartir sus experiencias en el Periodismo tanto positivas como negativas, así como sus distintas opiniones respecto al medio.

Análisis de los Datos

De acuerdo con Hernández et al. (2014) para una investigación cualitativa lo que se debe utilizar para mayor eficacia en el análisis de datos es el proceso de sistematización:

Dado el amplio volumen de datos, éstos deben encontrarse muy bien organizados. Asimismo, debemos planear qué herramientas vamos a utilizar (hoy en día la gran mayoría de los análisis se efectúa mediante la computadora, al menos en un procesador de textos). Lo anterior depende del tipo de datos que hayamos generado (pág. 422).

CAPÍTULO IV:ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se presentan las diversas herramientas investigativas que se utilizaron para la obtención de información, entre ellas, entrevistas con profundidad, se realizaron tres a mujeres periodistas que laboran en distintos medios digitales, y fueron aplicadas durante el mes de octubre vía digital. A su vez también se realizó un grupo focal con cuatro estudiantes de Periodismo de la Universidad Internacional de las Américas.

Además, se utilizó la herramienta de análisis de contenido para revelar y evidenciar qué tanto participa la mujer en la redacción de notas de los medios digitales de CRhoy.com y nacion.com en distintas categorías. El análisis se limitó al mes de septiembre del 2020 y se contabilizó la cantidad de notas hechas por mujeres y por hombres, para revelar las áreas de desarrollo que tiene la mujer en el medio y en donde podrían crecer más.

Y finalmente, el grupo focal se basó en obtener información de periodistas jóvenes con sus primeros acercamientos o experiencias en Periodismo y que dentro de sus responsabilidades hicieran Periodismo Digital, ya fuera en el nivel de práctica o pasantías por ello sus participantes fueron estudiantes avanzados de la carrera de Periodismo para asegurar que se cumplieran los requisitos.

Desafíos y experiencias de las periodistas

En este apartado es importante aclarar que la información que se busca es testimonio de las periodistas dentro del gremio. Específicamente para conocer los desafíos enfrentados por el solo hecho de ser mujer y determinar las situaciones sufridas a raíz de distintos estigmas sociales como discriminación de género, machismo y desigualdad y algunas consecuencias de esto. Además, se compartirán sus opiniones y su trabajo en el Periodismo Digital.

Para iniciar en esta categoría, contamos con dos periodistas que trabajaron durante mucho tiempo en Periodismo Tradicional como radio y televisión y que luego hicieron la transición al Periodismo Digital y se les preguntó a las participantes, ¿Cómo fue la transición de pasar de medios tradicionales a trabajar en un medio digital?

Ambas respuestas se inclinaban por una misma dirección, ambas mencionaron que fue un gran reto y que tuvieron que aprender muchas cosas nuevas para poder desarrollarse en ese ambiente ya que era algo a lo que no estaban acostumbradas y que a través del contenido debían ganarse al lector y su credibilidad.

Esta posición fue respaldada por dos de las periodistas, en este caso la respuesta de una de las pioneras en este Periodismo fue Silvia Ulloa quien comentó que:

“Fue un reto muy grande porque como le digo yo tuve que aprender las nuevas técnicas tecnológicas que yo no manejaba, por ejemplo; programación en php, entender el algoritmo de Facebook y cómo funciona, que Twitter se maneja diferente, que luego Instagram se fue incorporando. Entonces a ese nivel fue muy difícil sobre todo porque había que ganarse la credibilidad de la gente” (ver apéndice A)

Asimismo, la periodista de ameliarueda.com, Kristin Hidalgo, concordó con esta respuesta y añadió:

“Le enseña a uno a ser más detallista, a leer y releer la nota, buscar recursos, el tener que buscar la foto, actualizar las fotos, el cuidado del crédito de una foto, digamos todo eso, en realidad Periodismo Digital es mucho de detalles que marcan la diferencia como poner

hipervínculos para que la nota se vea más diferente y que la gente no se aburra porque es muy diferente estar haciendo algo y escuchar en televisión y en radio algo a saber que usted ocupa captar la atención de alguien y que le llegue al final de la nota verdad”.

A diferencia de ellas, también hubo un testimonio distinto de parte de la periodista de AMprensa, Melissa Jerez, quien inició su carrera en Periodismo Digital, incluso realizó la práctica en su actual medio antes que tradicional y se quedó laborando allí, por lo que su experiencia fue un tanto distinta.

Sin embargo, la entrevistada sí brindó más detalles respecto de su papel como mujer en el Periodismo y tanto a ella como a las otras participantes se les realizó la siguiente pregunta; ¿Alguna vez experimentó usted alguna situación machista o desigualdad de género dentro del Periodismo?

Ante esta pregunta surgieron a la luz varios ejemplos, pero la respuesta de la mayoría se inclina que sí, efectivamente sí sufrieron este tipo de situaciones dentro del gremio. Silvia Ulloa compartió su testimonio y dijo:

“Sí, yo en uno de los trabajos que tuve tenía un similar que tenía el mismo puesto que yo, cumplíamos las mismas responsabilidades y él ganaba el doble que yo y yo reclamé y a mí me dijeron Ah no es que él tiene más años de trabajar aquí y yo dije “sí pero es que aquí no se pagan anualidades, aquí es la misma posición, las mismas responsabilidades, las mismas tareas y yo estoy ganando la mitad” y me dijeron “Pero no, es que él es hombre”.

Adicionalmente, la periodista Hidalgo recordó lo siguiente:

“También tuve una experiencia y tal vez de esas que uno no quisiera mencionar, pero bueno, yo cuando estaba en Canal 6, los últimos 6 meses tuve un rol de coordinador de un grupo como de 15 periodistas y tenía un compañero que llegaba y hacía comentarios medio machistas. Cuando yo entraba él decía “ay ya llegó la mujer mejor quedémonos callados”, cosas así y yo recuerdo que yo no me quedaba callada, aunque estuviera en un nivel superior” (ver apéndice C)

Melissa Jerez difiere en los siguiente:

“Yo tengo la ventaja de que sí he tenido una experiencia positiva. Pero bueno por ejemplo te puedo decir que cuando me toca tal vez salir en cámaras en la parte digital o en radio yo siento que mi voz es chillona, entonces por ejemplo; yo iba a los cursos de locución y claro los hombres eran los que daban los cursos de locución verdad, las clases de Periodismo televisivo eran hombres también, entonces ese chip incorporado de que la presencia que se da ante la cámara o ante el micrófono tiene que venir de alguien así, a mí me quedó como un susto más bien” (ver apéndice B)

Aquí se puede ejemplificar cómo se vivió el machismo y desigualdad en el Periodismo que según la RAE es la “actitud de prepotencia de los varones respecto de las mujeres” y es algo que aún sucede, pero en menor escala. Incluso debemos recordar que este tipo de trato se puede dar hasta entre las mismas mujeres porque es una actitud internalizada y lo podemos ver reflejado en el caso de la periodista Jerez ya que se puso una autolimitación por lo que vio en la sociedad o dentro del medio.

Y es en ese momento donde queda claro que existe la desigualdad de género y que aún hay estigmas que deben cambiar, es algo por lo que las mujeres han luchado siempre dentro del medio, que se les vea como iguales y que no cuestionen su trabajo. Por esta razón se realizó la siguiente pregunta, ¿Qué opina sobre el hecho que las mujeres tenemos que trabajar o demostrar el doble que un hombre para que validen nuestro trabajo?

Todas estuvieron de acuerdo en que es una realidad, sin embargo, todas tienen experiencias distintas, la directora de CRHoy nos comentó lo siguiente:

“Yo creo que la vida nos exige más en todo sentido, ser mujer de por sí es difícilísimo, empezamos por el tema hormonal, pero es como que la gente duda. A mí me ha pasado que yo llego y me dicen, “ ay pero usted se ve tan dulce” y cómo que no te creen, cómo que no te creen

que vas a hablar en serio o que no es una entrevista en serio o que no tenés la fuerza para cuestionar de verdad” (ver apéndice A)

En la misma línea, Melissa Jerez manifestó lo siguiente:

“En mi caso no me ha sucedido pero sí sé que todavía hay que trabajar como sociedad todos en general para destruir todas esas barreras o esas construcciones sociales que se han hecho a lo largo de la historia porque sí es cierto que muchas veces las mujeres tienen que trabajar el doble para que se les crea, para que se les valide su opinión o su trabajo, muchas veces también ese trabajo doble hasta se paga menos verdad, eso para nadie es un secreto pero sí creo que es un trabajo a nivel de sociedad que tenemos que hacer para que la mujer nunca se le cuestione” (ver apéndice B)

Esta respuesta la respaldó Kristin Hidalgo y mencionó que:

“Hace 10 años yo decía “no, yo no puedo pedir el día por el cumpleaños de mi hija, jamás”, porque yo trabajaba en una redacción donde había más hombres y yo decía “yo no puedo ser diferente, porque no puedo, porque simplemente me echan y listo”. Entonces es un temor que yo creo que uno se autoimpone porque yo los primeros 4-5 años de maternidad con mi hija si me perdí cosas, me perdí días del kínder porque me tocaba trabajar, días de la madre y yo nunca dije nada porque tal vez uno siente que uno tiene que ser todo terreno y no decir nada porque si usted hace notar que usted es diferente (porque es mamá) uno piensa que después si ocupan despedir a alguien usted va a ser la primera”.

Después de analizar las experiencias de las periodistas está claro que las mujeres pasan por situaciones distintas a la hora de cumplir con su trabajo y desenvolverse en el medio, además se comprueba que estas situaciones pasaron durante los últimos diez años o más cuando el Periodismo Digital estaba en sus inicios y no era tan fuerte en nuestro país.

Así lo evidencian los ejemplos de Ulloa e Hidalgo que tienen una larga trayectoria a diferencia de Melissa Jerez quien tiene una trayectoria de 2 años y medio en un medio digital solamente, por esta razón se decidió indagar más en el tema del desarrollo y las entrevistadas respondieron a la pregunta, ¿Está de acuerdo en que el Periodismo Digital brinda más oportunidades a las mujeres?

Kristin Hidalgo indica que:

“Digamos, en la parte tal vez que es un trabajo que puede ser teletrabajable puede ser que sí. Yo siento que en general hace falta en todos los medios de Periodismo una apertura para una, yo siempre digo que para uno todo es más difícil de por sí, pero creo que el Periodismo Digital si da como una opción a las mujeres a poder aprovechar más el tiempo” (ver apéndice C)

Silvia Ulloa manifestó que:

“Ahora con las plataformas digitales, la ventaja es que usted puede ser su propia jefe, su propia redacción, su propia toda. Puede tener su podcast y convertirse en un podcast muy exitoso o puede tener su propia página web y crear contenidos de blogs, donde ya usted puede tener ese éxito, esa voz y esa visibilidad que antes no la teníamos si no encontrábamos un lugar con un medio establecido. Ahora la cosa ha cambiado mucho”.

Además, Melissa Jerez concuerda con la respuesta anterior y comentó lo siguiente;

“Vieras que la verdad es que sí, yo siento que ahora en la actualidad lo que es comunicaciones digitales permiten que los periodistas puedan desarrollarse en diferentes ámbitos, porque no sé si has tenido la oportunidad de conversar con otros colegas que también tienen otros trabajos y que también hacen servicios profesionales por aparte” (ver apéndice B)

Así mismo, la participante también reveló que el Periodismo Digital le dio la oportunidad de seguir con sus estudios al mismo tiempo que labora en el medio, lo que fue beneficioso para su desarrollo, ella respondió a la siguiente pregunta, ¿Considera que esa oportunidad se pudo llevar a cabo por ser un medio digital?

A lo que respondió:

“De hecho, cuando a mí me dijeron que si quería ir a la empresa, yo acepté y cuando llegué ahí yo les dije que yo estaba estudiando y que mi prioridad era graduarme o terminar la Universidad, porque muchas veces algunos periodistas no logran terminar porque lo contratan y les demanda mucho tiempo. Entonces me dijeron que no había ningún problema y mi horario estaba hecho para que yo pudiera venir a la Universidad los días que yo tenía que ir en la mañana, igual me variaba el horario entonces la ventaja de estar en un medio digital es que uno puede hacer teletrabajo, yo desde mi casa también podía hacer muchas cosas.”

Por otra parte, ya que no es tan común ver a las mujeres en puestos directivos o de jefatura le realizamos la siguiente pregunta a la directora Silvia Ulloa, ¿cómo fue el proceso de convertirse en la directora de CRHoy?

“Estando en otro trabajo me llamó el dueño de CRHoy y me dijo “mire Silvia yo estoy interesado en montar un medio que sea 100% digital y yo quería saber si a usted le interesaba”, y bueno a mí me pareció muy interesante, yo pensé que era un proyecto a largo plazo y yo le dije “sí claro, ¿para cuándo sería? y me dijo, “estamos en octubre, yo quiero salir al aire en enero”. Y yo pensé “este señor está loco y yo estoy loca porque le voy a decir que sí” (ver apéndice A)

Áreas de crecimiento y oportunidad en el Periodismo

En esta sección se trabajó la información proveniente de dos medios digitales previamente seleccionados, que son CRHoy y nacion.com. En este caso se contabilizaron las notas según el género de su autor y se analizaron cuatro de las categorías que se consideran más importantes, en este caso se dividieron en deportes, nacionales, economía y entretenimiento.

El estudio se limitó a todas las notas existentes en las categorías escogidas durante el mes de septiembre del 2020. Esto con el fin de averiguar cómo se dividen o distribuyen las fuentes y

determinar las áreas de cobertura según su género. De esta manera podremos saber qué se debe cambiar, qué se debe mejorar.

Figura 1: Noticias CRHOY



Nota: Elaboración propia, 2020.

Al analizar el cuadro anterior se puede concluir que la sección donde hay mayor cantidad de notas hechas por hombres es en Nacionales en primer lugar y en segundo lugar Deportes a diferencia de la mujer quien participa más en Entretenimiento y en las demás categorías sigue siendo un monto inferior. Por ello, la suma de notas realizadas por el género masculino es más del doble que la cifra total de las categorías de mujeres.

A continuación, veremos el gráfico de las notas del medio digital nacion.com:

Figura 2: Nacion.com



Nota: Elaboración propia, 2020.

En este caso vemos que el flujo de noticias generadas en el mes de setiembre en nacion.com es mucho menor en comparación con el total de CRHoy y también se puede deducir que la distribución de fuentes fue un poco más equitativa, a excepción de la sección de Entretenimiento con 117 notas hechas por mujeres y 27 por hombres.

Aun así, prevalece el mismo patrón que en el gráfico anterior donde en la mayoría de categorías predomina la pluma del periodista masculino excluyendo entretenimiento en ambos casos.

Con respecto de este tema, la directora del CRHoy Silvia Ulloa, se refirió a la manera en la que trabajan en su medio para la distribución de fuentes a sus periodistas y explicó que:

“No siempre está todo el mundo a la vez, sobre todo con el tema de la pandemia que estamos viviendo, pero además aquí la gente tiene que ser versátil y hacer de todo. Así como puede ser que a usted le toca hacer un reportaje especial para fin de semana y pase una semana en eso, otros compañeros la van a sustituir en el día a día. Puede ser que sus compañeros sean hombres entonces esa semana se van a encontrar más notas publicadas por hombres porque hay una mujer

que estuvo dedicada a un tema en específico. Entonces se distribuye según las necesidades del medio o también por la propuesta que trae el periodista, no hay áreas vetadas para nadie”.

Esta información es de gran importancia porque revela que la asignación de temas no se rige por el género del periodista sino por sus cualidades profesionales, por disponibilidad de periodistas o por temas propuestos.

De la misma manera la periodista Silvia Artavia, del medio nacion.com, comentó lo siguiente:

“Si creo que hay un sesgo de género, no solo en la profesión de Periodismo sino en todas las profesiones. Por ejemplo, en una fuente como deportes los periodistas son predominantemente hombres, las mujeres que hay en la sección de deportes son dos frente a 8 o 10 compañeros de deportes hombres”.

También manifestó que:

“No creo haya una preferencia expresa me explico, no es que un jefe vaya a pensar “bueno voy a darle esta fuente a fulano o a sutana”, pero sí creo que inconscientemente, y es un asunto que no tiene que ver tanto con el jefe como tal sino con el comportamiento histórico que siempre predominan los hombres antes que las mujeres, entonces sí creo que influye el sesgo de género implícito, no es como que en las redacciones digan “si vamos a contratar más hombres” sino porque eso ha sido siempre parte del comportamiento social que siempre tendemos a favorecer a los hombres frente a las mujeres, empezando por las propuestas de trabajo”.

Del mismo modo, la periodista explica sobre cómo se dividen las fuentes en nación.com:

“En el caso de nosotros, normalmente la mesa de Nacionales de La Nación está dividida entre la cobertura de la información nacional y política y sucesos, entonces los que cubrimos política ya sabemos que tenemos que cubrir fuentes como Asamblea, Presidencia, todos los ministerios, así dependiendo para la sección en la cual uno trabaja. Inicialmente a uno le dicen “estas son

algunas de sus fuentes, en el caso mío me dijeron fuentes varias de política, si usted quiere especializarse en algo, pues bien. A mí me gusta mucho el tema de pensiones, entonces yo me he especializado en ese tema. Pero en general, a veces los fines de semana cuando solo trabaja la tercera parte de equipo de redacción entonces de repente a mí me toca cubrir fuentes de todo tipo desde Nacionales”.

“A veces pasa que buscan a alguien especializado o que haya cubierto, por ejemplo, infraestructura pública, que sé yo, pero eso ya casi no se da o sea por lo general si van a contratar a alguien tiene que ser un periodista que cubra de todo”

Después de analizar la información anterior se entiende que no hay tratos diferenciados intencionalmente, todos tienen libertad de escribir y especializarse en temas que les guste o sea su fuerte a pesar que existe un machismo internalizado en el nivel sistemático. Sin embargo, sí está claro incluso para las mismas periodistas del medio que hace falta expandir la participación de la mujer en ciertos espacios.

Cambios en el Periodismo gracias a la era digital

En esta categoría participaron mujeres estudiantes avanzadas de Periodismo que estuvieran realizando su práctica o que estuvieran experimentando sus primeros acercamientos al Periodismo específicamente en el área digital y analizar qué perspectivas tienen sobre este medio y además cómo puede aportar a las periodistas en la actualidad.

Iniciamos el análisis con la siguiente consulta, como estudiantes, ¿qué esperan ustedes de su carrera (después de graduarse) aquí en adelante?

Aquí sucedió algo interesante porque todas las cuatro entrevistadas hicieron referencia a algunos estigmas sociales que se mencionaron en las entrevistas anteriores, tales como machismo y equidad de género. Lo que se traduce a que aún se dan este tipo de situaciones y que a pesar que el Periodismo ha evolucionado mucho en esa área aún quedan actitudes por cambiar.

Por ejemplo, Priscilla Mata expresó lo siguiente:

“Eliminar lo que son micromachismos, ya que a veces algunos profesores se expresan con micro machismos, no debería de pasar porque es algo que se puede cambiar conforme las personas van creciendo y tienen valores, pero igual la carrera debería de fomentar a las chicas para que se empoderen, que sé yo, hacer grupos de mujeres que haya comunicación. Ojalá que dentro de la carrera haya una equidad en la participación”.

Por otra parte, Ángeles Granados dijo que:

“Se tiene que quitar el pensamiento que la mujer en el Periodismo es la que presenta, ahora difiero con alguna que dice que quiere equidad en cuanto a cantidad porque eso depende de cuánto nos gusta, no significa que la misma cantidad de personas vamos a estar en Periodismo Deportivo, por ejemplo”.

Fiorella Montoya aportó de manera distinta, pero bajo la misma línea y respaldó su respuesta de la siguiente forma:

“Bueno yo que si ya estoy a punto de salir me parece muy importante crear protocolos, incluso dentro de la misma Universidad donde uno pueda denunciar ciertas conductas y si existe que lo comuniquen, al final estamos en la carrera de Periodismo y creo que tienen que saber comunicar esas actitudes, creo que se tiene que dar la apertura de espacios donde se le diga a las mujeres “hey ustedes tienen una voz, también se les puede escuchar”, porque recuerdo por ejemplo dentro de la misma universidad había un programa de deportes que a la única chica que había a ella le decían lo que tenía que decir, donde hay chicas que tienen toda la capacidad”.

De la misma manera, Sofía Hernández se unió con el pensar de sus compañeras y manifestó que:

“Yo espero que haya más igualdad y que dejemos los estereotipos a un lado y empecemos a ver que las mujeres tenemos las mismas capacidades que un hombre para laborar en cualquier

ámbito, ya se ha visto con el pasar de los años que las mujeres se pueden desarrollar en cualquier cosa. También del acoso, o los medios que solo contratan por caras bonitas y buscan por la imagen, eso es el puro machismo no se debería estar trabajando así y actualmente se hace”.

A consecuencia de estas posiciones surge la siguiente pregunta, ¿Dónde hay más oportunidades para crecer profesionalmente en el gremio, en Periodismo Tradicional o Periodismo Digital?

Todas las entrevistadas coincidieron en que en el Periodismo Digital se puede crecer más y que por su multimedialidad podían abrirse caminos en más áreas del Periodismo. La mitad del grupo también añadió que realmente independientemente del género si el periodista se lo propone puede abrirse espacio en cualquier ámbito.

Para amparar esta creencia Fiorella Montoya indicó lo siguiente:

“Creo que sí nos lo proponemos en cualquiera de los dos, pero ya hablamos de las oportunidades que nos permite el Periodismo Digital, porque no necesariamente tenemos que trabajar en un medio de comunicación. El Periodismo Digital nos permite trabajar en nuestras propias redes sociales y hacer Periodismo desde nuestros propios perfiles y creo que es una oportunidad muy importante que debemos aprovechar para hacer un cambio cultural”.

Por otra parte, se obtuvo la opinión de las periodistas respecto de la evolución que tuvo el Periodismo Tradicional al digital, ¿cuál es el cambio más importante que podría resaltar de dicha transformación?

La reacción hacia esta pregunta fue muy similar por parte de las participantes puesto que todas estuvieron de acuerdo en que el Periodismo Digital llegó para realizar grandes cambios y por ende abrir puertas para que los y las periodistas tuvieran mayor oportunidad de destacar y emprender nuevas habilidades.

Los estudiantes dieron su opinión y Sofía Hernández expresó lo siguiente:

“Yo siento que las oportunidades, porque el Periodismo Tradicional no tenía tantas como las que surgen ahora, hay más posibilidades no se cierra tanto entonces como mujer usted tiene más oportunidades. La inmediatez es la principal ventaja y cambio, por redes sociales se reproduce más rápido y a tener más alcance además que la gente tiene mucho mayor acceso.”

Priscilla Mata respondió que:

“Las oportunidades y ahora la era digital creo que es de gran ayuda para aprender habilidades extras y a desarrollarse en otras áreas de comunicación, en trabajo de campo, recopilación de datos, redes y así.”

La entrevistada Fiorella Montoya respaldó la respuesta anterior y comentó:

“Sí, igual que ellos creo que se ha aumentado el trabajo, nos ha ayudado a explorar diversas áreas del Periodismo. También quiero recalcar que ha habido un movimiento de empoderamiento femenino gracias a las redes sociales en donde ahora en los medios de comunicación se habla muchísimo de lo que hacen las mujeres y también han nacido medios de comunicación que se dedican exclusivamente a hablar de mujeres donde normalmente estos medios emplean periodistas donde se hablen temas que involucran a mujeres”.

Además, Ángeles Granados estuvo de acuerdo con sus compañeras y dijo:

“Yo concuerdo con la opinión que dio Priscilla yo más bien creo que esta era digital viene a apoyar a todo ser humano y que eso ha sido una herramienta fácil si lo vemos de alguna manera para que las mujeres también puedan tomar su lugar y empoderarse y pues superarse más a lo que podemos desarrollar con nuestro intelecto y con todas las capacidades que tenemos.”

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este capítulo se dedica a presentar los resultados obtenidos después de haber emprendido el proceso investigativo y de igual manera se brindarán una serie de recomendaciones para las mujeres periodistas, así como para los medios de comunicación encargados de brindar accesos y espacios para el desarrollo y crecimiento de sus periodistas.

Conclusiones

- De acuerdo con los testimonios de las periodistas y estudiantes entrevistadas se comprende que todas ellas experimentaron situaciones de desigualdad de género y machismo en distintos ámbitos de su vida y a diferentes grados principalmente en los últimos diez años o más.
- Comparando los testimonios de las participantes se evidencia que se las experiencias sufridas por estereotipos de género han cambiado ya que vemos cambios desde diferencias de pagos salariales a comentarios peyorativos, es claro que aún existen estigmas sociales en el medio, sin embargo, en menor cantidad y menos notorios lo que significa que el Periodismo sí ha evolucionado en este ámbito en los últimos años.
- Todas las periodistas a las que se entrevistó revelaron información positiva respecto al ingreso del Periodismo Digital a diferencia del Periodismo Tradicional, esto demuestra que esa transformación al mundo digital fue beneficiosa para su desarrollo y crecimiento como profesionales.
- Al explorar el contenido de los medios digitales seleccionados se pudo comprobar que aún se necesita una mayor presencia de las mujeres en algunas categorías de los medios ya que en algunas predominan los hombres. En la categoría deportiva se nota como solo los hombres dedican su tiempo a esta sección y de acuerdo con una de las entrevistadas siempre que hay una mujer que se dedica a deportes se le cuestiona mucho su conocimiento y con esta investigación queda claro que piensan que solo los hombres son buenos en esta área.

- Se comprobó que al menos en CRHoy las diferencias en cuanto a la cantidad de notas escritas por hombres y mujeres y su distribución de fuentes no se dan por preferencias de género sino por la necesidad del medio y la disponibilidad de periodistas en el momento.
- Por otra parte, a diferencia del medio CRHoy, nación.com se maneja un poco distinto, pero sigue siendo claro que no hay tratos diferenciados por género, todos tienen libertad de escribir y proponer temas que les guste o sea su fuerte pero las fuentes son asignadas desde que se contrata el periodista según sus experiencias y trabajan todo tema relacionado con las secciones previamente asignadas, sin embargo, el medio asume que el periodista puede trabajar en cualquier fuente.
- Otros datos que se interpretaron del análisis de datos a nación.com es que aún existe el machismo internalizado tanto en mujeres como hombres, pero en acciones no intencionadas sino como un fenómeno cultural interno que erróneamente se ha normalizado.
- Adicionalmente se evidencia que el Periodismo ha aumentado la participación de la mujer en el medio gracias a las ventajas del mismo, ya que por su flexibilidad de horario y su capacidad de ser teletrabajable admite a mujeres con distintos estilos de vida y diferentes necesidades, como una madre, por ejemplo, mujeres que tal vez no pueden dedicar el 100% de su tiempo a la carrera porque también deben hacer o cumplir con otras tareas. En el caso de la periodista Kristin Hidalgo, esto le dio la oportunidad de ser una madre más presente y continuar con su pasión.
- Otra ventaja que se encontró fue que la multimedialidad y versatilidad que posee el Periodismo Digital abre nuevos espacios para el desarrollo propio o en un medio de trabajo, ya que pueden crear todo tipo de contenido tanto escrito como multimedia, en ese caso sería hacer videos, fotografías, podcast, entre otras cosas.
- En esta instancia también se determinó que el medio digital es más equitativo porque el contenido que produce es por alguien que no está expuesto al público a diferencia de algunos medios tradicionales que los periodistas, aparte de hacer su labor también son una imagen y están sujetos a críticas y comentarios de la audiencia. En el caso del Periodismo Digital, todo lo que se produce se postea en línea y las personas consumen la información sin saber quién está detrás de la noticia, por lo que se puede concluir que los

periodistas se miden por sus capacidades y profesionalismo y no por apariencias u otros intereses.

- Se concluye que el Periodismo Digital provocó un cambio positivo en el crecimiento y desarrollo de la mujer al brindarle un sinfín de posibilidades para demostrar sus capacidades, ahora pueden alzar su voz y ser escuchadas y de esta forma incentivar a otras a empoderarse en este ámbito y continuar luchando por la equidad en el medio.

Recomendaciones

Algunas sugerencias que se pueden realizar producto del proceso investigativo y análisis de resultados para mejorar las áreas estudiadas y beneficiar a todas las personas que se desempeñen en el gremio son:

- Mejorar la comunicación organizacional dentro del medio (dentro de los medios de comunicación) para que las mujeres se sientan cómodas de denunciar situaciones que sean denigrantes para ellas y así crear un precedente sobre dichos acontecimientos con el fin de disminuir estas problemáticas hasta erradicarlas. De esta forma se podrá brindar un ambiente más seguro tanto para hombres como mujeres.
- Aunque hay un progreso en cuanto a actitudes y comportamientos machistas dentro del gremio es importante realizar constantemente campañas de capacitación de personal en temas sobre estigmas sociales para crear conciencia y contribuir al compañerismo y respeto entre colegas.
- Reforzar la educación en temas de equidad social, feminismo y otros estigmas desde el desarrollo académico en las universidades para concientizar a los periodistas desde las aulas para que de esta forma cuando salgan a un medio tengan una mentalidad diferente a la actual.
- Implementar los principios de equidad de género no solo en el lugar de trabajo sino también en el material que se publique para que de esta forma evidencien lo aprendido para todos y no solo por ser una regla del medio.

- Se deben erradicar las ideas de superioridad de género dentro de la carrera con distintas actividades sociales que demuestren que las mujeres tienen las mismas capacidades que los hombres para que de esta forma se desarrollen en un ambiente de equidad.
- Los medios de comunicación deben abrir más espacios para la mujer y darle mayor visibilidad de manera que haya un equilibrio en los equipos de trabajo, así como en las producciones, usualmente es común ver en televisión a un equipo de trabajo de cuatro hombres y una mujer y eso puede cambiar.
- Los medios de comunicación deben cambiar y sensibilizarse con el abordaje de género para feminizar la profesión y que deje de ser una carrera tan masculinizada con el fin de ir rompiendo estigmas y dejar de interiorizar el machismo como una tradición o algo con lo que ya los hombres y mujeres nacen.
- Enseñar técnicas y habilidades tecnológicas desde la Universidad ya que el Periodismo está en constante cambio a causa del Internet y la tecnología y hacia allí es donde se dirige el Periodismo a un Periodismo Digital al 100%, por lo que estas herramientas son necesarias para que los periodistas puedan manejar y crear su propio contenido de manera efectiva desde que son estudiantes.
- Aprovechar la eficacia que tiene el Periodismo en redes sociales para dejar de encasillar el Periodismo como un medio masculino, al mostrar contenido producido por mujeres, investigaciones, artículos, noticias y demás para así familiarizar al público con el rostro femenino en el medio y hacerlos parte de la solución a través de contenido educativo.

Referencias

- Balaguer, C. (30 de septiembre, 2014). Del Periodismo Tradicional al Periodismo 2.0
<https://agenciacomma.com/marketing-digital/del-periodismo-tradicional-al-periodismo-2-0/>
- Bolaños Vargas, E. (2018). Mujeres en medios de comunicación: un esfuerzo invisibilizado. Disponible en: 9 March 2018, de [https://primeraplana.or.cr/es/Contorno/Mujeres en medios de comunicacion/](https://primeraplana.or.cr/es/Contorno/Mujeres_en_medios_de_comunicacion/)
- Brenes, Q. (05 de noviembre del 2020). Más medios digitales llegan al país. http://www.elfinancierocr.com/ef_archivo/2012/junio/17/negocios3198952.html
- Campo Martín, E. (2019). El Periodismo de Magda Donato entre el Activismo Feminista y conciencia de las desigualdades. (Tesis de grado).Universidad de Sevilla, España. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/92752/TFG%20FINAL%20MAGDA%20DONATO%20-%20ELOY%20CAMPO%20MART%20C3%8DN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castro, A., Cubero, E. y Ochoa, L (2018). Políticas de comunicación y género en América: cerrando un ciclo Latina. Sandra Chaher, Costa Rica. <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/75963/Poli%20cc%20de%20comunicacio%20n%20y%20ge%20ner%20-%202018%20-%20Final%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chacón, L.D. (2019) Análisis de criterios aplicados en igualdad y equidad de género en el Periodismo deportivo en la televisora de Costa Rica en el año 2018. (Tesis de grado). Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica.

Criado Calero, E. (2012). Mujeres sin poder en los medios de comunicación (pp. 25 - 52). Valenciana. Recibido de: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/117582/TFM_2012_criadoE.pdf?sequence=1

Egea, M. (2017). Las mujeres podrán libremente consagrarse al periodismo, por <https://www.jotdown.es/2017/02/las-mujeres-podran-libremente-consagrarse-al-periodismo/>

Falla Aroche, S. (2015). Stephanie Falla Aroche " Periodismo Digital.", <http://fmalonso.blogspot.com/2015/09/stephanie-falla-arochep-periodismo.html>

Flavia A. Limone Reina, (2005). Una aproximación teórica a la comprensión del machismo. <http://sexoygenero.org/malagamachismo.htm>

Fumero, S. (2016). Periodismo Deportivo. El papel secundario de la mujer periodista. (Tesis de grado). Universidad de la Laguna, España.

González, B. (2020). ¿Qué es el feminismo? Definición y guía para principiantes. elPeriodico. <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20200305/feminismo-que-es-definicion-7876808>

González, D. (2013) Periodismo Digital: Un género emergente. (Tesis de grado). Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica.

Giberti, E. (29 de abril del 2017). Sexismo. <http://www.salud.gob.ar/dels/entradas/sexismo>

González, I. (2020). Los medios de comunicación en Costa Rica con mayor impacto digital. <https://ilifebelt.com/los-medios-de-comunicacion-en-costa-rica-con-mayor-impacto-digital/2020/08/>

- Mateos, R. (2007). La Presencia de estereotipos en los medios de comunicación: Análisis de la prensa digital española. Universidad CEU San Pablo, España. <http://www.madrid.org/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application/pdf&blobheadername1=ContentDisposition&blobheadervalue1=filename%3Dmujer+en+medios+digitales.pdf&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1158619524568&ssbinary=true>
- Oliva Marañón, C. (2014). El Periodismo Digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento (61st ed., pp. 1 - 30). Móstoles, España: Luis Gómez Encinas. <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950257004.pdf>
- Paulín, M. y Quintero, M. (2006). Relación entre las oportunidades de desarrollo profesional disponibles en la empresa y el compromiso organizacional, Venezuela. <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ7156.pdf>
- Perez, P., y Merino M. (2012). Definición de periodismo. <https://definicion.de/periodismo/>
- Picasso, N. (16 de diciembre del 2016) COMUNICACIÓN DIGITAL, ¿EN QUÉ CONSISTE?. https://blablanegocios.com/comunicacion-digital-consiste/#google_vignette
- Ruiz, M. (8 de noviembre del 2018). CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS DIGITALES. <https://qdrcomunicacion.com/caracteristicas-de-los-medios-digitales/>
- Ruiz, S. (8 de marzo del 2020). Ellas lo hicieron antes que nadie: las primeras mujeres periodistas de la historia. <https://www.harpersbazaar.com/es/cultura/viajes-planes/a30898290/primeras-mujeres-periodistas-fotografias-historia-feminismo-8-marzo/>
- Sabés, F. y Verón, J. (2012). Universidad y empresa ante la doble crisis del Periodismo Tradicional. Propuestas y reflexiones sobre la modificación sustancial del escenario periodístico. El clúster periodístico. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en

Comunicación, 151-170. <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/53539/74-123-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y><http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/53539/74-123-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Yirda, A. (22 de noviembre del 2019). Definición de Comunicación. <https://conceptodefinicion.de/comunicacion/>

APÉNDICES

Apéndice A : Entrevista a Profundidad a Silvia Ulloa

INTRODUCCIÓN TEMÁTICA AL ENTREVISTADO	
A	<p>Perfil del entrevistado</p> <p>Silvia Ulloa</p> <p>Puesto: Directora del medio digital CRHoy</p> <p>Relación con el tema: Silvia es una periodista con más de 10 años de experiencia, ha trabajado en medios tradicionales como prensa escrita, radio y televisión, además es pionera en la creación del medio digital CRHoy por lo que es testigo de esa evolución del periodismo.</p>
Preguntas (unidad de análisis)	Respuesta

Haciendo énfasis en que el Periodismo Digital apenas estaba surgiendo y que se puede decir que usted fue pionera al emprender un medio totalmente nuevo, al cual en ese entonces la gente no estaba acostumbrada a consumir.

1. ¿Cómo fue la transición de pasar de medios tradicionales a trabajar en un medio digital?

La gente dudaba mucho de lo que éramos, de que si éramos un proyecto político, que si íbamos a durar, le daban 2 años al proyecto y que luego íbamos a cerrar las puertas.

Fue un reto muy grande porque como le digo yo tuve que aprender las nuevas técnicas tecnológicas que yo no manejaba, por ejemplo; programación en php, entender el algoritmo de Facebook y cómo funciona, que twitter se maneja diferente, que luego Instagram se fue incorporando. Entonces a ese nivel fue muy difícil sobre todo porque había que ganarse la credibilidad de la gente.

Diary yo estaba compitiendo y era un medio nuevo, un medio que no tenía como decir un “medio madre” por ejemplo, Doña Amelia Rueda tiene su programa de radio y su página web pero su principal era radio. Yo no tenía nada de eso, yo era sólo web, entonces yo tenía que empezar por ganarme la credibilidad de la gente, pero además convencer a los anunciantes de que la web no era gratis (que era a lo que ellos están acostumbrados).

Curiosamente la resistencia más fuerte que tuvimos fue de los mismos colegas de otros medios, colegas que le dificultaban la entrada a nuestros periodistas, que le hacían más difícil el trabajo.

Ese tipo de cosas, que dudaban de nosotros, que hablaban mal de nosotros en otros medios y bueno eso todavía se da y hemos sido una competencia dura para muchos medios que tenían 50 y 60 años de ser la voz del país y vinimos a irrumpir en un momento determinado donde yo creo que no se lo esperaban y hemos dado golpes periodísticos a lo largo y creo que eso nos ha permitido ganarnos la confianza y la credibilidad de la gente.

2. No es tan común ver a las mujeres en puestos directivos o de jefatura, ¿Cómo fue el proceso de convertirse en la directora de CRHoy?

Estando en otro trabajo me llamó el dueño de CRHoy y me dijo “mire Silvia yo estoy interesado en montar un medio que sea 100% digital y yo quería saber si a usted le interesaba”, y bueno a mí me pareció muy interesante, yo pensé que era un proyecto a largo plazo y yo le dije “sí claro, ¿para cuándo sería? y me dijo, “estamos en octubre, yo quiero salir al aire en enero”. Y yo pensé “este señor está loco y yo estoy loca porque le voy a decir que sí”.

Entonces yo acepto el reto y me vine a trabajar acá en las oficinas donde estamos hoy fue donde empezamos era una casa que estaba prácticamente abandonada que había que remodelar, entonces yo empecé sentada literalmente en un frasco de pintura y mi computadora portátil sólo en las rodillas y ahí empezamos a contratar gente que no sabía que éramos porque no existíamos, a la gente le daba miedo venir a trabajar acá, a planear la marca, cómo le íbamos a poner que íbamos a hacer, cómo funcionaba una plataforma tecnológica. Fue un proceso, poco a poco la gente nos fue conociendo.

Yo tengo una Maestría en

	<p>Administración de Empresas y donde yo vi que éramos una marca nueva Yo le pedí a don Leonel un presupuesto para rotular los vehículos los iPad que van a usar los periodistas uniformar a los periodistas con las camisas que traen el logo adelante y en la espalda y la primera misión que yo le encargué a los periodistas fue váyase a la calle vamos a las conferencias de prensa ustedes se les paran en frente a todos los camarógrafos que vean y que la marca de CRHoy se vea bien.</p>
<p>3. ¿Cree usted que las mujeres tenemos que demostrar o luchar aún más por nuestras metas que un hombre?</p>	<p>Yo creo que sí, yo creo que la vida nos exige más en todo sentido, ser mujer de por sí es difícilísimo, empecemos por el tema hormonal, pero es como que la gente duda.</p> <p>A mí me ha pasado que yo llego y me dicen “ay pero usted se ve tan dulce” y cómo que no te creen, cómo</p>

que no te creen que vas a hablar en serio o que no es una entrevista en serio o que no tenés la fuerza para cuestionar de verdad.

Yo tuve la ventaja de que tuve (y tengo que reconocerlo) una mentora como Doña Pilar Cisneros, que era una mujer que no le tenía miedo a nada y una voz muy fuerte en el Periodismo nacional, que usted puede estar o no de acuerdo con ella pero ella se ganó el respeto de la gente.

Ella hace su tarea, ella estudia, entonces eso yo lo aprendí y yo creo que ha sido de mucha ventaja para mí, pero sí es mucho más difícil. Uno ve que las mujeres ganamos menos que los hombres, las mujeres tenemos menos acceso a posiciones de poder, las mujeres tenemos además otras responsabilidades aparte. Yo no tengo hijos, pero cómo soy la hermana soltera, soy la que me hago cargo de mis papás que son adultos mayores, ese tipo de cosas que recaen en uno porque uno es mujer. ¡Que conste! No me quejo porque soy feliz cuidando a mis papás porque los amo, pero son cosas que se te van cargando porque

	sos mujer.
4.¿Considera que ese tipo de situaciones se dan meramente por el machismo que aún existe en el nivel sistemático?	<p>Yo creo que hay un poco de eso, hay un poco de que muchas mujeres deciden llevar ese doble papel de esposa madre de familia y profesional, yo elegí el camino profesional solamente entonces yo le puedo dedicar el 100% de mis energías y de mi tiempo a esto y dar resultados.</p> <p>A las otras mujeres les cuesta todavía más, porque ellas tienen ese otro papel que la sociedad les cobra, si no van a las reuniones de los hijos o si no van a las asambleas de la escuela. Entonces ahí es donde yo le digo, yo elegí que mi prioridad iba a ser esto en la vida. Pero porque yo lo decidí así, hay otras que deciden manejar ambas cosas, pero se les hacen mucho más difícil porque la sociedad espera que las mujeres estén pendientes de los hijos, estén en el supermercado, sean buenas cocineras, sean buenas amas de</p>

	<p>casa, sean esposas presentes al 100% y que el éxito lo tenga el hombre, pero que ella también aporte a la casa, entonces es una carga. Lo logran y lo hacen bien, pero yo no sé cómo hacen.</p>
<p>5. ¿Alguna vez experimentó usted alguna situación machista o desigualdad de género?</p>	<p>Sí, yo en uno de los trabajos que tuve tenía un similar que tenía el mismo puesto que yo cumplíamos las mismas responsabilidades y el ganaba el doble que yo y yo reclamé y a mí me dijeron Ah no es que él tiene más años de trabajar aquí y yo dije “sí pero es que aquí no se pagan anualidades, aquí es la misma posición, las mismas responsabilidades, las mismas tareas y yo estoy ganando la mitad” y me dijeron “Pero no, es que él es hombre”. También, hace muchos años en la universidad llegó a darnos una charla un periodista de sucesos y me dijo “usted no va a servir para esto porque usted es muy blanca y muy rubiecita para esto”, eso pasó en estos últimos diez años.</p>

<p>6. Para nadie es un secreto que durante muchos años, el rol que cumplía la mujer en el Periodismo era de adorno, muy superficial, ¿Qué opina usted de eso?</p>	<p>¡Sí, era muy difícil! Cubrían temas culturales o de entretenimiento, era muy difícil ver una mujer en temas suceseros, usted es muy jovencita y vive la realidad bastante distinta, pero hace 25 o 20 años la realidad era otra.</p> <p>Y eso a pesar de que el Periodismo y la comunicación son carreras donde hay mayoritariamente mujeres verdad, pero usted no las ve en posiciones de poder, hay excepciones, hay una Amelia Rueda, hay una Pilar Cisneros y otras, pero sí costaba mucho más antes porque esas posiciones eran reservadas para los hombres.</p> <p>Usted entraba a la redacción de La nación y los hombres sonaban los basureros cuando una mujer entraba, usted no veía a una mujer fotógrafa</p>

	<p>costaba mucho o una mujer camarógrafa, ahora sí hay, pero era muy difícil.</p>
<p>7. ¿Usted cree que la evolución del Periodismo al Periodismo Digital le ha abierto más puertas a las mujeres para su desarrollo?</p>	<p>Ahora con las plataformas digitales, la ventaja es que usted puede ser su propia jefe, su propia redacción, su propia toda. Puede tener su podcast y convertirse en un podcast muy exitoso o puede tener su propia página web y crear contenidos de blogs, donde ya usted puede tener ese éxito, esa voz y esa visibilidad que antes no la teníamos si no encontrábamos un lugar con un medio establecido. Ahora la cosa ha cambiado mucho.</p>
<p>8. ¿Cree usted que con la inserción del Periodismo Digital ha habido un cambio en cuanto al trato o la participación de la mujer?</p>	<p>Yo creo que ha habido un cambio a nivel general en la sociedad, en el país.</p> <p>Mi jefe es un hombre y mi jefe nunca me ha negado oportunidad porque yo sea mujer, me dio la oportunidad laboral más importante de mi vida y aquí pude demostrar lo que yo era</p>

capaz de hacer, yo aquí me pude ganar un premio nacional de Periodismo, yo pude investigar hasta el fondo de muchas cosas donde antes tal vez le hubiera propuesto y no me hubieran dejado hacerlo.

Entonces yo estoy profundamente agradecida por esa oportunidad, la mayoría de los periodistas que trabajan aquí son mujeres y las mujeres que trabajan aquí que tienen hijos yo les hice un horario diferenciado para que ellas puedan pasar las tardes con sus hijos. Entonces ese tipo de consideraciones yo no digo que yo las tomo por ser mujer, yo las tomo porque soy un ser humano que está consciente de las necesidades que tiene la gente que trabaja conmigo y que en el tanto queramos una sociedad más justa y, más inclusiva tenemos que generar esos espacios y promoverlos.

<p>9. A veces pasa que en los medios se ven periodistas asignados a ciertas fuentes o categorías según su género, ¿Cómo funciona esa distribución en su medio?</p>	<p>No siempre está todo el mundo a la vez, sobre todo con el tema de la pandemia que estamos viviendo, pero además aquí la gente tiene que ser versátil y hacer de todo. Entonces, así como puede ser que a usted le toca hacer un reportaje especial para fin de semana y pase una semana en eso, otros compañeros la van a sustituir en el día a día, puede ser que sus compañeros sean hombres entonces esa semana se van a encontrar más notas publicadas por hombres porque hay una mujer que estuvo dedicada a un tema en específico.</p> <p>Entonces se distribuye según las necesidades del medio o también por la propuesta que trae el periodista, no hay áreas vetadas para nadie.</p>
<p>10. ¿Cuáles son los cambios que usted como directora ha creado en el medio de CRHoy.com?</p>	<p>La licencia de maternidad no fue licencia de maternidad sólo por el tiempo que decía la Caja sino por el tiempo que la madre necesitaba porque no todas se acomodan por igual, ahí hicimos unos acomodos, son dos las periodistas que tienen</p>

hijos.

Se les ha dado la posibilidad de ir escalando posiciones de jefatura por ejemplo Jimena comenzó cubriendo política, comenzó haciendo la práctica después cubrió política, después asumió como editora de fines de semana (cuando le correspondía la guardia) y finalmente ahora es jefe de información.

Los salarios se pagan en igualdad de condiciones sea hombre sea mujer.

Los permisos se dan por igual, si usted es hombre y si me dice que tiene un hijo enfermo y que se tiene que ir, yo igual le voy a dar el permiso que se lo voy a dar a una mujer y las responsabilidades son iguales.

Pero las oportunidades y las responsabilidades son iguales aquí para todo.

Yo creo que hay más facilidad para llevar ese mensaje y evidenciarlo, cometemos errores y hemos cometido errores como todo el mundo pero hemos procurado dar esos espacios y generar esa armonía y ese espacio de igualdad.

<p>11.¿Cree usted que se puede llegar a una igualdad de género en los medios en el nivel periodístico?</p>	<p>Yo creo que esa es la aspiración que todos debemos mantener viva y creo que todos debemos desde donde estemos procurar que eso sea así y llevar a más mujeres a esos espacios y darle las posiciones que merecen no porque son mujeres sino porque son buenas en lo que hacen.</p>
<p>Comentarios adicionales:</p>	
<p>Nota: Elaboración propia.</p>	

Apéndice B: Entrevista a Profundidad a Melissa Jeréz

INTRODUCCIÓN TEMÁTICA AL ENTREVISTADO	
B	<p>Perfil del entrevistado</p> <p>Melissa Jerez</p> <p>Puesto: Periodista en el medio digital AMprensa</p> <p>Relación con el tema: Es una periodista joven, que inició su carrera en un medio digital mientras aún era estudiante.</p>
Preguntas (unidad de análisis)	Respuesta
<p>1. Cuénteme, ¿cómo ha sido laborar en el medio digital AMprensa?.</p>	<p>Yo tengo 22 años relativamente estoy empezando, desde mi corta edad ya llevo casi tres años AMprensa entonces entré cuando estaba en Bachillerato todavía de la Universidad y entré por un contacto que era compañero mío. Entonces yo fui e hice práctica un mes y al mes siguiente ya me dijeron que, si quería que me contrataran, pues lógicamente con salario de estudiante porque cuando eso estaba en Bachillerato, pero igual yo acepté.</p>

	<p>Nosotros tenemos el periódico digital pero además de eso tenemos noticias radiales y hacemos en vivos en Facebook entonces es una oportunidad de aprender diferentes disciplinas del Periodismo.</p> <p>Bueno también complementar con la Universidad porque como le digo yo no la había terminado y luego ya yo seguía la Licenciatura y ya la terminé.</p>
<p>2. ¿Considera que esa oportunidad se pudo llevar a cabo por ser un medio digital?</p>	<p>Vieras que la verdad es que sí, yo siento que ahora en la actualidad lo que es comunicaciones digitales permiten que los periodistas puedan desarrollarse en diferentes ámbitos, porque no sé si has tenido la oportunidad de conversar con otros colegas que también tienen otros trabajos y que también hacen servicios profesionales por aparte.</p> <p>Entonces eso es parte de la digitalización que le permite a los periodistas tener un poco más de flexibilidad y no solamente estar en una sala de redacción escribiendo notas para el día siguiente que eso era hace años cuando los periódicos</p>

	<p>impresos era lo único que había.</p> <p>De hecho, cuando a mí me dijeron que, si quería ir a la empresa, yo acepté y cuando llegué ahí yo les dije que yo estaba estudiando y que mi prioridad era graduarme o terminar la Universidad, porque muchas veces algunos periodistas no logran terminar porque lo contratan y les demanda mucho tiempo. Entonces me dijeron que no había ningún problema y mi horario estaba hecho para que yo pudiera venir a la Universidad los días que yo tenía que ir en la mañana, igual me variaba el horario entonces la ventaja de estar en un medio digital es que uno puede hacer teletrabajo, yo desde mi casa también podía hacer muchas cosas.</p>
<p>3. ¿Usted cree que la evolución del Periodismo al Periodismo Digital les ha abierto más puertas a las mujeres para su desarrollo?</p>	<p>Yo definitivamente creo que sí porque el Periodismo Digital ha venido como a facilitar las cosas tanto de los periodistas como de los lectores porque bueno voy a hablar en el caso de las mujeres (pero también aplica en general) tenemos muchas facilidades para hacer</p>

diferentes productos que sean de calidad, ahora uno ve también que los medios crean cápsulas informativas por ejemplo y uno ve ahí que están las mujeres presentando y hace muchos años atrás la mayoría de los presentadores eran hombres y la mayoría de locutores eran hombres.

La parte digital fortalece mucho el trabajo a las mujeres y ayudan mucho a que podamos desarrollar diferentes materiales o diferentes productos que nos permitan acercarnos al lector, que se sienta complacido, que se sienta bien, leyendo, escuchando o viendo, porque como te digo los medios digitales ahora hacen las tres versiones Periodismo escrito, audiovisual y audio entonces creo que eso es lo bonito de la parte digital.

4. ¿Cómo siente usted el ambiente laboral en un medio digital en cuanto a la participación de la mujer?

Yo tengo la ventaja de que sí he tenido una experiencia positiva. Pero bueno por ejemplo te puedo decir que cuando me toca tal vez salir en cámaras en la parte digital o en radio yo siento que mi voz es chillona, yo toda la vida he creído eso. Entonces por ejemplo; yo iba a los cursos de locución y claro los hombres eran los que daban los cursos de locución verdad, las clases de Periodismo televisivo eran hombres también, entonces ese chip incorporado de que la presencia que se da ante la cámara o ante el micrófono tiene que venir de alguien así, a mí me quedó como un susto más bien.

En mi caso por dicha me he topado con muchas personas, mentores y también mujeres que me han ayudado a confiar en que eso no tiene nada que ver con la calidad de Periodismo que uno dé y también que la gente en realidad eso ni lo nota, entonces mi experiencia me ha permitido no ser tan crítica conmigo misma y más bien sentirme cómoda con la calidad de trabajo que uno hace.

Tenemos la oportunidad que tal vez temas que muchas veces pudo haber

	<p>abarcado un hombre también ahora lo hacen mujeres, por ejemplo, en la Asamblea Legislativa uno va a la barra de prensa y van a haber muchas mujeres, también en Periodismo deportivo muchas mujeres entonces una como mujer y periodista si ve ese cambio bastante fuerte.</p>
<p>5. Siguiendo la misma línea, ¿cree usted que esos estereotipos hacia la mujer han cambiado con el ingreso del Periodismo Digital?</p>	<p>En la parte digital tenemos la oportunidad de demostrar también y eso es algo súper importante que quiero resaltar, que tenemos la oportunidad de demostrar que una mujer no es más ni menos por un físico, ¿por qué?, porque no nos están viendo, porque mis lectores quizás me han visto en los Facebook Live por ejemplo, en las entrevistas o en los vídeos que hemos hecho pero a la hora de leerme quizás no sepan críticamente quién soy yo.</p> <p>Pero conocen mi pluma, conocen mi escritura, mi redacción y ortografía entonces eso me da la oportunidad de demostrar que yo soy una profesional que se merecen los</p>

lectores, una profesional de calidad sin necesidad de que me vean como una mujer de adorno.

Muchas veces en la televisión la gente cree que las mujeres están de adorno cuando no es así, hay muchísimas periodistas en la televisión que son periodistas de super calidad y también que son lindas por dentro y por fuera entonces yo creo que el Periodismo Digital permite que demos que las mujeres podemos trabajar sin necesidad que se nos sexualice verdad, eso es súper importante eso es algo que yo si he notado porque nunca he escuchado ningún caso de una periodista que le digan “tiene que salir así o así” porque no porque estamos escribiendo.

Imagínese que, quizás en algún momento las mujeres si eran de adorno en un noticiero, pero ahora las mujeres tenemos la oportunidad de escribir y de expresarnos y de trabajar. Entonces eso sí es algo súper importante que la parte digital viene a resaltar que la calidad del profesional puede ser muy profunda sin importar el género y que puedo escribir exactamente lo mismo que

	puede escribir otro compañero mío.
6. ¿Qué opina sobre el hecho de que las mujeres tenemos que trabajar o demostrar el doble que un hombre para que validen nuestro trabajo?	<p>En mi caso no me ha sucedido pero sí sé que todavía hay que trabajar como sociedad todos en general para destruir todas esas barreras o esas construcciones sociales que se han hecho a lo largo de la historia porque sí es cierto que muchas veces las mujeres tienen que trabajar el doble para que se les crea, para que se les valide su opinión o su trabajo, muchas veces también ese trabajo doble hasta se paga menos verdad, eso para nadie es un secreto pero sí creo que es un trabajo a nivel de sociedad que tenemos que hacer para que la mujer nunca se le cuestione.</p> <p>Me parece que los medios entran ahí, sus directores y los jefes de redacción para hacer cumplir esos roles que tenemos los periodistas en general, que no importa si un tema lo cubre uno u otro pero que sí tienen la misma capacidad y las mismas habilidades a nivel profesional van a hacer el mismo trabajo igual de</p>

	<p>bueno.</p> <p>Entonces yo creo que es parte de un trabajo social y también de los medios de comunicación de hacer que es sus estigmas sociales se rompan por completo para que la mujer tenga igual validez que cualquier otra persona en cualquier otro ámbito independientemente del tema que se hable.</p>
<p>7. ¿Considera usted que todavía existe machismo en el nivel sistemático en los medios de comunicación en general?</p>	<p>Yo en lo personal no lo he vivido pero sí sé que se han publicado casos por ejemplo internacionales de periodistas mujeres que van a entrevistar a hombres importantes en el ámbito político o deportivo y les piden que una mujer no por ejemplo o les hacen comentarios sobre su vestimenta a la hora de entrevistar, hay casos muy famosos de</p>

entrevistas donde en vivo el entrevistado le hace un comentario que sexualiza a la periodista entonces yo creo que si sucede en otros países también puede suceder aquí.

Entonces es parte no de comprobar si sucede o no sino más bien de trabajar para que no suceda porque puede pasar en cualquier momento y es importante que nosotras las periodistas como nuestros compañeros, como los directores y directoras y demás trabajen todos en conjunto para ir eliminando todas esas actitudes machistas que no sólo abarcan la parte de escoger si “usted va a hacer este tema o no porque es mujer “, sino también en los comentarios de las notas que se publican, la forma en que las notas se publican, yo creo que sí puede haber todavía mucho machismo en el gremio.

8. Si usted pudiera tomar una decisión o pudiera hacer algo para crear ese cambio ¿qué haría?

Lo que haría como periodista es que empezaría a implementar a las mujeres en diferentes ámbitos

También capacitaciones al personal de un medio, llevar alguna persona, algún activista o algún experto que hable sobre el tema de la actividad de derechos humanos y que le dé la oportunidad al periodista de comprender un poco el tema porque es complicado. Yo sé que no todo el mundo lo agarra de la misma forma y no todos tienen las mismas opiniones, lo que sucede es que por el bien de la sociedad siempre hay que optar por la equidad.

La gente piensa que el feminismo es sólo en pro de las mujeres y en realidad es una lucha colectiva en pro de los seres humanos en general y entonces lo que yo haría es llevar a una persona que hable de esto y que les permita a los periodistas redactar de la misma forma siempre alineado en la parte de derechos humanos y así ir rompiendo un poquito esos estigmas sociales, esos prejuicios que hay para que los periodistas sepan que tal nota no está bien porque está sexualizando a la mujer, que tal nota no está bien porque está

	<p>denigrando a la mujer, sino que más bien se hagan notas como que se vean igual los hombres y las mujeres verdad por ahí sería que los enfoques sean neutrales.</p>
<p>9. ¿Considera que el Periodismo Digital ha contribuido a disminuir el sexismo?</p>	<p>Si lo veo así, porque creo que nos da la oportunidad de trabajar al igual que cualquier otra persona y como te decía ahora nos da la oportunidad de demostrar que sin conocer mi físico y sin pensar que soy una mujer 90-60-90 (que en realidad eso no tiene nada que ver con la capacidad de una mujer o de una persona en general) no necesariamente la gente me tiene que ver para saber qué tan profesional soy y que hasta una nota puede ir firmada por redacción que pudo haber sido redactada por un hombre o por una mujer.</p> <p>Yo creo que el Periodismo Digital resalta o más bien re confirma que</p>

las mujeres podemos trabajar igual y podemos tener un equipo combinado, entonces yo sí creo que el Periodismo Digital permite que una persona trabaje abiertamente y demuestra sus capacidades que realmente su profesionalismo es independiente de cualquier otro factor ya sea económico, social, de orientación, de género o lo que sea.

Comentarios adicionales:

Nota. Elaboración propia.

Apéndice C: Entrevista con Profundidad a Kristin Hidalgo

INTRODUCCIÓN TEMÁTICA AL ENTREVISTADO

<p>C</p>	<p>Perfil del entrevistado</p> <p>Kristin Hidalgo</p> <p>Puesto: Periodista en el medio digital ameliarueda.com</p> <p>Relación con el tema: Es periodista con más de 10 años de trayectoria, tiene experiencia tanto en Periodismo Tradicional como digital. Además es mamá y eso le añade aún más valor y una perspectiva diferente respecto al rol de la mujer y sus retos en el medio.</p>
<p>Preguntas (unidad de análisis)</p>	<p>Respuesta</p>
<p>1. ¿Cómo fue la transición de pasar de medios tradicionales a trabajar en un medio digital?</p>	<p>Yo me apoyé mucho en mis jefes en ese momento.</p> <p>Temas sí tenía, me gusta leer mucho entonces yo siempre tengo mucha información que procesar, pero tal vez sí ocupaba afinar la parte de la redacción que es principalmente eso, a la hora de uno escribir también tiene que pensar en los signos de puntuación, las abreviaturas cosas que tal vez uno no estaba acostumbrada, cosas tan sencillas que tal vez yo no manejaba porque como le digo en otros medios yo agarraba una libreta escribía la nota llegaba, la leía y listo.</p> <p>Entonces le enseña a uno a ser más</p>

detallista, a leer y releer la nota, buscar recursos, el tener que buscar la foto, actualizar las fotos, el cuidado del crédito de una foto, digamos todo eso, en realidad Periodismo Digital es mucho de detalles que marcan la diferencia como poner hipervínculos para que la nota se vea más diferente y que la gente no se aburra porque es muy diferente estar haciendo algo y escuchar en televisión y en radio algo a saber que usted ocupa captar la atención de alguien y que le llegue al final de la nota verdad.

Cada vez la tecnología nos sorprende con cosas diferentes y entonces hay que ser todo terreno, porque en digital usted tiene que ir y hacer el video porque ahí no hay camarógrafos ni nadie que lo ayude a uno verdad entonces ir con el celular hacer el video, preguntar, cortar, mandarlo, hay que ser muy multifacético y creo que eso es lo bonito también, que se aprende como hacer este Periodismo Digital que es más inmediato, es más rico y tiene mayor impacto.

Para los que están estudiando si es más fácil porque ya traen el chip de

	<p>la tecnología más incorporado que los que estudiamos hace más años porque digamos ni siquiera existían clases de Periodismo Digital y uno se manejaba diferente pero uno tiene que adaptarse porque si no la tecnología lo deja a uno botado y es un reto pero creo que ahora es más fácil y hay más herramientas.</p>
<p>2. ¿Usted cree que la evolución del Periodismo Tradicional al Periodismo Digital le ha abierto más puertas a las mujeres para su desarrollo?</p>	<p>Digamos, en la parte tal vez que es un trabajo que puede ser teletrabajable puede ser que sí. Yo siento que en general hace falta en todos los medios de Periodismo una apertura para una, yo siempre digo que para uno todo es más difícil de por sí, pero creo que el Periodismo Digital si da como una opción a las mujeres a poder aprovechar más el tiempo.</p> <p>Por ejemplo, la radio es un medio que hay que estar presente y de eso no hay duda verdad, la televisión es un medio que todavía exige más tiempo y más presencia. Depende de su estilo de vida o de lo que usted proyecte porque tal vez uno más joven puede entregarle 18 horas diarias al trabajo y no hay ningún problema, pero depende de sus metas, como le digo en el caso mío</p>

	<p>que soy mamá era más difícil mantenerse en un medio como éste y en la parte digital sí he encontrado una estabilidad. Eso ha sido una gran ventaja que ha pesado en la balanza para elegir mantenerme en un medio digital digamos y no buscar otra área, porque estás un área en la que uno se siente muy cómodo trabajando con mucho profesionalismo y es como lo bonito, la verdad sí tiene muchas ventajas y pues cada vez viene más el tema digital, cada vez es más fuerte.</p>
<p>3. ¿Cómo ha sido cumplir el papel de mamá y de periodista?</p>	<p>Cuando estaba en el 6 renuncié en el 2015 porque yo tenía una hija y quería ser mamá de nuevo, el estrés que genera trabajar más que todo en televisión es mucho, mi pareja me dijo “No, si queremos mejor salga” (para poder tenerlo bien verdad), creo que eso es uno de los principales retos y obstáculos de una mujer en el Periodismo, que cumplir los sueños de mujer a veces se limita a uno por la falta de tiempo.</p>

En ese momento renuncié y me dediqué a servicios profesionales por 2 años cuando tuve a mi hijo.

Después yo quería volver a trabajar porque me encanta reportear y yo tengo muy buenas fuentes y muy buena relación con mis fuentes entonces yo quería como volver a esto, pero no podía trabajar tiempo completo porque tenía dos hijos y uno de ellos pequeño. Entonces pues me ofrecían trabajos, pero todos tiempo completo y pues no podía hasta que nuevamente Doña Amelia me ofreció trabajar en la página web de ella el tiempo que podía.

Yo tengo un trabajo de medio tiempo sólo en la mañanas y bueno aun así uno pasa todo el día conectado, cuando uno es periodista uno pasa hasta en las noches haciendo informes, buscando cosas pero también tengo tiempo por lo menos en las tardes para pasar un poquito con mis hijos y ya llevo casi dos años de estar ahí en Periodismo Digital algo que tras de eso yo no me imaginaba porque yo soy cero tecnológica.

4. ¿Qué opina sobre el hecho que las mujeres tenemos que trabajar o demostrar el doble que un hombre para que validen nuestro trabajo?

Digamos yo cuando quedé embarazada en el 2010 decía; “Uy qué miedo me van a echar”, “Uy qué torta” digamos y en ese momento mi jefa era Doña Amelia y ella me apoyó al 100%, tuve los meses de maternidad que correspondían.

Pero uno mismo es el que tal vez decide. Digamos, yo cuando volví de esa licencia yo no pedí a días, yo iba todo terreno. Hace 10 años yo decía “no yo no puedo pedir el día por el cumpleaños de mi hija jamás”, porque yo trabajaba en una redacción donde había más hombres y yo decía “yo no puedo ser diferente, porque no puedo, porque simplemente me echan y listo”. Entonces es un temor que yo creo que uno se autoimpone porque yo los primeros 4-5 años de maternidad con mi hija si me perdí cosas, me perdí días del kínder porque me tocaba trabajar, días de la madre y yo nunca dije nada porque tal vez uno siente que uno tiene que ser todo terreno y no decir nada porque si usted hace notar que usted es diferente (porque es mamá) uno piensa que después si ocupan despedir a alguien usted va a ser la primera.

	<p>Pero después yo me di cuenta con el paso de los años de que yo podía pedir el día del cumpleaños de mi hija y del día del cumpleaños de mi hijo, de las presentaciones de mi hija, entonces ya uno nota que el trabajo de uno lo defendía en eso, que si yo hacía bien el trabajo yo me merecía eso, entonces como hasta que mi hija cumplió 6 años tuve mi primer día de la madre libre.</p> <p>Ya después uno se da cuenta que se lo merece, que a usted no le están regalando nada.</p>
5. ¿Por qué cree que se daban esas situaciones?	<p>Tal vez también se da por desenvolverse en un ambiente que en esos años era más masculino, ahora yo creo que ya hay bastantes mujeres en todos los medios, si hay muy pocas mamás en el medio y las que se han ido siendo mamá, se han ido saliendo precisamente por lo mismo, porque uno a veces le da congoja, uno a veces siente que ser periodista es estar siempre y no pedir nunca ni una hora libre, pero yo creo que también las jefaturas han ido cambiando y son más humanas.</p>

6. ¿Alguna vez experimentó usted alguna situación machista o desigualdad de género?

Yo creo que sí hay un porcentaje muy pequeño de machismo digamos yo tuve experiencias por ejemplo hace muchos años qué tal vez sí escuché comentarios de algún colega.

A mí me encanta la fuente de infraestructura y yo logré desarrollar muy buenas fuentes y muy buena relación con mis fuentes, entonces hasta la fecha me llaman y me dicen “Kristin pasó esto vaya y averigüe” entonces yo empiezo averiguar y saca uno primero la nota que los demás entonces desde hace muchos años me tocó alguna vez escuchar algún colega reclamarle a un ministro porque me dieron a mí una nota y dijo “claro es que es mujer” y me acuerdo que una vez un ministro si le dijo, “disculpe fulanito, eso no tiene nada que ver, si ella tiene las habilidades para hacer mejor las entrevistas que usted eso no es problema de nosotros”. Eso fue hace muchos años, pero digamos si me pregunta de capítulos de machismo recuerdo eso perfectamente.

Y también tuve una experiencia y tal vez de esas que uno no quisiera mencionar, pero bueno, yo cuando

estaba en Canal 6, los últimos 6 meses tuve un rol de coordinador de un grupo como de 15 periodistas y tenía un compañero que llegaba y hacía comentarios medio machistas. Por ejemplo, en una reunión de coordinación éramos como 8 jefes en ese momento y cuando yo entraba yo era la única mujer, Doña Roxana también pero como era la directora no llegaba a todas las reuniones verdad entonces éramos como ocho o siete hombres y Kristin. Entonces cuando yo entraba él decía “ay ya llegó la mujer mejor quedémonos callados”, cosas así y yo recuerdo que yo no me quedaba callada, aunque estuviera un nivel superior.

Yo creo que ningún comentario es ocasional o sea todo tiene un fin o un fondo, creo que es mejor no dejarlo pasar y crear un precedente digamos. Tal vez yo tuve dos o tres comentarios de esos y ante mi berrinche no volvió a pasar, pero pasaba digamos y me parece mal que pase. No sé si seguirá pasando, pero imagínense que en 10-13 años de experiencia si acaso le puedo mencionar dos situaciones, entonces el balance es totalmente positivo si lo ves de esa manera.

<p>7. Ahora que menciona las jefaturas, ¿Alguna vez sintió que se tomarán decisiones según el género o por machismo? En cuanto a la distribución de fuentes o el trato.</p>	<p>Al menos por parte de las jefaturas no creo que eso exista, los jefes que yo tuve nunca hubo una diferencia entre un hombre y una mujer en una cobertura, en el momento en el que yo estuve, por ejemplo; en una redacción de televisión cuando había un suceso era yo o era aquél o era el que estuviera no importaba como decir “Uy no Kristin no porque es mujer”, más bien era “Kristin vaya de una vez”.</p> <p>Entonces creo que hace falta como también que el periodista como tal se empodere y la misma mujer sepa que ser periodista no es ser presentadora, que hay muchas que estudian por eso y eso también nos afecta porque muchos quieren llegar a ser presentadora y es la parte más fácil del Periodismo porque es nada más leer un telepronter. Y no, hay que estudiar para ser reportero, para andar en la calle, para mojarse los</p>

zapatos o sea creo que también es la mentalidad que hace falta que las mujeres también se empoderen,

Hay que pensar más en estudiar Periodismo para marcar una diferencia, para ganar un premio para que otros periodistas lo reconozcan y yo creo que esas limitaciones (que no deberían existir) nos la generamos nosotras mismas, porque por temas de jefaturas yo creo que ellos nos ven a todos por igual. Yo creo que los jefes son muy conscientes de quién es bueno y quién es malo verdad, entonces creo que no hay problema por ese lado.

Yo creo que el terreno hay que ganárselo trabajando, no depende de si usa enaguas o pantalones, eso depende de la calidad de Periodismo.

<p>8. En cuanto a la equidad de género, ¿Cómo siente usted el ambiente laboral dentro del medio?</p>	<p>Yo creo que existe mucho compañerismo, los hombres siempre han pensado que tienen que cuidar a la mujer verdad y no tienen por qué, pero eso hace que el trato sea muy equitativo, siempre ha sido un ambiente como de “pocas mujeres y muchos hombres” pero experiencias positivas.</p>
<p>9. ¿Usted cree que la evolución del Periodismo al Periodismo Digital le ha abierto más puertas a las mujeres para su desarrollo?</p>	<p>Creo que sí usted es bueno y marca la diferencia va a tener oportunidades. Yo sí tengo esa convicción que yo creo que las oportunidades se abren si usted logra ser diferente y marcar la diferencia, como le digo, yo tal vez no puedo ser el mejor referente en la actualidad porque uno con sus añillos ha logrado como posicionar el trabajo, pero sí creo que a criterio mío y quiero creer que las oportunidades son iguales, si es bueno es bueno y si es malo es malo, sin importar si es hombre o mujer.</p>

Comentarios adicionales:	
Nota: Elaboración propia.	

Noticias CRHoy					
Notas por Género	Deportes	Nacionales	Economía	Entretenimiento	Total
Hombres	94	1060	114	25	1293
Mujeres	420	483	8	110	1021

Nota: Elaboración propia, 2020.

Nacion.com					
Notas por Género	Deportes	Nacionales	Economía	Entretenimiento	Total
Hombres	195	138	97	27	520
Mujeres	130	201	37	117	422

Nota: Elaboración propia, 2020.

Apéndice E: Grupo Focal

Tema: Movimiento de las mujeres en el Periodismo y su desarrollo en el Periodismo Digital durante los últimos diez años.

Tipo de estudio: cualitativo

Herramienta metodológica: Grupo focalizado en sesión de trabajo

Propósito: Conocer la percepción y las experiencias de los estudiantes avanzados de la UIA que ya hayan hecho o estén haciendo su práctica y se desempeñen en áreas digitales.

Problema: ¿cuál ha sido el cambio que ha provocado el Periodismo Digital en el crecimiento y desarrollo participativo de mujeres profesionales en el Periodismo?

Objetivo: Descubrir las experiencias y oportunidades que el Periodismo Digital ha aportado en el desarrollo de las periodistas como profesionales

Bloque 1

1. Como mujer, ¿Cómo se sienten en el ambiente laboral de Periodismo?
2. Como estudiantes, ¿qué esperan ustedes de su carrera (después de graduarse) aquí en adelante?

Bloque 2

3. En su experiencia como estudiante y practicante, ¿Se han visto en una situación de desigualdad ya sea en la Universidad o en el nivel de práctica?
4. ¿Cuál es el mayor reto para una mujer en el Periodismo?
5. ¿Creen ustedes que la mujer debe hacer un mayor esfuerzo o un trabajo doble que el sexo opuesto para nuevas oportunidades o puestos?
6. ¿Alguna aspira con un puesto de jefatura o de administración?

Bloque 3

7. Con la evolución que tuvo el Periodismo Tradicional a la Digital, ¿cuál es el cambio más importante que podría resaltar de dicha transformación?
8. ¿Cree usted que el Periodismo Digital ha contribuido a disminuir el sexismo hacia las mujeres periodistas en el medio?
9. A su criterio, ¿Dónde hay más oportunidades para crecer profesionalmente en el gremio, en Periodismo Tradicional o Periodismo Digital?
10. ¿Les gustaría crear su propio medio digital?

Bloque 4

11. Si pudieran hacer un cambio en su carrera, ¿qué cambiarían?
12. ¿Cree usted que se puede llegar a una igualdad de género en el medio en cuanto a distribución de tareas, trato etc.?