

Periodismo con Ovarios: El género en las salas de redacción

La Silla Vacía como caso de estudio

La pregunta central de este texto es de qué manera La Silla Vacía, al ser un medio de comunicación independiente y apolítico, dirigido por una mujer, puede ser visto como un “pionero” en la creación de ambientes laborales con condiciones de igualdad entre hombres y mujeres (periodistas), y si a partir de esto, en la sala de redacción y los artículos publicados (editoriales y de opinión) se abarcan más temas que nos atañan directamente. Es decir, si hay mayor producción de artículos que tienen a la mujer y/o al género como sujeto central. Para poder responder dicha cuestión, se dividió el texto en tres etapas. En un primer momento se realizará un mapeo del contexto global y nacional: el periodismo en tanto profesión, “la mujer” como individuo, identidad y constructo social, y las condiciones de las mujeres en el periodismo a nivel mundial y nacional. Se destacarán las periodistas pioneras en la historia colombiana y las que actualmente son figuras reconocidas; además de esto se enunciarán los principales logros y las principales problemáticas en el campo periodístico. En un segundo momento se hablará de La Silla Vacía, cómo y por qué fue creado, la estructura que tiene y sobre mi experiencia de práctica profesional en el medio. Finalmente, en un tercer momento se cruzarán los dos puntos anteriores junto con las entrevistas realizadas a las periodistas que hacen parte del equipo editorial de La Silla Vacía, para desarrollar así una respuesta a la pregunta formulada en principio.

Además de responder la pregunta principal, al final se hará un balance de los aciertos y desaciertos de La Silla Vacía en términos de igualdad de género, en campos como la composición del grupo editorial, el cubrimiento de noticias relacionadas con género y las fuentes utilizadas (consideradas como expertas en diversas temáticas) junto con unas reflexiones personales.

Mujeres y periodismo

Los políticos, los ciudadanos y los medios son considerados como las tres grandes instancias de la comunicación política. Particularmente en el caso de los medios de comunicación, al moverse en las esferas económicas y políticas, estos cuentan con una posición fundamental y privilegiada en la sociedad. Son claves en la creación de percepciones, opiniones, sentimientos, posturas y pasiones en ella. Son estos quienes, entre otras cosas, configuran los estados de opinión pública y quienes influyen a su vez

las actitudes que los individuos asumen, al estar constantemente expuestos a información periodística, noticiosa, mediática y masiva. (Ayala, n.d.) En general, las interacciones que se dan al interior de la política se encuentran orientadas de manera particular a la distribución de un conjunto determinado de valores a la sociedad. (Gallardo-Paúls, B., 2014) Lo anterior implica que, trabajar en un medio de comunicación política es en sí una posición de poder.

“Es muy común que los medios de comunicación de masas sean contemplados como instrumentos eficaces de poder sobre la base de su capacidad para hacer una de las siguientes cosas, o más: atraer y dirigir la atención; persuadir en cuestiones de opinión y creencia; influir en la conducta (por ejemplo, votar, comprar); conferir estatus y legitimidad; definir y estructurar las percepciones de la realidad. Estas proposiciones dan origen al menos a las siguientes subpreguntas: ¿Quién controla los medios de comunicación y a quién le interesan?; ¿quién tiene acceso a los medios de comunicación y en qué términos?; ¿De quién es la visión del mundo (de la realidad social) que se presenta?; ¿cuál es la efectividad de los medios de comunicación en la consecución de sus propios fines?; ¿cuáles son los factores variables que limitan o amplían el poder de los medios de comunicación en los aspectos mencionados?” (Ayala, n.d.)

En el caso colombiano, el periodismo y los periódicos se han caracterizado por estar fuertemente relacionados con el ámbito político y sus actores, particularmente con los gamonales territoriales y los partidos políticos.

“Los medios escritos y radiales han nacido, en muchos casos, como fruto de esa relación: políticos metidos a periodistas o periodistas que han incursionado en la política han dado origen a periódicos y emisoras como instrumentos de proselitismo político y no como medios de información periodística. Ese antecedente explica la dificultad para entender y asumir una actitud de independencia total frente a los políticos y sus partidos.” (Ayala, n.d.)

Además de lo anteriormente mencionado, según Ayala, los discursos periodísticos suelen encontrarse al servicio de grupos de poder, quienes buscan mantener su dominio sobre otros grupos (existentes o que puedan existir) que pueden poner en riesgo sus proyectos personales. En ese sentido es que se entiende a los medios de comunicación como apéndices de élites políticas y económicas, al servir como transmisores de sus

mensajes e influenciadores en campos como cultura, sociedad, política y economía, construyendo una idea falsa de comunidad y de participación política.

Ahora bien, los ambientes políticos, en general, no se han caracterizado por contar con una alta participación de mujeres en ellos. Un ejemplo de esto, en el caso colombiano, es la necesidad de la existencia de la Ley de Cuotas y de la Ley Estatutaria 1475 de 2011. Dichas leyes plantean respectivamente, que “el 30% de los cargos de máximo nivel decisorio y otros niveles en la estructura de la Administración Pública deben ser ocupados por mujeres” y que, en las listas de los partidos políticos para cargos de elección pública (donde se elijan más de 5 curules) debe haber una participación femenina mínimo del 30%. (Observatorio de asuntos de género, 2011).

Pese a la existencia de dichas leyes, y a que las mujeres representan aproximadamente el 51% de la población colombiana (Banco Mundial, 2017), en las elecciones de senado y cámara del 2018, según el Tiempo (2018), de 308 mujeres inscritas al Senado, solo 25 lograron una curul; y de 637 mujeres aspirantes para la Cámara de Representantes solo 31 lograron el escaño. Lo anterior implica que actualmente las mujeres representan solo el 23,1% de las curules del Senado y el 17,4% de las curules de la Cámara. Esto se debe, entre otras cosas, a la división sexual del trabajo. Pese a que las mujeres, desde la segunda ola del feminismo, luchamos y obtuvimos el derecho a trabajar -entre otros-, el trabajo y la orientación a la carrera profesional continúan siendo vistos como masculinos. En contraste, la maternidad, la orientación hacia el hogar y hacia el cuidado continúan siendo vistas como intrínsecamente femeninas. Se trata en sí, de una división de los espacios públicos y privados determinada por una construcción de género binaria.

En ese sentido,

“La asignación social de un ámbito para cada sexo conlleva una división social de las tareas de acuerdo al sexo. Ana María Fernández agrega que tal división puede ser entendida en términos de Lévi-Strauss como “prohibición de tareas según sexo” y alude “a los procesos históricos-culturales por los cuales los varones prohibieron a las mujeres su participación en las tareas de mayor prestigio en cada sociedad” precisamente porque no había nada en ellas que les impidiera hacerlo, más que la necesidad de mantenerlas en una relación de subordinación. Es decir, que las sociedades asignan, y en el mismo movimiento prohíben, funciones diferentes a

mujeres y varones fundamentalmente en el ámbito de la producción y de la reproducción.” (Anzorena, 2008)

Teniendo estas ideas en cuenta, puede resultar contraintuitivo el auge de las mujeres en una profesión como el periodismo y específicamente el periodismo político, puesto que no solo se trata de una posición de poder, sino de una profesión fuertemente vinculada con la esfera pública. Según Epstein (1970), no es nada sorprendente encontrarse con que el ideal de “mujer perfecta”, los valores y normas asociados al rol femenino y la participación misma de la mujer en una profesión determinada, son contradictorios, ambiguos y fuentes de limitantes personales. El origen primario de lo anteriormente mencionado es una condición conocida como ambivalencia sociológica. Este término hace referencia a los diferentes roles asociados a una persona y a cómo se espera que se performe en cada uno de ellos, partiendo de la idea de que la vida en sociedad es en sí un acto performativo (Goffman, 2007). Ahora bien, la ambivalencia radica en que hay expectativas performativas contradictorias al interior de los roles. En el caso de las mujeres, la ambivalencia viene del ideal de feminidad, las personificaciones de idoneidad de su profesión y los valores de la sociedad en la que vive.

En Colombia, *el país del sagrado corazón*, la religión ha sido uno de los elementos claves en la construcción de una identidad nacional y de las identidades particulares.

“Parece conveniente mencionar inicialmente el factor religioso y su papel determinante en los procesos históricos y sociales; en este sentido se puede afirmar que, en la configuración del alma colombiana, se ha dado una influencia significativa, sobre todo a través de los imperativos morales y de los procesos de inculturación, porque la religión inculca valores, modela conductas y costumbres, señala pautas de comportamiento y modos de ser y proceder individual y colectivamente.” (Díaz Camacho, 2012).

Esta cultura religiosa ha moldeado, nos guste o no, la identidad femenina colombiana. A la mujer en Colombia, se le podrían atribuir dos figuras del catolicismo: la virgen María y María Magdalena, una dupla contradictoria en la medida que la primera representa lo puro, lo sagrado, la madre, la cuidadora, la inocente, la intercesora y la segunda representa lo impuro, lo profano, la prostituta, la pecadora y la libertina. A partir de las representaciones de estos personajes se atribuyen una serie valores, actitudes y comportamientos a la mujer, construyendo así, un ideal de feminidad. En ambos casos las

mujeres presentaban una actitud de sumisión frente a los hombres, ambas eran cuidadoras, en cierta forma, cumplían con un ideal de delicadeza, y se desenvolvían en los ámbitos privados. En ese sentido, y a partir de estos personajes, se construye una cierta identidad generalizada y las mujeres colombianas se mueven entre estas representaciones y cualidades religiosas de la mujer y la feminidad. En algunos casos, como se verá en la tercera sección del texto, estos imaginarios femeninos, particularmente el de la inocencia, no solo influyen la identidad de la mujer, sino que tienen un efecto en su ejercicio de periodistas. Sin embargo, antes de tratar este tema resulta necesario conocer los antecedentes de las periodistas en Colombia.

La primera mujer presente en una sala de redacción en Colombia fue Emilia Pardo Umaña, quien no solo logró transgredir espacios que, en su época, eran exclusivos para hombres, sino que también tuvo grandes logros en su carrera profesional. Fue una respetada columnista de opinión, redactora de la página social del periódico El Espectador; fue parte de la junta fundadora del Círculo de Periodistas de Bogotá y redactora de El Tiempo. Algunas otras mujeres que fueron pioneras en el periodismo colombiano son Soledad Acosta de Samper, Ofelia Uribe Durán, Elvira Mendoza, Lucy Nieto de Samper, Gloria Valencia de Castaño, María Teresa Herrán, Flor Romero y Gloria Pachón de Galán. (Llantén, 2019)

Actualmente algunas de las figuras femeninas más reconocidas en el periodismo colombiano son Jineth Bedoya, quien no solo es periodista sino también activista en contra de la violencia de género; Juanita León, fundadora de La Silla Vacía; María Elvira Samper, parte del equipo de RCN noticias de la mañana; María Jimena Duzán, columnista de opinión y politóloga; Yolanda Ruíz, directora de RCN; María Elvira Arango, directora del programa Los Informantes; Patricia Lara Salive, además de periodista es autora de libros como Las mujeres en la guerra, Amor enemigo e Hilo de sangre azul; Ángela Patricia Janiot, presentadora y corresponsal senior en Noticias Univisión; María Paulina Baena, de La Pulla; Mariángela Urbina, de Las Igualadas, Vicky Dávila y Claudia Gurisatti, entre otras.

Uno de los problemas que enfrentan las mujeres en el periodismo radica en que, si bien se ha dado una apertura y en algunos países hay condiciones cercanas a la igualdad en términos de participación de mujeres y hombres en dicha profesión, se han creado unos determinados *nichos femeninos* que siguen estando vinculados con las cualidades estereotípicas asociadas con la mujer -delicadeza, humanidad, calidez, hogar, cuidado, etc. Es decir, si bien se ha permitido el acceso de mujeres al periodismo, el campo de las

“noticias duras” o “noticias serias”, caracterizadas por una supuesta objetividad y racionalidad, continúa siendo visto como masculino (pues se le atribuyen cualidades opuestas a las tradicionalmente vinculadas con la feminidad). A partir de estas asociaciones de campos de acción del periodismo con cualidades normativas de los géneros se crean una especie de *techos de cristal* para las mujeres.

IWMF (2011). *Global Report on the Status of Women in the News Media*. [online] Washington DC: International Women’s Media Foundation.

El término de *techo de cristal* (glass ceiling), acuñado en el Informe Global sobre el Estatus de las Mujeres en los Medios de Comunicación (IWMF, 2011) se refiere a una barrera que, si bien es invisible, resulta bastante real y tangible para las mujeres en sus lugares de trabajo. Dichas barreras implican que, a lo largo de sus carreras profesionales, muchas mujeres calificadas para el trabajo -por su experiencia, estudios y habilidades- tendrán dificultades para ascender (o no podrán hacerlo en lo absoluto después de un punto determinado) debido a prejuicios interiorizados, naturalizados e institucionalizados. Dichos prejuicios no suelen ser explícitos, sin embargo, pueden ser evidenciados en la cotidianidad de la empresa y particularmente en los procesos de contratación y promoción.

Según dicho informe, cual se basó en los datos obtenidos de 59 países diferentes, las mujeres representan un tercio de la fuerza periodística del mundo. Además de esto, los investigadores encontraron que las posiciones de mando superior están ocupadas en un 73% por hombres y en un 27% por mujeres pero que, entre los rangos profesionales senior, las mujeres tienen condiciones más cercanas a la paridad en la medida que poseen el 41% de los trabajos relacionados con reportería, edición y escritura. Se encontró que, lo largo de las 7 regiones conformadas para el estudio, los hombres poseen la vasta mayoría de asientos en las juntas de gobernanza (74.1%) y en los altos cargos (72.7%) comparado con el promedio de mujeres en dichas posiciones (25.9% y 27.3%, respectivamente). Dichas posiciones resultan claves en las compañías en la medida que suelen ser las responsables de crear las políticas de la empresa, tomar importantes decisiones financieras y supervisar las operaciones que suceden al interior de compañía. Cabe resaltar que las posiciones directivas (o de mando superior) incluyen cargos como publicistas, CEOs, directores generales y CFOs.

Para la región de las Américas, conformada por Argentina, Brasil, Canadá, Chile, Costa Rica, República Dominicana, Ecuador, Jamaica, México, Puerto Rico, Perú, Estados

Unidos y Venezuela en el informe, los investigadores encontraron los siguientes resultados:

- Los patrones salariales entre géneros eran particularmente erráticos esta región (hecho que puede deberse parcialmente a que los países que componen la región tienen altas tasas de desigualdad económica).
- Tanto en los altos como en los bajos rangos de los mandos intermedios, y en los cargos de producción y diseño, las mujeres ganan más que los hombres.
- En EEUU, se evidenció una tendencia de que las mujeres ganan el 77% de lo que ganan los hombres.
- En Brasil, Chile y México, las mujeres tienen una carga horaria un poco más alta que la de los hombres
- En EEUU, las mujeres conforman menos de la cuarta parte de aquellos que se encuentran en roles directivos y solo la tercera parte de aquellos que están en roles de gobernanza.
- Hay un patrón dominante de subrepresentación de mujeres a lo largo de la región. Solamente en Puerto Rico el número de mujeres en el periodismo supera ligeramente al de los hombres.
- En Argentina, Costa Rica, Chile, República Dominicana y Ecuador, la cantidad de hombres en periodismo supera a las mujeres en una proporción 2:1.
- Los *techos de cristal* fueron particularmente notorios en Canadá, República Dominicana, Jamaica, Puerto Rico y EEUU, aunque estos se manifiestan en diferentes rangos ocupacionales.
- En Venezuela, la cantidad de mujeres empleadas en las salas de redacción se acerca a la de los hombres, además, han obtenido acceso a casi todos los niveles ocupacionales, excepto los puestos de gobernanza y los técnicos profesionales.
- Si bien en la fuerza laboral localizada a lo largo de la región, las mujeres pueden ser menos que los hombres, han logrado un acceso relativamente uniforme a los empleos en sus empresas y, a pesar de los *techos de cristal*, están avanzando hacia la paridad en los roles más altos de administración.

(IWMF, 2011).

Si bien Colombia no hace parte del estudio, los resultados y conclusiones de éste permiten hacerse una imagen clara del contexto y las tendencias de las Américas.

Ahora bien, en el caso colombiano contamos con la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP), una ONG que se enfoca en defender la libertad de expresión y propiciar las pautas para construir un clima óptimo para quienes ejercen como periodistas y asimismo para salvaguardar el derecho de acceso a la información de los colombianos. Su repertorio de acción es el siguiente:

- Documentar y denunciar casos de violaciones a la libertad de expresión y acceso a la información.
- Prestar asesoría jurídica a periodistas víctimas de agresiones o sometidos a procesos judiciales de injuria y calumnia.
- Activar mecanismos de protección para periodistas en riesgo.
- Promover y participar en espacios para el fortalecimiento de un ambiente favorable de la libertad de prensa, en diálogo con las entidades del Estado involucradas.
- Dar capacitaciones en temas de autoprotección, libertad de expresión y acceso a la información pública.
- Hacer misiones, informes temáticos y publicaciones sobre la situación de libertad de expresión y acceso a la información pública en Colombia.
- Facilitar apoyo psicosocial a periodistas víctimas.

(FLIP, 2018)

Entre los informes temáticos que suele realizar esta ONG, el último, que fue realizado en el 2018, contaba con un capítulo llamado *Sin “nosotras” no hay prensa libre*, escrito por la Red de periodistas con visión de género. En dicho capítulo se resalta que la voz de las mujeres en la esfera pública es menos notoria que la de los hombres, hecho que se refleja en la prensa colombiana. Este enunciado sostiene la idea de que los medios de comunicación, y particularmente los nichos políticos al interior de ellos, tienden a ser ambientes en los cuales hay una sub-representación femenina, tanto en las temáticas tratadas como en quiénes las cubren. Esto puede deberse, tal como se mencionó anteriormente, a que la política (y lo político) se entiende como parte de la esfera pública, y las construcciones tradicionales de feminidad y lo estereóticamente vinculado con la identidad de la mujer, suele pertenecer a la esfera privada.

Adicionalmente, es necesario resaltar la concentración de las posiciones de poder en unos pocos, puesto que el 57% de los medios de comunicación colombianos son

propiedad de los 3 hombres más ricos del país. (FLIP, 2018). Ellos, en tanto dueños de los medios, inciden en las decisiones que se toman, quién ocupa qué cargo, cuál reportaje sale y con qué partido político hay afinidad a nivel editorial.

“Entonces, ¿defender la libertad de expresión y de prensa significa defender la voz de las personas silenciadas? Debería, pero en la práctica no es así. En un país como Colombia, donde la libertad de prensa es un privilegio y no un derecho, hay amplias poblaciones ausentes, marginalizadas o sub-representadas en los discursos públicos, o peor aún, estigmatizadas y violentadas de manera deliberada en los medios de comunicación.” (FLIP, 2018)

El hecho de tener determinados grupos sociales en las posiciones de poder, que además controlan los medios, puede implicar que las narrativas que se hacen públicas son las hegemónicas. Es decir, se producen y reproducen puntos de vista, historias, opiniones y narrativas, que como plantea Benjamin, se ponen del lado del “vencedor” (Löwy, 2002). Lo anterior pone en la mesa la pregunta sobre si dichas narrativas hegemónicas favorecen o no la tan anhelada libertad de expresión y de prensa. En ese sentido el capítulo del informe de la FLIP (2018) dice que “la prensa es libre, esencialmente, cuando se vuelve escenario de libertad para todas las personas, y mucho más para las personas cuyas historias no hemos escuchado.”, lo anterior implica que para hablar de una verdadera libertad de prensa es necesario contar no solo la presencia de las mujeres en los medios y que sus voces sean escuchadas sino también que se hable de temáticas relacionadas con ellas/nosotras.

“La Plataforma de Acción de Beijing (1995), vigente hoy, desde hace 20 años insiste en dos objetivos estratégicos para todos los países: 1) aumentar el acceso de la mujer y su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de difusión, así como en las nuevas tecnologías de comunicación; 2) fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión.” (FLIP, 2018)

Se podría decir que gracias a estas directrices se ha dado un cierto tipo de avance. Actualmente hay más mujeres reporteras y no todas se encuentran en nichos femeninos del periodismo. Hay mujeres en posiciones de poder al interior de los medios de comunicación, un claro ejemplo de esto son Juanita León, fundadora de La Silla Vacía, y

Yolanda Ruíz, directora de RCN. Además de esto, el lenguaje ha cambiado, adaptándose al cambio social, ahora existen palabras específicas para referirse a la violencia contra la mujer (como feminicidio en el caso de los asesinatos), y los medios suelen apoyar, participar y difundir las campañas de defensa de los derechos de la mujer. Aún con estos avances, hay violencias que persisten. Entre ellas, la que más se destaca entre las periodistas según el informe sobre la violencia y el acoso en contra de las mujeres en los medios (Barton & Storm, 2014) publicado por el IWWMF (International Womens Media Foundation)

La Silla Vacía, el caso de estudio

La Silla Vacía es un medio de comunicación digital e independiente dedicado a cubrir las movidas de poder en el país. Su fundadora, Juanita León, lo creó en el 2009, ella había trabajado en Semana, pero vio la necesidad de fundar un medio que fuese lo suficientemente lejano del poder como para tener la posibilidad de contar cómo éste se ejerce sin necesidad de adaptar sus publicaciones a los deseos de quienes ocupaban posiciones de poder. La estructura jerárquica de La Silla Vacía es a siguiente: en la punta de la pirámide se encuentra la fundadora y directora, posteriormente viene el editor general, la directora administrativa y la subeditora general (e), después vienen los editores de las sillas regionales que se encuentran al mismo nivel que el coordinador de La Silla Llena, la coordinadora de la Silla Académica, el coordinador comercial y la coordinadora de la Silla de Datos. Luego se encuentran los periodistas junto con la coordinadora gráfica y la productora creativa; por último, están los practicantes. En total, La Silla Vacía cuenta con un equipo de 31 personas, de las cuales 22 son mujeres y 9 son hombres, todos cisgénero. Solo una persona de todo el equipo se reconoce a sí mismo como homosexual. De las 22 mujeres previamente mencionadas, 7 hacen parte de la junta editorial (que tiene un total de 10 integrantes). Esto resulta interesante en la medida que la proporción de representación en los altos cargos corresponde a la proporción de hombres y mujeres en el total del equipo, es decir, las mujeres conforman el 70% del total de integrantes tanto de La Silla Vacía como de la junta editorial de la misma. Una cifra bastante alta en contraste con las cifras de mujeres presentes en posiciones directivas a nivel mundial.

Este medio de comunicación se compone de diferentes secciones: la primera es la sección editorial, la cual a su vez se divide en “patas” regionales (cachaca, caribe, paisa, pacífico, santandereana y sur). La existencia de las Sillas Regionales se justifica en la idea

de una descentralización de las narrativas. ¿Quién mejor que un periodista que vive en la región para dar cuenta de las movidas de poder que suceden en ese determinado lugar y establecer sus causas y posibles consecuencias?. Particularmente al tratarse de un medio de cubrimiento político, el tener la posibilidad de entrevistar y/o reunirse en persona con las fuentes o personajes políticos cambia las dinámicas que se tienen en el periodismo y facilita el acceso a la información. En dicha sección escriben los periodistas que trabajan en las salas de redacción. La vasta mayoría de artículos publicados, tanto a nivel regional como a nivel nacional en esta sección, pueden ser catalogados bajo el título de periodismo investigativo (el tipo de periodismo que se hace por excelencia en La Silla). Ocasionalmente algunas de columnas de la sección editorial se hacen en formato de crónica y, en definitiva, no hay publicaciones de columnas de opinión escritas por parte del cuerpo periodístico de la Silla.

La segunda es la sección de opinión, en la cual participan expertos (en diversas temáticas) externos a La Silla Vacía, llamada La Silla Llena y la tercera es la sección académica, la cual trabaja con profesores y universidades, llamada La Silla Académica.

La ausencia de columnas de opinión por parte del cuerpo de periodistas de La Silla Vacía se justifica en que el estilo principal del periodismo realizado en este medio es el investigativo. En ese sentido, editorialmente La Silla se cataloga a sí misma como apolítica. No porque sus periodistas no tengan sus propias opiniones e identidades políticas, sino porque no hay filiación alguna con ningún partido político. No se permite proselitismo de ningún tipo y todos los artículos escritos deben estar basados en datos. Los periodistas deben contar todo lo que saben y saber todo lo que cuentan. Para lograr esto se valen de métodos de verificación de datos, buscan hacer reportería en contra de sus sesgos y/o prejuicios y en ese sentido no escriben una historia basándose en una sola fuente. Se busca hablar siempre con todos los sectores implicados para corroborar y conocer todas las versiones de la historia y así entender, de manera imparcial, qué fue lo que sucedió para posteriormente poder explicarlo y brindar un análisis con la menor cantidad de sesgos posibles. Para cada columna, al igual que en una investigación, se establece una pregunta central y una tesis que se comprueba o no con la reportería realizada.

Los elementos que se suelen utilizar para la reportería en La Silla Vacía son:

- Documentos legales: demandas, impuestos, informes y comunicados del Gobierno y/o de instituciones públicas.

- Análisis de problemáticas técnicas y/o puntuales: usualmente se trata de un seguimiento a las prácticas gubernamentales y/o de privados para esclarecer sus efectos actuales y los efectos a futuro.
- Entrevistas con fuentes *on-the-record* y *off-the-record* (en este caso no se trabaja con fuentes anónimas)

En términos generales el periodismo investigativo es uno de los tipos de periodismos más exigentes que hay puesto que, al hacer el trabajo de reportería, el periodista suele hacer preguntas que pueden resultar incómodas y “alborotar el avispero”, poniendo en riesgo no solo su carrera sino también su seguridad. En el caso colombiano, al tratarse de un país cuya historia se ha caracterizado por la violencia política, la labor de los periodistas de La Silla Vacía no resulta nada sencilla y no debe ser tomada a la ligera aun cuando en su mayoría no han sido víctimas de amenazas explícitas.

Ahora bien, La Silla Llena, sección en la cual hice mi práctica profesional, tiene como razón de existir el enriquecimiento de las discusiones que se dan en temas políticos, el cubrimiento de otras temáticas que pueden no caber necesariamente dentro de las cuales se suele trabajar en la sección editorial, y el dar voz a externos -sin censurarlos-, todo mediante columnas de opinión. Esta sección está constituida por 15 redes de expertos los cuales tienen un eje temático que abarcan desde diferentes perspectivas desde sus columnas de opinión. Las 15 redes son: Blogoeconomía, la Cachaca, la Caribe, la de la Educación, la Étnica, la de la Innovación, la de las Mujeres, la de la Paz, la Pacífico, la Paisa, la Rural, la Santandereana, la Social, la Sur y la Verde.

El trabajo que suele desempeñarse en esta sección es el de editor y/o corrector de estilo. Esta ha sido una de mis tareas a lo largo de la práctica. Leer las columnas publicadas, revisar que su estructura esté bien, que sean coherentes, que no haya errores de ortografía ni de puntuación en los párrafos y que el nombre de las columnas corresponda a lo que se habla de ellas pero que también sea lo suficientemente atractivo como para atraer al público y que estos la lean. Además de esto, para asegurar que haya publicaciones y que se trabajen diferentes temas en las múltiples redes, a lo largo de la semana es necesario llamar a expertos de cada red para invitarlos e incentivarlos a escribir. Otra de las funciones de La Silla Llena es la creación de un podcast semanal y la realización de un evento llamado Viernes en La Silla (VELS). En ambos casos invitan expertos que pertenecen a alguna de las redes temáticas (al menos uno) y ocasionalmente a externos. Ambas producciones son catalogadas como de opinión en la medida que si bien hay un moderador que hace parte

del grupo editorial de la Silla, los participantes hablan desde su experticia, experiencia y opinión.

Al realizar las llamadas, los VELS y los podcasts fue inevitable notar que todas las redes, excepto la de las mujeres, están compuestas por más expertos hombres que por expertas mujeres. Adicionalmente, una de mis tareas, a lo largo de la práctica, fue la de llevar una base de datos en la cual consignara la cantidad de columnas de opinión publicadas en la Silla Llena, junto con sus respectivos autores. A lo largo de estos 5 meses se han publicado 415 columnas de opinión, de las cuales solo 23, lo que equivale al 5,5% del total de las columnas, hacen parte de la red de las mujeres y tratan directamente temas relacionados con ellas/nosotras, con el género y con el Gobierno. Esta cifra es preocupante puesto que según la FLIP (2018) el promedio mundial de artículos publicados que tienen como eje central a la mujer son el 10% del total de artículos publicados, lo que implica La Silla Llena (en tanto sección de opinión de La Silla Vacía) se encuentra por debajo del promedio mundial por 4,5 puntos porcentuales.

Adicionalmente, de esas 415 columnas, solo 88 (el 21%) han sido escritas por mujeres, y de estas 88, 65 (el 74%) son de temáticas variadas que no tienen como eje central a la mujer. En cuanto a los artículos editoriales, las cosas no son muy diferentes; de hecho, si bien hay uno que otro artículo que habla de una o de varias mujeres que llegaron al poder, que están compitiendo por este o que están transformando su realidad, la mujer y el género rara vez son la temática central de estas publicaciones (en mis 5 meses de práctica no he leído el primer artículo en el cual estos temas sean su eje).

Estas cifras, tomando como base el informe de la FLIP (2018) pueden resultar alarmantes en la medida que podrían ser una razón para cuestionar si en la Silla Vacía realmente hay y se promueve la libertad de prensa, entendiendo a esta última como la defensa de la voz de los grupos históricamente vulnerados, oprimidos y silenciados. *“La lucha por una prensa libre para las mujeres debe producirse desde la autorregulación genuina de los medios y desde la conciencia ciudadana del respeto a sus derechos, como un pacto social cada vez más ineludible. Garantizar la libertad de expresión de las mujeres, incluyendo a las periodistas, contribuirá a consolidar nuestra retada democracia.”*

Así como hay micro rutinas (como la de llamar a expertos de La Silla Llena), también hay macro rutinas. Una de estas es el consejo de redacción; una reunión que sucede cada lunes a partir de las 9 de la mañana en la cuál se habla de las publicaciones editoriales de

la semana (sus respectivas temáticas). En el tiempo que llevo en La Silla solo en un consejo de redacción escuché que se estaba planeando hacer un artículo sobre las políticas de igualdad de género exitosas que se implementan en algunas empresas privadas. Se trata de algo así como un ranking de empresas en las cuales la paridad es una fortaleza. Aunque para mí esto parece sumamente importante, el único comentario que otro editor hizo al respecto fue “ten cuidado en lo que escribas al respecto para que te mantengas objetiva, ya sabes cómo son esos temas”, la editora que está trabajando dicho tema no pareció inmutarse y sencillamente respondió “no te preocupes, ya tengo las categorías definidas y la forma para medirlas”. Se podría pensar que el tono del primer comentario es un poco despectivo, especialmente al referirse “esos temas” y además se cae en un estereotipo al asumir que los temas de género no son objetivos puesto que tiene, en mi opinión, una idea implícita de que una “ciencia dura” no solo no es hecha por mujeres, sino que no es para ni habla de ellas.

Otra de las tareas que tuve en mi práctica fue la de realizar debates en las redes. En varias ocasiones intenté proponerle a mi jefe directo temas relacionados con género, mujeres y feminismo, puesto que a mis ojos había (y hay) un déficit en el cubrimiento de estos, pero la respuesta de él fue o bien que no quería caer en un debate que se hiciera a partir de los sentimientos, y/o que de ese tema ya se había hablado mucho y no veía por qué es importante hablar más de eso. En otra ocasión, al editar una columna de la red de las mujeres que recibí, titulada “*Sí es sí y todo lo demás es no*” y la cuál hablaba de consentimiento al momento del cualquier tipo de interacción sexual (particularmente de las relaciones sexuales), le pedí que la revisara y le dije el título que le habían puesto. Su respuesta a esto, enfocándose netamente en el título, fue “no que pereza, por eso es que no las toman en serio”. Con esto quiero decir que, si bien él no desestimó la validez ni la importancia de hablar sobre el consentimiento, restó valor de manera automática a la columna por cómo se llamaba. En ese sentido, sin que él sea machista, ni rechace de manera sistemática artículos que toman como eje a la mujer y el género, estas dos actitudes pueden ser catalogadas como violentas. Violentas en la medida que no aceptan y desprestigian ciertos temas de género y de mujer, y, por ende, se rechaza y se les resta valor a algunas luchas de la mujer. Cabe la posibilidad de que dicho rechazo a estos ejes temáticos se base en una idea subyacente y arraigada de que dichos temas no pertenecen a la esfera pública sino a la privada, y al vincularlos con aspectos de la vida pública se debe tener cuidado de no producir contenido poco objetivo basado en sentimientos y no en hechos. Esto en la medida que, para los nichos “duros” del periodismo, como lo es la

política, se exige una objetividad -que difícilmente existe- y se subestiman los sentimientos. Esto genera un orden racional que termina no siendo incluyente, y que relega a la mujer a un segundo lugar puesto que esta es percibida, de manera estereotípica, como más emocional y menos racional.

Las actividades mencionadas son, en términos generales, lo que realicé a lo largo de mi práctica, pero adicionalmente a esto, para poder entender mejor qué implica ser mujer y ejercer como periodista decidí entrevistar a algunas mujeres que hacen parte del equipo editorial de La Silla. Hablé también con algunos de los hombres que hacen parte del equipo y todos, tanto hombres como mujeres, comentaron que tienen la impresión de que en el periodismo hay mucha igualdad de género. Consideran que no hay brecha salarial puesto que los salarios están determinados por el rango que tengas y no por tu sexo. Todos comentaron que en las salas de redacción en las que habían trabajado antes -entre las cuales está Semana, El Espectador y El Heraldillo, entre otros- habían visto un alto número de mujeres presentes en casi todos los niveles profesionales y en diversas áreas. Comentaron que vieron mujeres editoras jefe de la sección de política y de la sección económica, campos tradicionalmente masculinos. A excepción del periodismo deportivo, en el cual casi no se ven mujeres, y las que hacen parte de este ámbito no suelen ser percibidas como expertas, todos coincidieron en que, a grandes rasgos, hay mucha igualdad en el campo periodístico entre hombres y mujeres. Según los testimonios de los periodistas entrevistados las salas de redacción en las que habían hecho parte eran bastante heterogéneas, todos mencionaron que conocían editoras de campos “duros” (como la política) e incluso que algunas de ellas habían sido sus jefes. También comentaron que no habían percibido una brecha salarial determinada por su género, sino por su experiencia y el rango que ocupaban en el medio. Sin embargo, hay algunos aspectos diferenciales claves que vale la pena mencionar.

Se encontró, según los testimonios, que para las mujeres es más sencillo obtener información y respuestas por parte de las fuentes. Para entender el porqué de esto se debe tener en cuenta que tanto la política como la economía colombiana, están conformadas mayoritariamente por hombres y en ese sentido, las fuentes son, principalmente, varones. A partir de las entrevistas, según lo dicho por las y los periodistas, se evidencia que los hombres suelen ser más amables y a darle más información a las mujeres. “*Ellos son más delicados con nosotras, seguramente porque creen que no entendemos muy bien o porque somos mujeres*” (Periodista de la Silla Vacía entrevistada, 2019). Puede que el hecho de

que sea una mujer quién les pregunta algo hace que se sientan más cómodos, más seguros de sí mismos y menos en riesgo en la medida que tienen una idea preconcebida de la feminidad y de la mujer. Al atribuirnos, socialmente, cualidades como *maternales*, *dulces*, *inocentes*, y, al creer que la vida de la mujer pertenece principalmente a la esfera privada (incluso si es una creencia inconsciente) es probable que se crea que, no solo no sabemos, sino que no nos interesan temas “serios” y/o “duros” como la política y la economía. Este prejuicio, machista en mi opinión, de desconocimiento y desinterés por la esfera pública facilita, de cierta forma, el acceso a la información a mujeres. Por lo menos en lo que a fuentes humanas se refiere. Algunas periodistas confesaron servirse de este estereotipo para obtener la información que necesitan, especialmente cuando se trataba de fuentes hombres, y en mi opinión, se evidencia una cierta comodidad en ellas, pese a que no se consideran machistas, al servirse de estos estereotipos (que bien pueden estar vinculados con la religión y que no son acertados en sus casos) para ejercer su profesión.

En las entrevistas, todas las periodistas manifestaron haber sido víctimas de algún tipo de acoso sexual: contacto físico no deseado, invasiones de su espacio personal, comentarios no deseados sobre su apariencia física y/o su vestimenta, comentarios sugestivos y bromas con tono sexual. En su mayoría, comentaron que sucedía principalmente con las fuentes, y que hasta el momento no les había sucedido en su lugar de trabajo. Esto implica que, contrario a lo que se resaltó en el trabajo de Barton, A. & Storm, H. (2014), las periodistas de La Silla Vacía no han sido víctimas de acoso por parte de sus compañeros de trabajo ni sus superiores (como es la tendencia mostrada en el informe), si no por parte de las fuentes que entrevistan. Otro tipo de violencias a las que normalmente se enfrentan los periodistas tanto hombres como mujeres son el hostigamiento y los insultos, aunque estos suelen ser más violento en el caso de las últimas. Adicionalmente, dos de las periodistas entrevistadas comentaron que alguien había creado un perfil falso de ellas en redes sociales (Instagram) y una de ellas recibió amenazas por parte de esta cuenta que suplantaba su identidad.

La FLIP (2019) cuenta con un mapa de violaciones a la libertad de prensa donde se pueden encontrar las denuncias realizadas por periodistas según cada tipo de violencia que pueden experimentar, las categorías son: asesinato, restricción de acceso a la información, acoso judicial, amenaza, atentado (contra la persona y contra la infraestructura del medio), ciberataque a página web, desplazamiento, detención ilegal, espionaje o invasión, estigmatización, exclusión, exilio, herido en cubrimiento, hostigamiento, obstrucción al

trabajo periodístico, robo o eliminación de material periodístico, secuestro, solicitudes de remoción o de bloqueo en internet, tentativa de homicidio, trato inhumano o degradante y, finalmente, violencia sexual. Después de leer todas las categorías uno pensaría que todos los casos de acoso sexual se reportarían en violencia sexual, más cuando parece ser un fenómeno común entre las periodistas, sin embargo, según este mapa de la FLIP, durante 2018 solo hubo 4 casos de violencia sexual y en lo que vamos del 2019, solo se han reportado 2 casos. Pese a que esto concuerda con lo dicho por Barton, A. y Storm, H. (2014) en su investigación, resulta preocupante pues muestra un sesgo y una falla en los datos que se obtienen. Adicionalmente, es probable que la no denuncia de estos actos se deba a una normalización de los mismos en nuestra sociedad y a no querer tener el papel de víctima y al mismo tiempo de culpable de lo que sucedió.

Mujeres, género y la Silla Vacía

Como se pudo ver en las secciones anteriores hay una serie de patrones a nivel mundial que se cumplen también a nivel nacional. La Silla Vacía resulta interesante porque cumple con muchas de las recomendaciones dadas por la red colombiana de periodistas con visión de género (FLIP, 2018) y en ese sentido mejora las condiciones para las mujeres en el medio. En sí una de las cosas más llamativas es que su fundadora es una mujer. Y además es una mujer que ha decidido no alinear su medio de comunicación con ningún partido político puesto que considera que la labor del periodismo es un contrapeso del poder gubernamental, sin importar que partido político se encuentre en el gabinete del momento, y esto aplica para todos los periodistas que trabajan en la Silla. El punto es que, si bien esto suena muy bien, no es tan sencillo en la práctica puesto que las preferencias políticas de los individuos hacen parte de su identidad.

Referente a la mujer periodista, La Silla Vacía es definitivamente un modelo a seguir. El ambiente laboral para las mujeres es bueno, el trato entre todos es respetuoso y me atrevería a decir que el contacto físico suele evitarse para no caer en malos entendidos. A lo largo de mi experiencia en este medio, nunca he escuchado un comentario de nadie respecto a la apariencia física de una periodista (ni de otra persona, a decir verdad). El único desacierto que parece necesario resaltar son los chistes sobre el acoso laboral. En múltiples ocasiones escuché comentarios que venían de parte de los periodistas hacia otra practicante en los que decían “Ahora denúncianos por acoso laboral”, claro en modo de

broma, y por cosas que no podrían ser catalogadas como tal. Pero el hecho de hacer un chiste respecto a un tema tan importante como este, implica desconocer las cifras de mujeres que sí son víctimas de acoso laboral, que lo viven día a día y la gravedad que puede tener en sus vidas. El chiste normaliza, apela a los estereotipos femeninos de emocionalidad y debilidad al hacer que nos cuestionemos al momento de hablar de acoso laboral, pese a saber con seguridad que se trata de esto, si no nos estamos quejando de nimiedades o si no podemos manejarlo por nuestra cuenta.

La paridad entre hombres y mujeres al interior de este medio es algo para resaltar, resulta coherente que, si una población tiene más mujeres que hombres, sus órganos directivos estén compuestos de la misma manera. Es así como sucede en La Silla Vacía.

El desacierto más grande de este medio de comunicación y tal vez su punto neurálgico, en mi opinión, es la producción de notas que tengan como sujetos centrales a la mujer y/o al género, tanto en La Silla Llena como en La Silla Vacía. En el caso de la primera, es necesario resaltar que su coordinador es un hombre, y si bien no es machista, en ocasiones basa sus críticas a la producción de artículos de opinión sobre género y mujer en los estereotipos más comunes. Puede que en algunos casos esto se cumpla, pero entonces parece necesario un ciclo de educación a las participantes de la red de las mujeres en el cual se puedan capacitar no solo en la producción de contenidos de género, sino también en estilos de escritura, gramática, ortografía y redacción. De hecho, una de las periodistas entrevistadas decía que, pese a que estos temas le parecen interesantes, consideraba necesario que el periodismo buscara nuevas formas para informar al respecto. Formas que fueran más atractivas para el lector y que no cayeran en la reproducción de los discursos ya ampliamente conocidos por gran parte de la sociedad. En ese sentido, no se trata de dejar de hablar al respecto, sino de cambiar la manera como se hace. Es necesario, entonces, “diversificar la cobertura sobre las mujeres como ciudadanas activas y con derechos, y no solo como víctimas o en roles secundarios. Las mujeres tienen de 2 a 3 veces más probabilidades de ser presentadas como víctimas que los hombres (GMMP, 2015) lo cual refuerza estereotipos femeninos de indefensión y debilidad.” (FLIP, 2018). En este punto La Silla Vacía tiene un acierto al evitar reproducir la imagen de víctima, y al evitar hablar de las mujeres a partir de sus relaciones con otros, generalmente hombres (la esposa de..., la de mamá de...). En ese sentido, La Silla otorga identidades individuales a las mujeres de las cuales habla y las presenta a partir de su cargo laboral, su experiencia profesional y su experticia, lo que resulta bastante interesante pues permite al lector

identificar mujeres en posiciones de poder. Su problema no es hablar de una mujer u otra sino encontrar lo político en las problemáticas de género y de la mujer, en tanto identidad, que pese a que a los ojos de algunos resultan muy obvias es posible que a los ojos de los periodistas de La Silla Vacía no lo sean. Un ejemplo de esto son los feminicidios en Colombia, el aumento de la tasa de asesinatos a mujeres a lo largo de este año es importante, y el que el Gobierno nacional no se pronuncie al respecto o que no se sepa si se ha pronunciado o no, dice mucho y es en sí un acto político (si hay negligencia y no hay pronunciamientos al respecto, podría tratarse de necropolíticas estatales o de políticas del *no saber*). Es importante que no solamente se haga reportería sobre lo que dice el Gobierno o los entes de poder, sino también sobre lo que no dicen.

Ahora bien, teniendo en cuenta todo lo anteriormente mencionado, los aciertos y el desacierto de La Silla Vacía, la respuesta a la pregunta planteada inicialmente (¿puede La Silla Vacía, en tanto medio de comunicación independiente y apolítico, dirigido por una mujer, ser visto como un “pionero” en la creación de ambientes laborales con condiciones de igualdad entre hombres y mujeres (periodistas)? Y, de ser sí la respuesta, ¿esto facilita y/o influye en que, en la sala de redacción y en los artículos publicados (editoriales y de opinión), se trabaje más sobre temas en los que la mujer y el género son los sujetos centrales?) podría decirse lo siguiente a modo de conclusión:

La Silla Vacía cuenta con múltiples factores que pueden posicionarla como un medio pionero en temas de igualdad de género en el ambiente laboral. Cuenta con una directora mujer, la mayoría de sus integrantes son mujeres y no posee vínculos con partidos políticos ni empresas o personas con intereses políticos definidos. Esto ayuda a crear un ambiente en el cual hay mayor libertad de expresión y de prensa en la medida que aumenta la presencia de mujeres en los medios políticos. Le da voz a una población subrepresentada en el nicho político y deconstruye la idea de que las mujeres se desempeñan mejor en unos determinados nichos “femeninos” en el periodismo, y por ende deben estar vinculadas a estos. Lo anterior permite, a su vez, cuestionar la división sexual del trabajo en esta labor e incluso puede dar pautas para reinventar el imaginario feminidad y sus trabajos. Sin embargo, es necesario encontrar formas de vincular los temas de género de manera más recurrente con lo político en la producción de artículos al interior de este medio, y, específicamente en el caso de La Silla Llena, deconstruir las nociones de objetividad y reivindicar la validez de los sentimientos, sin que esto implique que no se requieren fuentes que sustenten las opiniones escritas y publicadas.

Referencias:

- Anzorena, C. (2008). Estado y división sexual del trabajo: las relaciones de género en las nuevas condiciones del mercado laboral. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 13(41), 47-68. Recuperado el 02 de mayo de 2019, de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-52162008000200003&lng=es&tlng=pt.
- Ayala, G. (n.d.). *El periodismo en Colombia: una historia de compromisos con poderes tradicionales* - Cedal. [online] CEDAL. Available at: <https://www.cedal.org.co/es/revista-interaccion/el-periodismo-en-colombia-una-historia-de-compromisos-con-poderes-tradicionales> [Accessed 29 Apr. 2019].
- Banco Mundial (2017). *Población, mujeres (% del total) | Data*. [online] Datos Banco Mundial. Disponible en: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL.FE.ZS> [Accessed 17 Apr. 2019].
- Barton, A. & Storm, H. (2014). *Violence and Harassment against Women in the News Media: A global view*. [ebook] IWFMF. Available at: <https://www.iwfmf.org/wp-content/uploads/2018/06/Violence-and-Harassment-against-Women-in-the-News-Media.pdf> [Accessed 10 Apr. 2019].
- Chambers, D., Steiner, L., & Fleming, C. (2005). *Women and journalism*. London: Routledge.
- Díaz Camacho, P. (2012). El alma colombiana. Idiosincrasia e identidades culturales en Colombia. *Revista Universidad Santo Tomás*. [online] Available at: <https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/hallazgos/article/viewFile/723/1003> [Accessed 10 Apr. 2019].
- Epstein, C. (1970). *Woman's place: Options and limits in professional careers*. Berkeley: University of California Press.
- Fundación para la Libertad de Prensa - FLIP. (2018). *Sin "nosotras", no hay prensa libre.- Informe anual FLIP*. [online] Available at: <https://flip.org.co/micrositios/informe-2018/genero.html> [Accessed 7 May 2019].
- Fundación para la Libertad de Prensa - FLIP. (2019). *Mapa de agresiones contra periodistas, Colombia*. [online] Available at: <https://flip.org.co/index.php/es/atencion-a-periodistas/mapa-de-agresiones> [Accessed 7 May 2019].
- Gallardo-Paúls, B. (2014). *Usos políticos del lenguaje: Un discurso paradójico* (1.st ed., Divulga!, 3). Barcelona: Anthropos.

- Goffman, E. (2007). *The presentation of self in everyday life*. Academic Internet Publishers Incorporated.
- Grossberg, L., Nelson, C., Treichler, P., & International Conference "Cultural Studies Now and in the Future" (1990 abr. 4-9 : New York). (1992). *Cultural studies*. New York: Routledge.
- Hahn, O., & Stalph, F. (Eds.). (2018). *Digital investigative journalism: Data, visual analytics and innovative methodologies in international reporting*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan. doi:10.1007/978-3-319-97283-1
- IWMF (2011). *Global Report on the Status of Women in the News Media*. [online] Washington DC: International Women's Media Foundation. Disponible en: <https://www.iwmf.org/wp-content/uploads/2018/06/IWMF-Global-Report.pdf> [Accessed 30 Apr. 2019].
- Llantén, J. (2019). *Mujeres periodistas: la conquista de un espacio tradicionalmente masculino*. [online] Secretaría Distrital de la Mujer. Disponible en: <http://www.sdmujer.gov.co/inicio/1315-mujeres-periodistas-la-conquista-de-un-espacio-tradicionalmente-masculino> [Accessed 13 Apr. 2019].
- Löwy, M. (2002). *Walter Benjamin: Aviso de Incendio*. [ebook] Buenos Aires. Available at: <https://fragmentosfotograficos.files.wordpress.com/2014/10/lowy-michael-walter-benjamin-aviso-de-incendio.pdf> [Accessed 13 May 2019].
- Observatorio de Asuntos de Género (2011). *La participación política de las mujeres en Colombia: Avances, retos y análisis sobre la presencia y acceso de las mujeres a los espacios de decisión en el país*. [online] Alta Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer. Disponible en: http://www.equidadmujer.gov.co/oag/Documents/oag_boletin-13.pdf [Accessed 2 Apr. 2019].
- RCPVG (2011). *Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género*. [online] UNFPA. Available at: <https://colombia.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Cartilla-red-periodistas-web%20%281%29.pdf> [Accessed 18 Apr. 2019].
- Ufarte Ruíz, M. (2007). *Las mujeres en el seno de la profesión periodística: de la discriminación a la inserción*. *ÁMBITOS*, [online] (16). Available at: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/68000/16801623.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Accessed 27 Mar. 2019].