



# UNIVERSIDAD DEL ESTE

FACULTAD DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN

## EL ROL DE LAS RR.PP. EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

CASO: MINISTERIO DE INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS PÚBLICOS DE  
LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Autora: **Martino Mónica Sandra**

Tutor: **Fiscarelli Diego**

La Plata, junio 2022



## **AGRADECIMIENTOS**

A mi familia que siempre me incentivó y apoyó en todo lo que me propuse. En especial a mis progenitores, Dora Devolder y Adolfo Martino que creyeron en mí y me motivaron a progresar y a ir en busca de mis sueños.

A Roberto Carmuega, mi compañero de vida, por su apoyo permanente y acompañamiento en cada actividad que emprendo.

A mi amiga Lic. Vero Alves, quien me acompañó en los momentos difíciles de salud y en esta última etapa estuvo colaborando desde su saber, que es el diseño.

A la Universidad del Este, institución a la que debo mi formación como RR.PP. La cual a través de personas concretas como el Arq. Aníbal Fornari, supo esperarme, motivándome a no bajar los brazos y a continuar para cumplir el sueño de licenciarme. Asimismo, a la Lic. Susana Balassone, al Lic. Hugo Gariglio, al Politólogo Juanjo Cardozo y a todas las personas maravillosas que tuve oportunidad de conocer en esta casa de estudios: autoridades, compañeras y compañeros, profesoras y profesores; cada una de ellas me han dejado algo valioso para mi vida.

Al Dr. Diego Fiscarelli, gracias por aceptar ser mi tutor y acompañarme en el proceso hermoso pero a la vez complejo, que es la tesis. Destaco su entusiasmo, sus saberes y su capacidad de simplificar las cosas.

Por último pero no menos importante, a mis compañeras y compañeros de cursada cuya amistad continúa en nuestras vidas; Roberta Aguirre, Cecilia Bessuejous, Gustavo del Pizzo, María Isabel García, Pablo Lacelli, Ana Nau, Mora Rabassa y Ana Laura Vitali. A cada una de estas personas les digo gracias por todo lo vivido, por acompañarme, por ayudarme a transitar este camino.

Infinitamente gracias, porque sin ustedes, hoy no estaría escribiendo esto.



## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>7</b>
<b>ESTADO DE LA CUESTIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>FUNDAMENTACIÓN .....</b>	<b>11</b>
<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>13</b>
<b>PROBLEMA DE CONOCIMIENTO .....</b>	<b>43</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>45</b>
<b>Capítulo I .....</b>	<b>53</b>
<b>Reseña del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos de la Provincia de Buenos Aires</b>	
<b>Capítulo II.....</b>	<b>55</b>
<b>Análisis de las Encuestas</b>	
<b>Capítulo III.....</b>	<b>71</b>
<b>Diagnóstico Comunicacional</b>	
<b>Capítulo IV.....</b>	<b>83</b>
<b>Propuesta Comunicacional</b>	
<b>Consideraciones Finales.....</b>	<b>91</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>93</b>
<b>Anexo I.....</b>	<b>97</b>
<b>Anexo II.....</b>	<b>117</b>
<b>Anexo III.....</b>	<b>153</b>
<b>Anexo IV.....</b>	<b>161</b>



## INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación que a continuación se presenta, se centra en el aporte que las Relaciones Públicas –en adelante RR.PP- pueden realizar en pos de visibilizar actividades y políticas públicas con perspectiva de género, tomando por caso el Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos de la Provincia de Buenos Aires –en adelante MlySP-

Para la realización de este trabajo, es pertinente dejar en claro en qué consiste una política pública y la relevancia de su difusión. La política pública suele entenderse como un curso de acción ante una problemática social. Para el caso de las políticas públicas que van al encuentro de la igualdad de oportunidades para hombres, mujeres y disidencias y el colectivo LGTBIQ+ tienen su marco de referencia conceptual en la teoría de género. Asimismo, una vez implementada la política pública, es fundamental la difusión para que llegue a quienes se beneficiarán con la misma.

En este contexto y en el marco de la Ley Micaela que a continuación se detalla, es que los organismos estatales deben cumplir con una capacitación obligatoria en género.

Esta Ley 27.499 “Ley Micaela”, sancionada el 19 de diciembre de 2018 y promulgada el 10 de enero de 2019, establece la capacitación obligatoria en la temática de género y violencia contra las mujeres para todas las personas que se desempeñan en la función pública en los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial de la Nación, en todos sus niveles y jerarquías.

Esta Ley es fruto de la movilización social a partir del femicidio de Micaela García, violada y asesinada en 2017, en la provincia de Entre Ríos, por una persona que, habiendo sido condenada por el abuso sexual de dos mujeres se encontraba en goce de su libertad condicional por decisión judicial.

En sus artículos 6 y 7, la Ley encomienda al Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad, en tanto autoridad de aplicación, la responsabilidad de capacitar a las “máximas autoridades” de los tres poderes de la Nación, brindar acceso público y difundir un informe anual que dé cuenta de su implementación.

En este contexto, la Ley Micaela, podría ser considerada como la llave para la transformación social. Ya que pone en primer plano la decisión política e institucional de garantizar, de manera transversal, la incorporación de una mirada sensible al género y la diversidad en el Estado, a través de la formación y la capacitación de sus agentes y funcionarios. Cabe destacar que su objetivo es promover el ejercicio de la ciudadanía en condiciones de igualdad y libre de violencias por motivos de género para todas las personas.

En el año 2019, con el cambio de gestión de gobierno a partir del 10 de diciembre, también se produce un cambio de paradigma. La creación del primer Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad de Argentina. Esto implicó, por un lado, la jerarquización del organismo rector de políticas de género y diversidad en lo más alto de la estructura estatal y por otro, la más clara evidencia de la voluntad política de priorizar la agenda de género en el Estado para garantizar mayores estándares de igualdad y justicia social.

Asimismo, este primer año de implementación de la Ley Micaela en la gestión del Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad estuvo signado por este viraje paradigmático, que supone entender a la normativa como la llave, es decir, como herramienta para la transformación, lo que efectivamente podrá poner en jaque la cultura patriarcal y sus nefastas consecuencias en toda la sociedad.

En este sentido, todas las provincias argentinas también sancionaron sus leyes basadas en la Ley Micaela nacional.

Ahora bien, haciendo hincapié en la provincia de Buenos Aires, es necesario dejar en claro lo siguiente; la Ley provincial N° 15.134 –conocida popularmente como Ley Micaela bonaerense- fue sancionada el 21 de marzo de 2019 y establece la capacitación obligatoria en la temática de género y prevención de violencias contra las mujeres para todas las personas que se desempeñen en la función pública en los tres poderes del Estado Provincial (Ejecutivo, Legislativo y Judicial) cualquiera sea su nivel y jerarquía.

A partir de estas consideraciones, el presente trabajo propone analizar el proceso de comunicación interna utilizado por el MlySP en el período 2019-2021; para evaluar herramientas, recursos y estrategias implementadas con la intención de visibilizar las políticas públicas con perspectiva de género que en el marco de la Ley Micaela, el organismo estatal lleva adelante.

También, es de gran importancia saber el nivel de conocimiento que tiene el público interno respecto de las actividades de género que se desarrollan en el MlySP y el grado de participación en las mismas.

Es de resaltar que los organismos del Estado, las instituciones, las diversas entidades tienen la necesidad de una comunicación a medida y de que la información sea pertinente, oportuna, clara, práctica y útil; transformándose en un recurso esencial e imprescindible, no sólo por el poder que significa sino desde el convencimiento de que sin una comunicación eficaz ninguna tarea puede realizarse de forma correcta.

En este contexto, también se dará lugar a la posibilidad de establecer procesos de mejoras e innovaciones en aquellos aspectos que lo necesiten, con el propósito de optimizar la comunicación interna y visibilizar las actividades y programas con perspectiva de género.

Asimismo, cabe destacar que las RR.PP. son una disciplina esencial para aceitar las comunicaciones y establecer vínculos, tanto con las organizaciones, entidades públicas, organismos estatales, como entre las personas que le dan vida a las instituciones.

En cuanto a la recopilación de datos, serán las encuestas y las entrevistas en profundidad que se realizarán a personas idóneas en las áreas de interés, las herramientas claves a utilizar para lograr llevar adelante esta investigación.

## ESTADO DE LA CUESTIÓN

Se ha realizado una exhaustiva búsqueda de material y si bien resultan escasos los antecedentes referidos al rol de las RR.PP. en cuanto a la visibilización de políticas públicas y actividades con perspectiva de género en un organismo estatal, se reconocen los aportes del Consejo Profesional de PR quien desde su pilar de Diversidad y Orgullo, organizó un conversatorio para presentar la Iniciativa Público Privada (IPP) para la Igualdad de Género del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (GCBA).

Durante el encuentro, mujeres representantes del sector público y privado debatieron acerca de cómo articulan ambos ámbitos en pos de la igualdad de género. Además, dieron a conocer la IPP para la Igualdad de Género en el Mercado de Trabajo, que nació a partir de la voluntad de materializar un plan de acción para garantizar la equidad de género en el mercado laboral de la CABA.

Dando continuidad a lo tratado en el conversatorio, hay que hacer referencia a que también se planteó la urgencia de atender esta problemática y la importancia de considerarla como un tema cultural y estructural, que cuya reparación conlleva la necesidad de políticas activas y articuladas entre los distintos sectores; privado, de gobierno, sociedad civil y organismos internacionales.

El conversatorio fue organizado por el pilar de #DiversidadYOrgullo: un comité multidisciplinario que tiene el objetivo de brindar herramientas y generar conversaciones relevantes en temáticas de diversidad, orgullo y equidad, con el propósito de inspirar a la comunidad profesional de comunicación en la creación conjunta de una sociedad más justa e igualitaria. Esta charla se llevó a cabo el día 1º de abril de 2022, vía Zoom y fue moderada por Agustina Ayllón, Abogada y asesora en temas de género.

En esta acción, llevada adelante por el Consejo Profesional de PR, se puede apreciar el rol de las RR.PP., plasmado en su aporte estratégico, para visibilizar la problemática y darle un tratamiento adecuado en busca de soluciones y propuestas.

En este sentido, se considera oportuno el desarrollo de una investigación en el MlySP para conocer la situación comunicacional actual y posteriormente en base a un diagnóstico, si se estima necesario, desarrollar y presentar una propuesta comunicacional que aporte mejoras en pos de lograr una comunicación más eficiente en cuanto a la difusión de políticas públicas con perspectiva de género.



## FUNDAMENTACIÓN

Las políticas públicas tienden a maximizar el bienestar colectivo, y la problemática de género se ha ganado su lugar en la agenda. En relación a este punto y parafraseando a Fritz y Valdes (2006) se puede aportar que la transversalización de la perspectiva de género como enfoque en las políticas públicas y como estrategia al interior de las instituciones comenzó a ganar terreno con la elaboración de documentos posteriores a la “3ª Conferencia Mundial sobre la Mujer” celebrada en Nairobi, Kenia en 1985. Asimismo, en la “4ª conferencia Mundial sobre la “Mujer”, realizada en Pekín en 1995, se estableció que los asuntos de género debían integrarse a todos los programas sociales. En ese sentido, la transversalización se incorporó como estrategia a aplicar por los gobiernos firmantes del Plan de Acción y la Plataforma de Pekín con el objetivo de concretar la igualdad de oportunidades entre las personas.

En ese contexto y con el propósito de desarmar estereotipos, promover la igualdad de género y evitar la reproducción de patrones socioculturales que excluyen e invisibilizan a una parte sustantiva de la sociedad, la República Argentina ha suscrito a compromisos internacionales y actualmente lleva adelante una serie de acciones en esa línea<sup>1</sup>.

Hay que mencionar además que, desde el año 2015, las redes feministas y disidentes han conquistado un espacio amplio y extenso del sistema político de nuestro país y han decidido construir y disputar su lugar en el espacio público. Según un informe del Observatorio sobre Políticas Públicas y Reforma Estructural FLACSO Argentina<sup>2</sup>, el avance de las demandas feministas y disidentes y su traducción en políticas públicas, tiene una íntima relación con los procesos de movilización y visibilización generados en los últimos años. En el mismo informe concluyen que existen otras demandas<sup>3</sup> de la agenda feminista y disidente, que tienen una fuerte presencia en el debate político. En esa línea y para dar respuesta a estas peticiones, tanto el Estado Nacional como el de la Provincia de Buenos Aires han creado políticas públicas entre las que se destaca la “Ley Micaela”.

Por su parte, el Ministerio de Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual de la Provincia de Buenos Aires –en adelante Ministerio de Mujeres-, según consta en la página oficial del organismo, *lleva adelante políticas integrales para la plena igualdad jurídica, social, económica, laboral, política y cultural entre los géneros*. Es decir transversaliza el enfoque de género en el

---

<sup>1</sup> Algunos de los acuerdos son: La **CEDAW**, la **Declaración y Plataforma de Acción de Beijing** (1995), **Los Principios de Yogyakarta**, la **Ley de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres en los Ámbitos en los que Desarrollen sus Relaciones Interpersonales**, la **Ley de Identidad de Género**. Cabe destacar que, la Provincia de Buenos Aires cuenta con leyes de vanguardia como la **Ley Micaela**, la **Ley Diana Sacayán**, entre otras.

<sup>2</sup> Informe 22: “Ni una Menos: demandas y conflictos feministas durante la pandemia del COVID 19 en Argentina”.

<sup>3</sup> Demanda de la agenda feminista y disidente: como el cupo laboral trans, la distribución de tareas de cuidado o las desigualdades en el ámbito laboral.

Estado Provincial, trabajando para la prevención y erradicación de la violencia por razones de género.

En este contexto, la tesis que se plantea consiste en elaborar un diagnóstico del proceso de comunicación interna utilizado por el MlySP para la difusión y promoción de las políticas públicas con perspectiva de género, en las que se enmarca la Ley Micaela. Así mismo, se propone acercar una propuesta comunicacional para optimizar, en caso de ser necesario, la comunicación interna y colaborar en la difusión de políticas públicas con perspectiva de género por un lado y promover la visibilización, ante el público interno, de las actividades de género que realiza el organismo estatal y alentar a estos actores a participar en las mismas, por otro.

En cuanto a la realización de este proyecto, se presume que favorecería al MlySP con un estudio que le dispensaría información valiosa acerca de su situación comunicacional interna actual señalando las fortalezas y debilidades en las que se podría trabajar. Respecto del personal en general, estos actores se verían beneficiados ya que uno de los objetos de esta investigación es, en caso de ser necesario, elaborar estrategias comunicacionales para perfeccionar las existentes, logrando de esa manera, que la comunicación fluya más convenientemente permitiendo que el público interno tenga acceso a interiorizarse de todas las actividades que realiza el ministerio especialmente en lo que refiera a la temática de género, si es que actualmente no la tienen.

Asimismo, por medio de este trabajo, se busca destacar la importancia de la aplicación de las RR.PP. en los organismos estatales. Considerando que es un trabajo mancomunado entre comunicadores y autoridades, en el cual los profesionales de nuestro campo disciplinar deben necesariamente hacer su aporte metodológico. Claro está que será necesario trabajar en una comunicación de políticas públicas que genere compromiso entre los distintos actores involucrados y así, lograr maximizar los resultados de las mismas.

Inspira esta investigación el logro de una comunicación interna eficaz entre todas las áreas que conforman el MlySP. En particular, que la **difusión de las actividades de género** que el organismo estatal lleva adelante en el marco de la Ley Micaela, sea considerada eficaz y eficiente, como lo requiere la problemática social de igualdad de género. Por último, pero no menos importante, que las **RR.PP. sean revalorizadas**; ya que este saber se especializa en establecer líneas de comunicación, entendimiento, aceptación y cooperación entre una organización y sus públicos, lo que implica la gestión de problemas comunicacionales. Aquí subyace la razón de ser de esta disciplina.

## MARCO TEÓRICO

### ¿Qué son las Relaciones Públicas?

Antes de continuar, es necesario dejar en claro de qué hablamos cuando mencionamos el término “Relaciones Públicas”. En este caso se elige la definición aprobada en el año 1963 por la FIARP<sup>4</sup> que definió a la profesión como a:

Una disciplina socio-técnica-administrativa, mediante la cual se analiza y evalúa la actitud del público y se lleva a cabo un programa de acción planificado, continuo y de comunicación recíproca, basado en el interés de la comunidad y destinado a mantener una afinidad y comprensión provechosa con el público. (Prado, s.f., p.4)

Es muy interesante observar que las RR.PP. no se definen con facilidad y tampoco es suficiente la precisión de un solo autor; es por ello que más adelante se presentan diferentes definiciones de esta disciplina para tener una idea más acabada al respecto.

En una entrevista realizada en Boston (Estados Unidos), Bernays comenta sobre la importancia de los profesionales y el peso de la opinión pública.

Como ya definí en 1923 la expresión “Public Relations” tiene tres significados, primero información que se da al público; segundo, la construcción de la estrategia que centramos y dirigimos hacia el público para modificar sus actitudes y acciones y tercero, la suma de los esfuerzos para poder integrar las actividades y acciones de una organización con sus públicos y los del público con esta organización para que ambos se beneficien.

Por lo tanto, un Consultor en Relaciones Públicas es un experto que asesora sobre las relaciones de nuestro cliente con los distintos públicos aconsejando a los mismos como modificar o potenciar las distintas formas de comportamiento, actitudes o acciones para que coincidan con los intereses del público y los de la empresa. (Barquero, 1990)

Haciendo hincapié en el especialista en RR.PP., Xifra (2008) afirma que los profesionales sostienen dos funciones dominantes que son la de técnico en comunicación y la de director de comunicación. Los técnicos realizan tareas como redacción de mensajes destinados a los diferentes públicos; en su relación con la prensa, les prepara los dossiers de prensa para una cobertura eficaz de los acontecimientos. También de redactar los contenidos web. En cambio, los directores de comunicación son los responsables de la planificación y gestión de los planes o proyectos de RR.PP, asesoran a la alta dirección y también toman decisiones sobre la política comunicativa de la organización. En definitiva los directores de RR.PP. son los que organizan la estrategia comunicacional. El profesional de Relaciones Públicas, define los problemas, elabora los programas de RR.PP. y se encarga de su implementación.

---

<sup>4</sup> FIARP: Federación Interamericana de Asociaciones de Relaciones Públicas

## **Precursores de las Relaciones Públicas**

A continuación, y luego de realizar una selección de los denominados precursores de las Relaciones Públicas se presenta un breve relato sobre sus acciones.

**Ivy Lee:** conocido como uno de los máximos referentes de las Relaciones Públicas. Fue el primer consejero en esta disciplina. La conjunción de los comportamientos y actitudes inapropiadas de los magnates, los conflictos laborales que se generaban y la detración del público, dieron lugar a la creación y nombramiento del primer consejero en Relaciones Públicas. En el año 1904, Lee abre su agencia de prensa y establece una serie de principios dando lugar a un nuevo modelo, la información al público. El especialista, hacía hincapié en divulgar la verdad, con información precisa, evitando las exageraciones y distorsiones generadas por agentes de prensa. En este sentido, logró terminar con las políticas empresariales que impedían el acceso a la información. Ivy Lee brindó su asesoramiento a una serie de organizaciones siendo el trabajo más conocido, el que realizó para la familia Rockefeller.

Entre los aportes más importantes de Lee en la disciplina de las Relaciones Públicas, cabe destacar las siguientes:

- Puesta en marcha de la libre información, base sobre la cual se asientan las Relaciones Públicas.
- Termina con la confusión entre publicidad y Relaciones Públicas, asentando las características de cada uno de estos dos conceptos, diferenciándolos claramente permitiendo la autonomía de las RR.PP como modalidad autónoma.
- Pone en marcha la concepción de las RR.PP., un método para llevar a cabo acciones ofensivas y defensivas.
- Creó el mecenazgo, humanizando de esta forma, los negocios.

A través de sus acciones nombró tres principios:

- Casa de Cristal o puertas abiertas: Significaba que las empresas tendrían que actuar transparentemente y mostrar lo que hacen, ya que eso le daría una buena imagen.
- Hacer el bien y darlo a conocer: -principio muy utilizado en la actualidad-
- Decir la mejor verdad de la mejor manera y en el mejor momento: es decir se refiere a reservar la verdad sin la necesidad de mentir.

Por sus grandes aportes a la comunicación corporativa, tales como políticas de puertas abiertas y transparencia informativa fue considerado “el creador de las Relaciones Públicas”.

**Edward L. Bernays:** un destacado referente las Relaciones Públicas modernas.

Bernays creó un modelo de Relaciones Públicas que ponía el énfasis en la aplicación de la investigación de las ciencias sociales y en la psicología conductista para formular campañas y mensajes que pudieran cambiar las percepciones de la gente y fomentar determinados comportamientos.

A diferencia del modelo de información pública de Lee, que ponía el acento en la divulgación de informaciones precisas, el modelo de Bernays era fundamentalmente un modelo de defensa y de persuasión científica. Incluía la escucha activa de los públicos pero proponía la recepción de retroalimentación para generar un mejor mensaje persuasivo. James Gruning, de la Universidad de Maryland, un destacado teórico de las Relaciones Públicas, lo ha denominado el modelo asimétrico bidireccional.

Gruning y Hant, en la Universidad Estatal de Nueva Jersey, presentaron cuatro modelos de Relaciones Públicas en su libro Dirección de Relaciones Públicas, publicado en 1984. Estos modelos explican la evolución de las RR.PP. en el tiempo.

**Tabla 1: Modelos de RR.PP. Fuente: elaboración propia.**

Modelos de RR.PP.	Agente de prensa	Comunicación unidireccional, a través de medios de comunicación. Difundir información exagerada, distorsionada o incompleta, para tergiversar una causa, producto o servicio.
	Información pública	Se basa en la divulgación de la información sin que necesariamente tenga una intención de persuasión. Parte del ideal periodístico de precisión y totalidad, y el principal canal utilizado son los medios de comunicación social. Se analizan poco los hechos para determinar los contenidos, pero se investiga el público para conocer sus actitudes y disposiciones.
	Asimétrico bidireccional	La persuasión científica es el objetivo, y la comunicación se hace en doble sentido, con efectos distintos. El modelo presenta un proceso circular basado en la retroalimentación, aunque su principal objetivo es ayudar al comunicador a comprender mejor al público y cómo poder persuadirlo.
	Simétrico bidireccional	La comprensión mutua es el objetivo, y la comunicación es de doble sentido. La investigación formativa se utiliza para averiguar cómo percibe el público a la organización y determinar las consecuencias de las acciones de la organización en el público. El resultado sería asesorar a la dirección para que realice determinadas acciones. La investigación para la evaluación. Se utiliza para medir si las actividades de Relaciones Públicas han mejorado la comprensión del público respecto a la organización.

Bernays, se convirtió en un importante portavoz de las Relaciones Públicas con su libro *Cristalizando la Opinión Pública*. Este trabajo generó un gran interés y

Bernays fue invitado por la Universidad de Nueva York para ofrecer el primer curso de Relaciones Públicas en Estados Unidos.

**Rex Harlow**, considerado por muchos como el precursor de la investigación de Relaciones Públicas. Fue tal vez el primer profesor de Relaciones Públicas. Fundó el American Council on Public Relations, que posteriormente pasaría a ser la PRSA<sup>5</sup>. En 1952, fundó la Social Science Reporter, una de las primeras revistas dedicadas a este sector.

Es de destacar, que existen numerosas definiciones de Relaciones Públicas debido al nivel de multidisciplinariedad de las mismas.

Asimismo, el Instituto Británico de Relaciones Públicas las define: “Las RR.PP. son el esfuerzo premeditado, planificado y continuado para establecer y mantener un entendimiento mutuo entre una organización y sus públicos” (Ellis y Bowman, 1964, pag.64).

En esta misma línea de pensamiento se encuentran Cutlip, Center y Broom, (2001) ya que sostienen que “las relaciones públicas son la función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y los públicos de los que depende su éxito o fracaso” (pág.37).

Harlow (1976) toma esta idea y la explora, es ahí donde tiene lugar una de las primeras definiciones de Relaciones Públicas con esta óptica:

Las Relaciones Públicas son una función directiva característica que ayuda a establecer y mantener líneas de comunicación mutuas, entendimiento, aceptación y cooperación entre una organización y sus públicos; implica la gestión de problemas o temas, ayuda a los directivos a mantenerse informados y sensibles hacia la opinión pública; define y enfatiza en la responsabilidad de los directivos de servir al interés público; ayuda a los directivos a mantenerse al frente de los cambios y utilizarlos de forma efectiva contemplándolos como un sistema de aviso para anticiparse a las tendencias y utiliza la investigación, la preparación y la comunicación ética como sus herramientas principales (pág.36).

Existen otras definiciones que las muestran como una herramienta comunicacional que tiene como fin no sólo mediar, sino conectar al cliente con su público. En esa línea, Rey Lennon (1999) sostiene que “Las RR.PP. son un intento, a través de la información, la persuasión y el cambio, de lograr el apoyo público para una actividad, causa, movimiento o institución” (pág.25).

También hay otros autores que hacen referencia a las distintas posturas que existen frente a la definición de las Relaciones Públicas.

Para algunos, ellas representan la comunicación estratégica por tener la capacidad de definir actores, escenarios y cursos de acción tendientes a resolver determinados problemas y a obtener, mantener o acrecentar una buena imagen (de una empresa, institución o persona), lo que se traduce en un activo más: es la gestión de la función política de la empresa.

---

<sup>5</sup> PRSA: Public Relations Society of America

Cabe destacar que todos los autores coinciden en que las Relaciones Públicas no se improvisan, ya que conllevan la aplicación de técnicas, elaboración de estrategias, teniendo en cuenta un contexto y la complejidad de las personas involucradas en cada acción. Es decir que las RR.PP. exigen un alto grado de profesionalización.

Es preciso aclarar, que como carrera universitaria y profesional, es relativamente nueva pero también se debe tomar en cuenta que desde que la humanidad entendió que había otras maneras de convencer que no fuera la fuerza bruta, es cuando aparece el arte de disuadir, es cuando aparecen las RR.PP.

En este contexto, se puede afirmar que las Relaciones Públicas al igual que la Comunicación, son herramientas propias del ser humano y que se necesitaron años para perfeccionarlas. Es decir que se desarrollaron como profesión.

Con el paso del tiempo, estas profesiones crecieron a la par de las necesidades y exigencias de la sociedad, logrando consolidarse tanto en ámbitos públicos como privados.

También ha cambiado la forma en la que las instituciones se dirigen y comunican con sus públicos. Las RR.PP se valen hoy en día de herramientas de comunicación impensadas años atrás. La proliferación de las redes sociales y los blogs corporativos indican que el diálogo gana un nuevo espacio; el ciberespacio. En un marco de competitividad sostenida, las organizaciones de hoy necesitan estar siempre disponibles para sus audiencias, la participación de más y más voces exhorta a los relacionistas públicos a apelar a la creatividad y pericia en tecnología para desarrollar estrategias vigentes y relevantes.

En la actualidad las RR.PP., se ligan con la comunicación institucional y se las sitúa como función directiva. Dentro de esas tendencias y según Di Génova (2016) aparecen algunos paradigmas dando a entender por un lado, que el reto del relacionista público está en ayudar a construir la identidad, cultura y reputación de la organización, como un camino que facilitará la construcción de vínculos con los diferentes públicos, lo cual luego deberá impactar positivamente en el logro de las estrategias corporativas. Por otro lado, que el especialista en Relaciones Públicas es un estratega, y que ello implica tener habilidad de planificar, ejecutar y medir el impacto de las estrategias y tácticas que se ejecuten.

En concordancia con lo que sostiene Avilia (1997), el profesional de RR.PP. está capacitado para cubrir las necesidades inherentes a la investigación, planificación, ejecución y control de acciones de comunicación institucional buscando lograr una opinión pública favorable en los distintos grupos de interés y de acciones para la organización de eventos y recepción de visitantes, con su correspondiente ceremonial y protocolo, tanto en el ámbito público como privado, ya sea dentro de las organizaciones o como consultor externo a ellas (pág.138).

Además, es de destacar que puede ejercer su profesión en forma independiente o dentro de todo tipo de empresas que posean relación con públicos, más allá de la misión institucional, ya sean éstas privadas o públicas, con o sin fines de lucro, gubernamentales, políticas, militares, educativas, religiosas, sanitarias, de servicios, productivas, nacionales o internacionales.

En síntesis, las RR.PP. se ocupan de:

- Investigar, planificar, ejecutar y evaluar los procesos comunicacionales que se establecen entre una organización (o persona) y sus públicos.
- Elaborar estrategias para actuar en relación a la imagen y a la comunicación institucional.
- Manejar temas como: actuación en canales sociales de comunicación, encuentros de líderes de opinión, presentaciones empresarias, periodismo.
- Diseñar programas de comunicaciones para la motivación del personal, de publicidad institucional de organizaciones y de apoyo a la comercialización.
- Efectuar estudios e investigaciones del comportamiento de la opinión pública en relación con los temas que constituyen el objeto profesional.
- Realizar auditorías de imagen institucional para organizaciones y personas.
- Planificar e implementar las acciones necesarias para la organización de eventos, atendiendo los temas referidos al ceremonial y protocolo.

Hasta aquí se ha puesto especial énfasis en dejar en claro el gran interrogante que se presenta al momento de explicar el campo disciplinar de nuestra profesión, qué son las Relaciones Públicas, sus diferentes modelos, quiénes fueron los precursores de esta disciplina, y paradigmas actuales.

## **Hablemos de Comunicación**

En esencia, comunicar es compartir algo de nosotros mismos; es una cualidad racional y emocional propia de la humanidad, surgida de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación, de acuerdo con las experiencias previas de cada persona.

Es sabido que ningún grupo puede existir sin la comunicación, sin la transferencia de significados entre sus miembros. En este sentido, la comunicación para Gordon (1997) implica "un intercambio de información entre dos o más personas" (p.260). Es de destacar que la transmisión de significados, información e ideas por parte de una persona, incluye la comprensión por parte de la otra.

A continuación y solo a modo de mención se detallan los que para Berlo (1960), son los elementos intervinientes en la acción comunicativa.

- Fuente: es el origen, el punto de partida sensible a factores como las habilidades, el conocimiento, las actitudes y la perspectiva socio-cultural.
- Codificador: traduce a una clave el mensaje destinado a obtener la respuesta esperada. Supone habilidades de hablar y escribir.
- Mensaje: es el producto físico del emisor y su estructura debe estar compuesta por un código, un contenido y un tratamiento del mensaje.
- Canal: es el vehículo de transporte que habrá de dirigirse a uno o varios de los sentidos para su percepción.

-Receptor-decodificador: Es a quien se dirige el mensaje, la decodificación se refiere a las habilidades de leer, escuchar y comprender el mensaje. La decodificación, en cierto modo, resulta determinada por el comportamiento que el receptor tenga consigo mismo, hacia la fuente y hacia el contenido por su nivel de conocimiento del código.

Se considera oportuno mencionar el aporte que realizan Hersey, Blanchard y Johnson (1999) cuando expresan que comunicar es "ser capaz de transmitir los mensajes de modo que la gente los entienda y acepte con facilidad" (p.336). Es de destacar que las habilidades de comunicación son cruciales y determinantes para la eficaz transmisión del mensaje.

En sintonía con esta línea, cabe afirmar que la comunicación es la base de toda relación y tiene como principio el intercambio, como propósito la persuasión y como elemento el mensaje, por lo que requiere el estudio de su naturaleza y de los principios que la rigen, lo cual conducirá a su interpretación dentro del contexto organizacional.

Por su parte, Kreitner y Kinicki (1997) se refieren a la comunicación como "el intercambio de información entre un emisor y un receptor y la transferencia de su significado entre las personas involucradas" (p.401).

Según Hersey, Blanchard y Johnson (1999) los sistemas de comunicación dentro de la organización, se clasifican en: canales formales e informales. En concordancia con Chiavenato (2005), los canales formales son los que fluyen dentro de la cadena de mando o responsabilidad de la tarea definidos por la organización y están compuestos por la comunicación descendente, ascendente y horizontal. Por otro lado, los canales informales surgen de forma espontánea entre las personas, son independientes de los canales formales autorizados y no siempre siguen la jerarquía de autoridad. Según el autor, la comunicación informal coexiste con la formal, aunque puede superar los niveles jerárquicos o seccionar las cadenas verticales de mando para hacer contacto con cualquier persona de la organización y también forman parte los rumores y las redes.

Al mismo tiempo, Robbins (2001) las denomina redes de comunicación y las describe como "canales por los cuales fluye la información" (p.316). En esta línea, el autor distingue que en las redes formales, la comunicación fluye de acuerdo a la cadena de autoridad y se limitan a las comunicaciones relacionadas a las actividades laborales; mientras que en las redes informales, el movimiento puede ser en cualquier dirección, inclusive puede ir de un nivel a otro y generalmente satisface las necesidades sociales de los miembros de la organización.

Hasta aquí se ha intentado hacer un anclaje teórico con respecto a los elementos que forman parte de la comunicación, con la idea de dejar en claro la importancia que ésta tiene en toda organización.

Ahora bien, como señala Daniel Prieto Castillo (1999)

“estamos insertos desde que nacemos en situaciones de comunicación. La sociedad nos habla a través de múltiples discursos y nos va exigiendo que aprendamos a expresarnos de determinada manera y a referirnos a ciertos temas por encima de otros. Una situación de comunicación no se resuelve a través de algo tan pobre como aquello de un emisor que emite y un receptor

que recibe. Estamos siempre inmersos en un todo significativo que se manifiesta por medio de distintos discursos, los cuales pueden contradecirse, sin dejar de pertenecer por ello al todo. Una relación de comunicación comprende las relaciones intrapersonales (yo conmigo mismo), grupales, sociales en general; las circunstancias económicas, políticas, culturales, el desarrollo de ciertas tecnologías, de ciertas formas de enfrentar y resolver los problemas de la naturaleza de la sociedad” (pág.81).

Asimismo, se podría hablar de situación de comunicación de un país, de una organización, de una comunidad, de una familia. En cualquiera de estos ámbitos se dan discursos predominantes, temas interesantes, recursos expresivos, estéticas. Todos estos aspectos pueden ser leídos desde la comunicación.

En esa misma línea, una situación de comunicación es en un contexto y en un proceso, es la organización y su sistema de relaciones, sus conflictos, su historia. Es también su identidad, expresada en su filosofía, su misión y su visión institucional.

De igual modo, la forma en que una organización o una comunidad utiliza los medios de comunicación y las maneras que implementa para acercarse a sus interlocutores, es una situación de comunicación. Es la imagen de la institución y los modos de construir esa imagen.

Por lo tanto, toda delimitación de situaciones de comunicación implica el recorte de una realidad más amplia, sin que esta selección suponga desconocer que las prácticas objeto de estudio están siempre atravesadas por procesos de carácter macro que condicionan y determinan las restricciones, capacidades y posibilidades de los actores para llevar adelante acciones en un momento dado.

En este contexto, reconocer “situaciones de comunicación” es el primer paso en todo proceso de diagnóstico desde este punto de vista.

### **Características de la Comunicación Institucional**

Para Avilia (1997), el secreto es que no haya secretos en la comunicación institucional, ya que la comunicación sincera, franca y correcta, genera respuestas en ese sentido.

Se ha mencionado que la organización mantiene una infinidad de situaciones de comunicación que le dan vida a la misma. En este sentido, cuando se habla de comunicación institucional se hace referencia a los procesos que fluyen de forma vertical, horizontal y oblicuamente hacia adentro y hacia afuera de la organización, por medio de los cuales las personas integrantes se relacionan entre sí, intercambiando mensajes en busca de acuerdos. Estos procesos se darán, existan o no estructuras especialmente diseñadas para realizarlos. En ausencia de estructuras formales, los procesos de comunicación se desarrollarán de forma azarosa, caótica e ineficiente. Esto es, sin la menor posibilidad de prevención y manejo sobre los conflictos.

Es de destacar, que el proceso de la comunicación institucional parte de la realidad de la organización, de sus hechos tanto materiales como humanos, lo que es y lo que hace. Es aquí donde aparece la identidad corporativa, una

personalidad conformada por innumerables formas básicas de creencias, valores, pensamientos, mística y otros.

En esta línea, es imprescindible la creación de sistemas de comunicación en toda la institución. Es decir, un entramado comunicacional que ordene, optimice, organice, coordine y haga eficiente los procesos integradores. Es responsabilidad de los profesionales de RR.PP. la proyección, coordinación, puesta en marcha y evaluación de estos procesos.

En síntesis, la comunicación institucional no es una vía de una sola dirección. Logra su máxima efectividad sólo cuando se efectúa la integración desde múltiples direcciones y sentidos, siendo retroalimentado permanentemente desde su esencia.

### **Comunicación en la Administración Pública**

La comunicación pública es la herramienta mediante la cual, los diferentes equipos de gobierno explican y justifican sus decisiones, legitimando en cierto modo la labor que se está llevando a cabo. Aquí, se pone de manifiesto la importancia que este tipo de comunicación tiene de cara a la ciudadanía.

Las administraciones públicas son organizaciones complejas por su funcionamiento y dimensión. Asimismo, las limitaciones presupuestarias, las complejidades políticas, financieras, organizacionales, entre otras, son cuestiones que interfieren en la labor comunicacional; condicionando de este modo la comunicación que diariamente debe llevarse adelante.

En los últimos años las administraciones públicas están asistiendo a un auténtico proceso de transformación, con el crecimiento de internet, la incorporación de nuevas tecnologías, el auge de las redes sociales y en la provincia de Bs. As. la implementación del sistema GEDEBA<sup>6</sup>; están propiciando una administración pública que pretende ser más fácil, sencilla y cercana al ciudadano.

En ese sentido, se destaca la necesidad de comunicar que tienen los organismos estatales, generada por la pretensión de mantener a la sociedad informada respecto de sus acciones lo que a su vez, le permite construir la imagen de transparencia tan demandada por la ciudadanía. Esto sólo es posible por medio de un manejo profesional y estratégico de la comunicación y de los medios por los que se llegará al público objetivo.

En este proceso de transformación la comunicación tiene, sin duda, una gran importancia ya que es necesario establecer nuevos canales de comunicación e información con los ciudadanos para explicarles no sólo el trabajo que se realiza, sino cómo ese proceso de transformación les afecta.

---

<sup>6</sup> GEDEBA es la Gestión Documental Electrónica Buenos Aires. Es una plataforma informática que permite la gestión digital de todos los trámites de la Administración Central y Organismos Descentralizados de la Pcia. de Bs. As.

La falta de información de muchas áreas, la lentitud comunicativa, los rumores, el uso de un lenguaje poco comprensible, declaraciones contradictorias entre las diferentes áreas de la administración, falta de manejo de las nuevas tecnologías, son algunos de los aspectos por los cuales se hace necesario el desarrollo de estrategias de comunicación a cargo de profesionales.

Por ende, es necesario plantear nuevos escenarios, estrategias y metodologías que tengan como objetivo realizar una comunicación eficaz.

### **Comunicación Interna en la Administración Pública**

En páginas anteriores, se ha hecho mención a que las personas viven comunicando, de forma permanente y en todos sus actos, cualquiera sea su rol, familiar, laboral, público o privado. En ese sentido y haciendo referencia a las instituciones, además de la comunicación con los públicos externos, hay otro tipo de comunicación que en las administraciones públicas suele estar un tanto descuidada y es la “comunicación interna”. Es decir, la comunicación que se produce dentro de la propia administración.

Ahora bien, las áreas de especialización de las Relaciones Públicas son varias, pero en el caso de la comunicación interna, se ocupan de responder a las preocupaciones, necesidades de información y motivación de los trabajadores o empleados de una organización (Xifra, 2008).

En este sentido, los especialistas en RR.PP. señalan la importancia de la comunicación interna independientemente de si se hace referencia a una empresa, institución o administración. Es tan importante que no se puede implementar una buena estrategia de comunicación externa, si primero no se cuenta con una óptima comunicación interna.

Cabe destacar, que la comunicación interna adecuadamente planteada y correctamente desarrollada, puede reforzar la identidad, posicionamiento y capacidad de acción de la organización porque permite que la información circule en todos los sentidos. Es por ello que una fluida comunicación interna facilita también la dinámica de participación, ya que no se está solo, sino que existe una integración en un proyecto colectivo.

Seguidamente y para reafirmar la importancia de la comunicación interna, se hace lugar a la siguiente pregunta: ¿Cuáles serían las claves de la comunicación interna en una administración pública?

En primer lugar, la comunicación interna tiene que estar en manos de profesionales. Por lo tanto debe ser diseñada, planificada, puesta en marcha y monitoreada por personas pertenecientes al mundo de la comunicación. Correspondiendo a una de las funciones que debe desempeñar la dirección o departamento de comunicación, en las administraciones públicas.

No obstante, algunos investigadores sostienen que en la mayoría de las administraciones públicas, los departamentos de comunicación se centran únicamente en la comunicación externa, ya sea por la falta de personal para

poder asumir el área de comunicación interna, o bien porque no se considera necesario.

De igual modo, se considera esencial que la administración pública comience a crear puestos de trabajo como: webs masters, especialistas en redes sociales, analistas web y por supuesto, periodistas y profesionales de la comunicación estratégica como son los relacionistas públicos. Con un equipo de profesionales conformado por las especialidades antes mencionadas, se garantizaría una comunicación transversal y eficaz, con la que la mayoría de los organismos del Estado hoy no cuenta.

Es de destacar, que en la comunicación interna, están implicadas todas las personas que trabajan en la administración pública, porque se debe tener presente que todas los individuos comunican de una u otra manera. Asimismo, es gracias a la intercomunicación, que percibe las respuestas a los mensajes que se proyectan o dirigen (feedback) y a los sondeos; que se pueden comprobar los estados de opinión y el grado de recepción de los miembros y de las distintas estructuras de la institución ante las políticas, programas, actividades, iniciativas que el organismo lleve adelante.

Se escoge mencionar como objetivos básicos de la comunicación interna los siguientes:

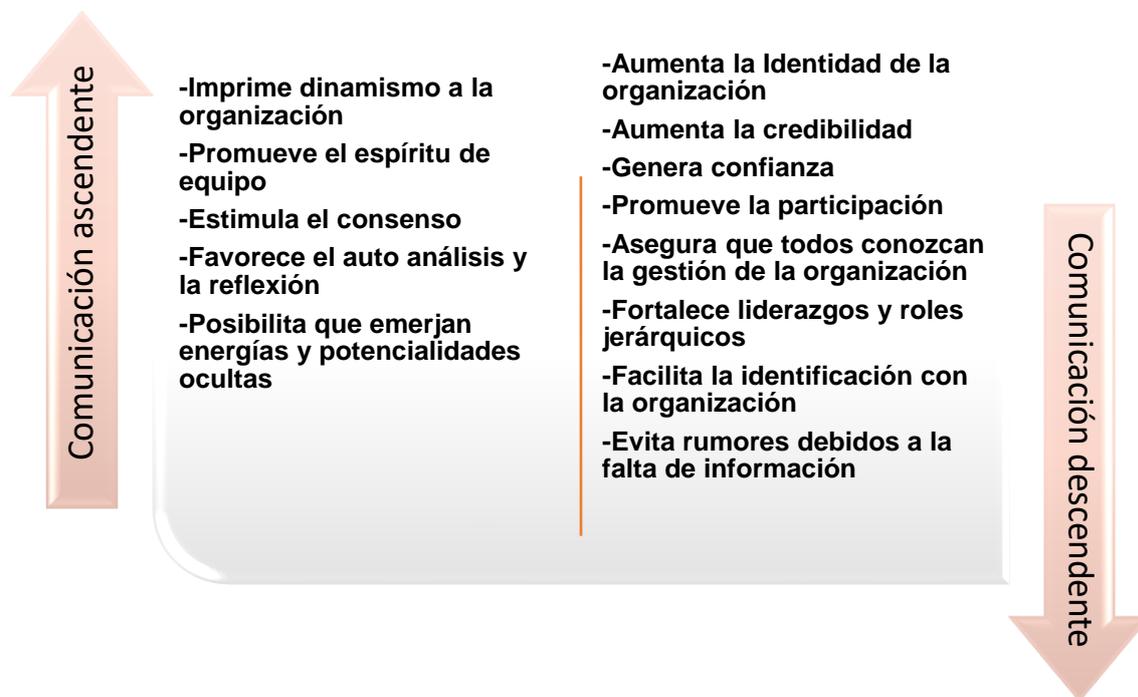
**Tabla 2: Objetivos de la Comunicación Interna. Fuente: Elaboración propia.**

<b>Objetivos básicos de la Comunicación Interna</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Hacer circular la información por todas las áreas de la organización</li><li>-Difundir propuestas y actividades</li><li>-Evitar y combatir rumores</li><li>-Apoyar el proyecto y los objetivos de la organización</li><li>-Desarrollar estrategias</li><li>-Evaluar permanentemente el clima de la organización</li><li>-Incentivar la participación en las actividades</li></ul>
---	--

Se considera oportuno, en este punto, hacer referencia a los flujos de la comunicación interna ya que suelen ser fundamentales para evitar los llamados cuellos de botella que tantas dificultades les genera a las personas especializadas en comunicación.

## Flujos de la comunicación

Tabla 3: Flujos de la comunicación. Fuente: elaboración propia



### Comunicación Descendente

Al respecto Gordon (1997), expresa "los administradores suelen usar la comunicación descendente para brindar información, girar órdenes y establecer directrices para los empleados" (p.271). Por consiguiente en las comunicaciones descendentes fluyen mensajes de las tareas relacionadas con directrices, objetivos, disciplina, órdenes, preguntas y políticas de la organización.

### Comunicación Ascendente

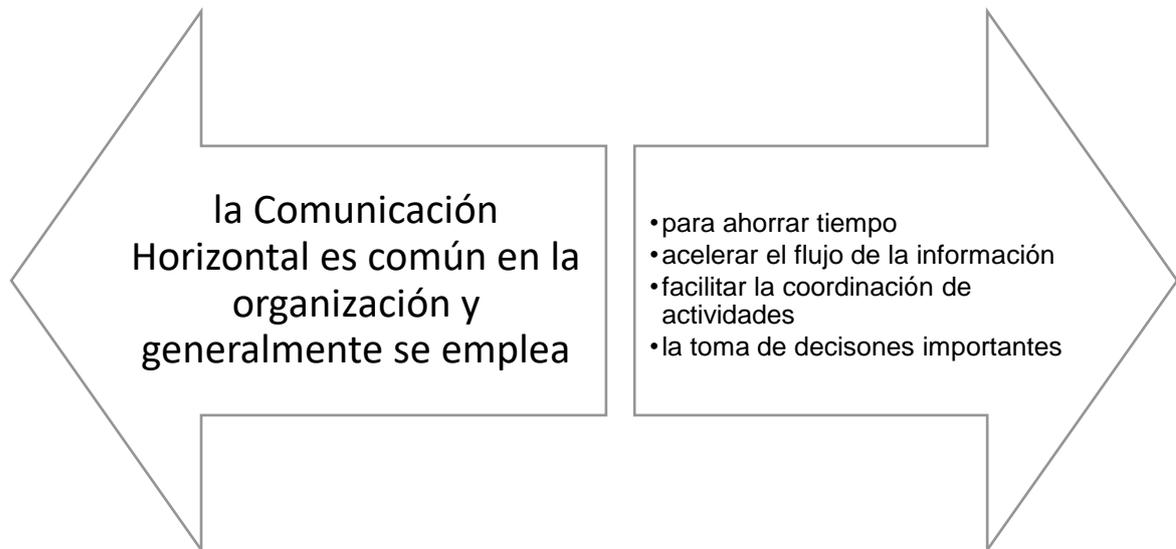
Continuando con los flujos de la información, Goldhaber (1999) se refiere a la comunicación ascendente como, "aquellas que contienen mensajes que fluyen de los empleados hasta los superiores, normalmente con el propósito de formular preguntas, proporcionar feedback y hacer sugerencias" (p.134).

### Comunicación Horizontal

Parafraseando a Robbins (2001), la comunicación horizontal es común en las organizaciones y es aquella que tiene lugar entre los miembros del mismo grupo,

entre los miembros de grupos de trabajo al mismo nivel, entre personal jerárquico del mismo nivel o entre el personal equivalente horizontal. Este estilo de comunicación, permite afianzar los niveles de solidaridad, apoyo y estima del grupo; ya que se comparten los escenarios laborales donde se entretajan lazos de amistad, respeto, confianza y apoyo mutuo.

**Tabla 4: Comunicación horizontal. Fuente: elaboración propia.**



Sin embargo, pueden crear conflictos disfuncionales cuando los canales verticales formales se rompen, cuando los miembros intentan burlar a sus superiores para conseguir que se hagan las cosas o cuando los jefes encuentran que se han hecho acciones o se han tomado decisiones sin su conocimiento.

De allí la necesidad de prevenir problemas, estableciendo normas para su uso y estimulando las comunicaciones horizontales solo cuando resulten necesarias. En ese sentido, en la provincia de Buenos Aires con la implementación del sistema GEDEBA se han optimizado las comunicaciones oficiales, ya que para realizar el pase de un expediente de una oficina a otra, necesita la firma de aprobación por parte de un funcionario superior.

### **Comunicación Oblicua o Transversal**

Es la comunicación que se realiza en los diferentes sentidos y escalas jerárquicas de la organización, su principal objetivo es la integración de todas las personas que trabajan en la institución.

## **Canales Informales**

En concordancia con los conceptos expuestos por Newstrom (2007), la comunicación informal surge de la interacción social; es volátil, dinámica y variada, como las personas que integran las organizaciones y puede influir tanto favorable como desfavorablemente.

En este sentido, Chiavenato (2005) considera que la creación de canales de comunicación de tipo informal, puede generar las condiciones para que el emisor y los receptores intercambien mensajes de manera más directa.

Por su parte Goldhaber (1999), denomina "Red de comunicaciones" (p.27), al flujo de mensajes que se produce entre todas las personas que trabajan en la organización, independientemente del rol que desempeñen o del lugar que ocupe en la misma. Estas redes operan en la organización.

Dentro del sistema organizacional informal se encuentra el rumor, al que Hersey, Blanchard y Johnson (1999) se refieren diciendo "que parten de la natural necesidad de información que tienen los miembros de la empresa" (p.353). Generalmente la información transmitida por los rumores es incompleta, sin embargo su contenido es exacto en un 70% a 90% y fluye muy rápidamente. En consecuencia, el rumor se caracteriza por transmitir cualquier tipo de información en cualquier momento y puede tomar cualquier dirección e involucra a todas las personas en la organización.

Ahora bien, en toda administración, ya sea un municipio, una cámara de diputados o un ministerio, se encuentra por un lado a un sector compuesto por personas que son empleadas y que tienen un vínculo más o menos estable con esa administración; y por otro lado existe un equipo de funcionarios de carácter político, que va rotando cada cierto tiempo, generalmente cada cuatro años.

En este contexto, la comunicación interna que se produce en la institución está condicionada por esos dos niveles: la estabilidad de una plantilla, y la movilidad de un ejecutivo, dando lugar a que la estrategia de comunicación interna quede supeditada al cambio del equipo ejecutivo y en ese sentido la misma se paralice, se cambie o simplemente desaparezca.

Por consiguiente, la comunicación interna debería ser pensada a largo plazo. Esa sensación de poner en marcha un proyecto y que cuando comienza a materializarse se paraliza debido al arribo de una nueva gestión, es algo muy común de ver y lo saben muy bien los que trabajan en la administración pública. Esta, podría ser considerada la principal causa de la desmotivación entre las personas que trabajan en las administraciones públicas.

Pues bien, la comunicación interna es un proceso a largo plazo y por lo tanto debería ser diseñado y puesto en marcha por personal idóneo. En esta misma línea, la estrategia comunicacional debería permanecer con independencia del equipo ejecutivo y político que esté al frente en cada momento, el cual podrá sumar esfuerzos, proponer ideas y nuevos proyectos, pero la comunicación como estrategia, debería permanecer como política de Estado; ya que organización que comunica con estrategia, comunica organización.

## **Barreras de la Comunicación**

Se entiende por barreras a todos los factores que impiden, interfieren y obstaculizan el adecuado flujo de contenidos de un mensaje a través de sus respectivos canales. Asimismo, Chiavenato (2000), expresa que las barreras "intervienen en el proceso de comunicación y lo afectan profundamente, de modo que el mensaje recibido es muy diferente del que fue enviado" (p.93).

Es de destacar, que existen diferentes y variadas barreras comunicacionales y a continuación se mencionan las que se consideran importantes para el desarrollo del presente trabajo, basado en las propuestas por Gordon y Robbins.

-Barreras semánticas: Tienen que ver con el significado de las palabras, cuando no precisamos su sentido, éstas se prestan a diferentes interpretaciones y así el receptor no interpreta lo que dijo el emisor, sino, lo que su contexto cultural le indica. Según Robbins (2001), "la edad, la educación y los antecedentes culturales, son tres de las variables más obvias que influyen en el lenguaje que utilizan las personas y la definición que se les da a las palabras" (p.387).

-Barreras personales: Son las interferencias que parten de las características del individuo, de su percepción, de sus emociones, de sus valores, de sus deficiencias sensoriales y de sus malos hábitos de escucha o de observación. Son el ruido mental que limita la concentración y vuelve muy selectiva nuestra percepción y observación. Vemos y oímos aquello que queremos, lo que nos conviene más, aquello con lo que estamos sintonizados emocionalmente, nuestras creencias y valores actúan como filtros, la comunicación no puede separarse de la personalidad y ésta influye en nuestras percepciones y transmitimos nuestra interpretación de la realidad y no la realidad misma.

-Barreras psicológicas: Hay muchos factores mentales que impiden aceptar o comprender una idea. Algunos de ellos son: no tener en cuenta el punto de vista de los demás, sospecha o aversión, preocupación o emociones ajenas al trabajo, timidez, explicaciones insuficientes, sobrevaloración de sí mismo.

-Barreras administrativas: En cuanto a la estructura de la organización, Gordon (1997) señala que los factores estructurales pueden facilitar o entorpecer la comunicación. Si bien la jerarquía de la organización y la cadena de mando guían el curso de la comunicación ascendente y descendente, también podrían restringir innecesariamente los canales de transmisión. Es decir, no siempre es requisito fundamental seguir la jerarquía o la cadena de mando para comunicarse con la persona más indicada dentro de la organización, por cuanto en ocasiones la comunicación tarda en llegar a su destino y evita que la misma sea oportuna. Esta representa entonces, una barrera cuando los miembros de la organización piensan imposible violar la jerarquía para comunicarse con la persona más conveniente en la organización.

Por otra parte Gordon (1997) afirma "la centralización de la autoridad restringe la difusión de la información porque diferentes miembros y grupos de las organizaciones tienen acceso a diferente información" (p.278). Es frecuente en los directivos de una organización limitar la información, lo cual trae como consecuencia que las personas que trabajan en la institución sean portavoces de diversas informaciones, que tienden a distorsionar la verdadera información y se promueva la creación de rumores dentro de la organización.

-Barreras físicas: La distancia y el exceso de ruido, así como la interferencia en la radio o el teléfono. Referente a la distancia física, las personas dispuestas en un mismo lugar de trabajo pueden establecer una mejor comunicación y verificar a través de la retroalimentación la comprensión o no del mensaje, lo contrario sucede en una organización donde los departamentos están ubicados en lugares lejanos, pudiendo crear dificultades en la comunicación.

Según Gordon (1997, p.278) "conforme aumenta la distancia física, el ruido también aumenta creando mayor distorsión en la comunicación". El mismo problema se presenta en organizaciones muy grandes, cuando poseen distintas sucursales ubicadas en diferentes ciudades o regiones. Siempre es posible minimizar al máximo este tipo de obstáculos, utilizando medios electrónicos y las telecomunicaciones.

Todas y cada una de las barreras analizadas, representan, distorsiones en las comunicaciones, en consecuencia, es relevante conocerlas y si las autoridades desean mejorar significativamente el flujo de las comunicaciones en la organización, es imprescindible determinar las causas de los problemas de comunicación como puede ser una planificación inadecuada, una estructura mal diseñada cuyas relaciones no estén suficientemente claras. Por lo tanto es preciso superar las barreras, para ello se requiere del compromiso tanto de las autoridades como de la población trabajadora, y de la creación e implementación de estrategias que permitan un flujo eficiente de mensajes.

### **Públicos de la Organización**

Cuando se menciona una situación de comunicación, siempre podemos identificar actores. En ese sentido cada actor tendrá una interpretación propia y tal vez diferente de la situación, por la subjetividad que le da su historia de vida, sus motivaciones, sus propósitos y su posición relativa dentro de la situación.

En ocasiones, puede suceder que en la vida de una institución, los actores formulen diversas explicaciones sobre un tema, incluso utilicen diferentes criterios para fijar aquello que se considera una fortaleza o una debilidad y también jerarquicen asignando valor en función de la importancia que aquellas tienen en sus proyectos.

Cabe señalar que todo proceso de diagnóstico desde la comunicación requiere de una clara identificación de los actores, ubicándolos en su contexto. Un primer paso para el reconocimiento de actores, puede ser su caracterización a partir de los roles que cumplen en la situación que se describe. El rol de un individuo en una organización, es la función que cumple.

Se hace necesario aclarar que toda persona por el hecho de vivir en sociedad, posee concepciones, evaluaciones y percepciones que ha ido acumulando a través de su historia personal. En esta línea, la identificación de los actores, su caracterización y el análisis de sus concepciones y evaluaciones son esenciales para el reconocimiento de los sentidos que atraviesan las situaciones de comunicación.

Existen diversas definiciones de los públicos aunque la mayoría hace referencia al conjunto de todas las personas que tienen alguna clase de interacción con la

empresa, persona u organización, y también al conjunto de personas que no tienen ninguna interacción con ella, pero que por algún motivo a la organización le resulta interesante. Una de las segmentaciones de públicos que se utiliza en las RR.PP., es la de público interno, público externo y público mixto.

El público interno está conformado por todas las personas que tienen una relación de dependencia laboral con la organización, todas aquellas que pertenecen a ella. El público externo está conformado por todas las personas que interactúan con la empresa pero que no pertenecen a ella. Por último, el público mixto, está compuesto por las personas que no se encuentran dentro de la organización, ni totalmente fuera; son un estado intermedio entre el público interno y el público externo.

### **Diagnóstico Comunicacional**

Un diagnóstico comunicacional es un proceso de cambio que se inicia en el reconocimiento de la situación actual de una organización y de los distintos grupos que la conforman, con el objetivo de evaluar la eficacia de los sistemas de comunicación de la institución. En esa misma línea, podría decirse que es un instrumento que sirve como mapa, que detalla la información necesaria que permitirá decidir cuáles serán los objetivos, los públicos, los mensajes y los medios más apropiados antes de llevar adelante una acción.

Es necesario aclarar que existen varios criterios sobre lo que es un diagnóstico, en este caso, se considera acertado el de Prieto (1990) cuando expresa que es “una lectura esencial de determinada realidad social, una lectura de sus conexiones esenciales, desde una perspectiva histórica” (pág.41).

Ahora bien, Prieto (1999) sostiene que el diagnóstico desde la comunicación es una forma de evaluación que implica “leer situaciones sociales desde lo comunicacional, leer entonces situaciones de comunicación” (pág.81).

Asimismo, el diagnóstico permite obtener el conocimiento amplio de la situación en la que se quiere trabajar, examina antecedentes, hechos, permite conocer la dimensión del problema y detecta nuevos.

En esa misma línea, diagnosticar desde la comunicación es analizar de manera sistemática el sentido que los actores de una organización, producen en una determinada situación social, a partir de contextos y de historias personales que se comprenden en el marco de una cultura.

Por tal motivo, se destaca la importancia de indagar en la percepción y el conocimiento del público (target) sobre el tema de incumbencia, ya que permite identificar otros grupos de interés que antes no se habían identificado, y conocer cuáles son los medios y piezas de comunicación que prefieren las audiencias y porqué.

Es de destacar que, diagnosticar desde la comunicación es también,

“pensar la cultura y la comunicación masivas como espacios claves para la producción de sentidos predominantes del orden social en tanto emisores y receptores, productores y consumidores negociarán allí esos sentidos, aunque la negociación se realice en términos desiguales ya que, mientras

unos actúan desde situaciones de poder, otros lo hacen desde posiciones subalternas". (Mata, 1994. pág.18).

Continuando con la propuesta de Marita Mata, diagnosticar desde la comunicación supone detener la mirada en los siguientes aspectos:

-Los sujetos que entran en relación-

Se hace referencia a sus características, a sus modos de ser, fines o motivaciones que pueden ser explícitos o no.

-La naturaleza de la relación

La naturaleza del vínculo que se establece. Asimetrías del mismo. Modos en que se construye la legitimidad de los roles que representan, etc.

-Modalidades de producción de sentido

Los momentos y espacios de emisión y recepción. La tecnología que interviene.

-La significación de las prácticas comunicativas

Los resultados de la acción comunicativa. Rasgos culturales, conductas, ideas predominantes, acuerdos o conflictos, sentido que adquieren para las personas que intervienen en ellas.

Las organizaciones pueden leerse a partir de indicios, es decir a partir de una señal que pone en evidencia lo oculto. Asimismo, estos indicios pueden incorporarse al diagnóstico. Por tal motivo, los especialistas en RR.PP. y comunicación para llevar adelante el proceso de planificación comunicacional, dirigirán su atención hacia:

-espacios físicos: lugares de interacción de los actores en su actividad institucional.

-espacios comunicacionales: reuniones, momentos de intercambio, momentos de toma de decisiones, momentos de elaboración de mensajes mediáticos, formas de intercambio con interlocutores.

-imagen institucional: percepciones que tienen de la institución, los actores y los interlocutores, imagen proyectada por materiales mediáticos o no mediáticos, imagen proyectada por documentos institucionales, etc.

-historias: recuperación de la memoria institucional, de la evolución de institución hasta llegar a la actualidad, etc.

-documentos institucionales: normas, reglamentos, procedimientos y otros documentos que expresen la misión, visión y filosofía institucional-producciones mediáticas: mensajes y productos surgidos de la acción institucional (programas, carteleras, revista interna, etc.) descripción de los formatos y elaboración de los productos mediáticos, etc.

-organigramas y diagramas de flujos de la información y los soportes (correo electrónico, memorando, teléfono, otros soportes digitales)

-principales interlocutores de la organización

-criterios y acciones del área de comunicación institucional

Bajo el conjunto de indicios comunicacionales que se constituyen en punto de partida del diagnóstico subyacen sentidos instituidos en la organización, aspectos de su cultura organizacional, estilos de gestión que hacen a la trama de la situación de comunicación y a los que sólo se puede reconocer mediante un análisis.

En esta misma línea, el trabajo del especialista en comunicación no finaliza con la descripción de indicios y la comprensión de los mismos en el marco de una determinada situación de comunicación, sino que requiere de una etapa posterior de valoración de la información relevada en términos de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

## **Planificación**

Cuando se hace referencia a planificación, casi automáticamente surge la noción de organizar, ordenar, coordinar, prever. La idea central es la de fijar cursos de acción con el propósito de alcanzar determinados objetivos, mediante el uso eficiente de los recursos disponibles o aquellos a los que se puede acceder, considerando entre ellos a los medios y a las técnicas de la comunicación.

En este sentido, Ander Egg (1995) sostiene que la planificación está asociada a la idea de “hacer que ocurran las cosas que de otro modo no habrían ocurrido o de crear alternativas allí donde antes no había nada” (pág. 23).

Es necesario planificar porque las acciones a llevar a cabo se desarrollan en un contexto de medios y recursos escasos y porque los objetivos son múltiples y diversos. Por tal motivo, es necesario introducir racionalidad sobre la base de un conocimiento de la realidad que otorga el diagnóstico y así tener cierta capacidad de pronóstico; lo que facilitará la toma de decisiones.

La planificación proporciona un horizonte que orienta y predetermina un conjunto de criterios y acciones. Para Ander Egg (1995, pág.24) la planificación:

- Supone un conocimiento de la realidad sobre la que se desea actuar. Esto está expresado en el diagnóstico.
- Procura incidir en el curso de los acontecimientos con el fin de modificar una situación para arribar a otra deseada.
- Sienta las bases para la toma de una decisión racional que luego se traduce en una serie de actividades que tienen metas y objetivos. Se trata de construir el futuro de algo.

Por lo antes dicho, planificar consiste en utilizar un conjunto de procedimientos que introducen mayor racionalidad y organización en actividades y acciones articuladas entre sí, con la finalidad de influir en el curso de acontecimientos puntuales, para alcanzar una situación deseada por medio del uso eficiente de medios y recursos escasos y limitados.

## **Importancia de las Relaciones Públicas en el Diseño de Estrategias**

### **¿Qué es la Comunicación Estratégica?**

En palabras de Xifra (2008:16) “La estrategia de Relaciones Públicas es una orientación de intervención o un enfoque de acción para resolver un problema”.

En ese sentido, cabe destacar que cada plan de RR.PP debe tener una estrategia de comunicación propia.

No es posible definir la comunicación estratégica sin referirse al término “estrategia” que a su vez se complementa con otros dos conceptos también interesantes de analizar que son “táctica” y “plan”.

El término estrategia, debe enmarcarse en el concepto de “pensamiento estratégico” como la forma de aunar objetivos a alcanzar, en el largo plazo y la toma de decisiones que se deben tomar anticipadamente, previendo futuros escenarios y las posibles amenazas del entorno.

La estrategia es un camino que se traza a priori y que luego se tratará de seguir, actuando de modo que se adapten las decisiones al objetivo planteado desde el inicio. De ahí que el primer paso para crear una estrategia es saber a dónde se quiere llegar. El siguiente paso será coordinar las acciones y recursos disponibles que permitan el logro de los objetivos.

El próximo concepto que se debe aclarar es el de táctica, ya que la estrategia se compone de tácticas que ayudarán a delimitar las formas en la que se alcance el objetivo. En este sentido, las tácticas son decisiones que deben ser tomadas de ante mano pero posiblemente reconducidas y reformuladas a lo largo del tiempo.

En este momento, es fundamental incluir el concepto de temporalidad a la definición de estrategia. La estrategia se debe pensar a largo plazo, pues de lo contrario no habría tiempo para desarrollarla en tácticas.

Por último, las tácticas se desarrollan en planes de acción, mucho más práctico o funcional y que por tal motivo deben establecerse en un tiempo más concreto. Es posible que una táctica, de lugar al desarrollo de uno o más planes de acción, consecutivos o paralelos en el tiempo, pero siempre dirigidos hacia el mismo objetivo a largo plazo, pudiendo tener cada plan objetivos parciales, diferentes y susceptibles de ser alcanzados a largo plazo.

En este sentido, para Xifra (2008:16) un plan de Relaciones Públicas “es un conjunto de acciones de comunicación para iniciar la estrategia de intervención sobre un público concreto, habitualmente para resolver un problema”.

Por lo antes mencionado, la estrategia toma un papel relevante en torno a la gestión de la comunicación, seguidamente se destacan algunas precisiones.

La comunicación estratégica debe ser comunicación gestionada. Aquí lo importante es entender que la comunicación no puede ser estratégica si no se gestiona. Gestionar la comunicación es tratar de utilizar los recursos disponibles para conseguir un fin.

Cabe aclarar que no es lo mismo hacer gestión de la comunicación que comunicación estratégica ya que existe un pequeño pero importante matiz: la gestión de la comunicación no siempre es comunicación estratégica pero la comunicación estratégica es siempre comunicación gestionada. Tampoco es lo mismo comunicación estratégica que estrategias de la comunicación. La comunicación estratégica necesita poner al servicio de sus objetivos todas las formas de comunicación disponibles. Cada una de las cuales estará delimitada por sus propias tácticas y planes de acción; a lo que suele nombrarse como estrategias de comunicación parciales, de ahí la confusión.

En ese sentido, será la suma de todas las estrategias de comunicación parciales, lo que dará lugar a la sinergia que permita hablar de comunicación estratégica, siendo el resultado de la comunicación estratégica mucho más que la suma de las estrategias de comunicación parciales que puede contener.

La comunicación estratégica está vinculada a la organización, es decir que ese término no tiene sentido fuera de ella.

En esta línea, en palabras de Scheinsohn y Saroka (2000:157) el profesional de comunicación estratégica será el encargado de buscar la coherencia entre:

- Lo que pretende comunicar y lo que se comunica.
- Lo que se comunica explícita e implícitamente.
- Los objetivos y los medios para alcanzarlos.
- Lo que se declara y lo que se actúa.

## **Política Pública de Igualdad de Género**

### **Breve Reseña Histórica**

Una importante noticia se produce en la década de los setenta, cuando la Asamblea General de las Naciones Unidas designa el año 1975 como “Año Internacional de la Mujer para promover la igualdad entre hombres y mujeres”. (Año Internacional de la Mujer en la Década de Naciones Unidas sobre *Igualdad, Desarrollo y Paz*).

“Igualdad, Desarrollo y Paz”, basados en la consideración de que no hay posibilidad de lograr igualdad real y sostenible en un contexto de guerra y/o pobreza y marginalización.

En este contexto se llevó a cabo la Primera Conferencia Mundial de la Mujer realizada en México, en 1975. Esta conferencia se reconoce como un paso importante, ya que marcó las pautas para el posterior desarrollo de la mujer y la eliminación de todo tipo de discriminación. En la Declaración Política emanada de la conferencia, los gobiernos subrayaron que: “las mujeres y hombres de todos los países deben tener iguales derechos y deberes, y que incumbe a todos los Estados crear las condiciones necesarias para que aquéllas los alcancen y puedan ejercerlos, ya que la utilización insuficiente del potencial de aproximadamente la mitad de la población mundial es un grave obstáculo para el desarrollo económico y social”.

La Conferencia de 1975 tuvo tres objetivos principales, con miras a trabajar en ellos y lograrlos a futuro. Eran éstos:

- Igualdad de género y eliminación de discriminación por motivos de género.
- Plena participación de las mujeres en el desarrollo.
- Mayor contribución de las mujeres a la paz mundial.

Para comprender el último punto en su total dimensión, no se debe olvidar que la Conferencia se estaba llevando a cabo en plena Guerra Fría.

El plan de acción que marcó esta Conferencia establecía directrices a los gobiernos y a toda la comunidad internacional para los diez años siguientes. Tiempo en el que se proclamó el Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer (1975/1985), y en él se establecieron una serie de metas para garantizar a las mujeres el acceso a la igualdad con los hombres, a la educación, el trabajo, la participación política, la salud, la vivienda, la planificación familiar y la alimentación. Fue un verdadero punto de inflexión.

En este contexto, para finales del decenio en 127 países se habían reformado leyes estableciendo mecanismos para transformar e investigar la situación de las mujeres.

Además, gracias a la Conferencia se crearon instancias como el Instituto Internacional de Investigación y Capacitación para la Promoción de la Mujer (UINSTRAW) y el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM).

Continuando en esta línea, es de destacar que en 1979 surge el instrumento internacional más importante sobre los derechos de la mujer: la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (CEDAW), que entraría en vigencia en 1981. Esta Convención constituye un hito en la historia de los derechos de la mujer, ya que incorpora la política a seguir contra la discriminación basada en el género así como también aspectos relevantes que no habían sido tomados en cuenta en otros instrumentos de derechos humanos.

La Convención antes mencionada, define la discriminación como “toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo, que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera”.

Continuando esta línea temporal, en los ochentas se avanza aún más en la necesidad de reconocer la igualdad de oportunidades para las mujeres. Es así que en 1980 y 1985 se celebran dos importantes Conferencias Mundiales, que tienen lugar en Copenhague y Nairobi, respectivamente. En la última se pudo constatar que no habían sido resueltas las principales demandas de las mujeres. Aunque se destaca que, en esta década es aprobado el Programa de Acción de la Mujer de las Naciones Unidas, cuyo objetivo es perfeccionar las propuestas de igualdad establecidas en la primera conferencia mundial.

Esta Tercera Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre la Mujer celebrada en Nairobi, marca el final de la década de la mujer. En la misma se adoptan estrategias progresivas para el adelanto de la mujer hasta el año 2000, las cuales proporcionan medidas concretas para promover el estado de la mujer en el desarrollo económico, social, cultural y jurídico en el ámbito nacional e internacional.

Ya en el año 1990 una comisión de las Naciones Unidas sobre el estado de la mujer, evalúa las estrategias y comprueba que aunque globalmente la conciencia sobre los temas que afectan a la mujer había aumentado, aún quedaba mucho trabajo por hacer para obtener “igualdad de derechos entre hombres y mujeres”, tal como propugna la Carta de las Naciones Unidas.

Finalmente en 1995, veinte años después del primer Año Internacional sobre la Mujer, las Naciones Unidas organizan la Cuarta Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre la Mujer: Acción a favor de la Igualdad, Desarrollo y la Paz, que tuvo lugar en Beijing, China. En esta conferencia se reconoce que la equidad de género, junto a la justicia social, la protección del medio ambiente, la paz y el respeto a los derechos humanos, constituyen necesidades impostergables de la humanidad, de manera que se mantiene la necesidad de que se enmendaran las desigualdades de género que acompañarían el advenimiento del nuevo siglo.

Cabe destacar que, según establece la CEPAL<sup>7</sup>, dentro de este movimiento en América Latina y el Caribe se ha evidenciado un protagonismo relevante. Este proceso comenzó en la región en la década del setenta y hasta la fecha se han desarrollado varias Conferencias Regionales sobre la Mujer de América Latina y el Caribe. En este contexto, en Argentina se llevó a cabo en el año 1994, en la ciudad de Mar del Plata.

Una gran significación tuvo la Novena Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe, la cual detentó como marco de referencia los compromisos internacionales relacionados con el adelanto de la mujer acogidos por las diferentes conferencias mundiales celebradas en los años noventa, por los Objetivos del Milenio arrojados por la Asamblea General de las Naciones Unidas, en Nueva York, en el año 2000.

Al ingresar al nuevo milenio, los líderes mundiales que se reunieron en la Cumbre del Milenio comprometieron a sus naciones a una nueva alianza mundial para reducir la pobreza extrema y establecieron una serie de metas con plazos concretos, tomando el año 2015 como fecha límite, que se conocen desde la Cumbre como los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Los Objetivos de desarrollo del Milenio son los siguientes:

- (1) erradicar la pobreza extrema y el hambre,
- (2) lograr la enseñanza primaria universal,
- (3) promover la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de la mujer,

---

<sup>7</sup> CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe).

- (4) reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años,
- (5) mejorar la salud materna,
- (6) combatir el VIH / SIDA, la malaria y otras enfermedades;
- (7) garantizar la sostenibilidad del medio ambiente, y
- (8) fomentar una alianza mundial para el desarrollo.

Haciendo referencia a los Objetivos del Milenio y, a los plazos y metas, se puede observar que está transcurriendo el año 2022 y la mayoría de los objetivos propuestos no se han podido alcanzar. En este sentido y para dar lugar al desarrollo de la temática que da origen a este trabajo de tesis, se hará foco en el tercer objetivo: **“Promover la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de la mujer”**.

Fácil es advertir, que por la falta de cumplimiento de los objetivos antes mencionados es necesaria la implementación de políticas públicas que garanticen esa igualdad entre los géneros. Por tal motivo y haciendo foco en las políticas públicas; es de subrayar que se originan en el diagnóstico de algún problema de la población que requiere ser encarado con cierta urgencia. En otras palabras, la política pública tiene como antecedente la percepción de un problema, aquellos que se suscitan cuando la sociedad no logra encontrar un equilibrio satisfactorio.

En este sentido, la conformación de una política y su planificación e implementación posterior, debe estar precedida por una investigación de carácter multidisciplinario, que permita poner de manifiesto el problema que recomienda el diseño e implementación de una determinada política pública.

Un punto importante es el conocimiento o percepción que tiene el dispositivo político y el Estado en cuestión respecto de su población y los problemas específicos que esta enfrenta. Asimismo, a la implementación de una política pública, le sigue un proceso de evaluación que permita, mediante estudios y mediciones correspondientes, corregir rumbos, realizar ajustes, y adaptar las políticas a situaciones cambiantes.

Para dejar en claro, de qué se está hablando cuando decimos de políticas públicas, hacemos referencia a lo que Graglia (2004,19) define como “[...] proyectos y actividades que un estado diseña y gestiona a través de un gobierno y una administración a los fines de satisfacer necesidades de una sociedad”.

### **Perspectiva de Género**

En los últimos años se produjo un importante avance en las ciencias sociales, al incorporarse los estudios de las mujeres como un nuevo paradigma. El género como categoría social, es una de las contribuciones teóricas más significativas del feminismo contemporáneo. Esta categoría analítica permite explicar las desigualdades entre hombres y mujeres, haciendo hincapié en la noción de multiplicidad de identidades.

En este sentido, lo femenino y lo masculino se conforman a partir de una relación mutua, cultural e histórica. El género es una categoría transdisciplinaria, que desarrolla un enfoque globalizador y remite a los rasgos y funciones psicológicas y socioculturales que se le atribuye a cada uno de los sexos en cada momento histórico y en cada sociedad. Cabe destacar que las elaboraciones históricas de los géneros son sistemas de poder, con un discurso hegemónico y pueden dar cuenta de la existencia de los conflictos sociales.

Asimismo, problematizar las relaciones de género permitió romper con la idea del carácter natural de las mismas. Es decir que lo femenino y lo masculino no hace referencia al sexo de los individuos, sino a las conductas consideradas social y culturalmente femeninas o masculinas.

En este contexto y según (Lamas, 1999), aún cuando en 1949 aparece como explicación en *El segundo sexo* de Simone de Beauvoir, el término *género* sólo comienza a circular en las ciencias sociales y en el discurso feminista con un significado propio y como acepción específica a partir de los años setenta. No obstante, sólo a fines de la década de los ochenta y principio de los noventa, el concepto adquiere consistencia y comienza a tener impacto en América Latina. Es entonces que las intelectuales feministas logran instalar en la academia y las políticas públicas la denominada “perspectiva de género”.

Siguiendo esta línea y haciendo referencia a los marcos teóricos que se adoptan para una capacitación o desarrollo de políticas o programas, la perspectiva de género implica:

- reconocer las relaciones de poder que se dan entre los géneros, en general favorables a los varones como grupo social y discriminatorias para las mujeres;
- que estas relaciones han sido constituidas social e históricamente y son constitutivas de las personas;
- que las mismas atraviesan todo el entramado social y se articulan con otras relaciones sociales, como las de etnia, edad, preferencia sexual, creencias religiosas, entre otras.

En efecto, la perspectiva de género opta por una concepción epistemológica que se aproxima a la realidad desde la mirada de los géneros y sus relaciones de poder, sosteniendo que las relaciones de desigualdad entre los géneros tienen sus efectos de producción y reproducción de la discriminación; adquiriendo expresiones concretas en todos los ámbitos de la cultura: el trabajo, la familia, la política, las organizaciones, el arte, la salud, la ciencia, la sexualidad, la historia.

Es de subrayar, que la mirada de género no está supeditada a que la adopten las mujeres ni está dirigida exclusivamente a ellas, ya que se trata de una cuestión de concepción del mundo, de la vida y de las relaciones de las personas.

A continuación se mencionan algunas de sus principales características y dimensiones:

- es una construcción social e histórica, es decir que puede variar de una sociedad a otra y de una época a otra;

- es una relación social, porque descubre las normas que determinan las relaciones entre mujeres y varones;
- es una relación de poder;
- es una relación asimétrica, ya que en general se configuran como relaciones de dominación masculina y subordinación femenina;
- es transversal, porque atraviesa todo el entramado social articulándose con otros factores como edad, educación, etnia, etc.
- es una propuesta de inclusión, porque las problemáticas que se derivan de las relaciones de género encontrarán resolución si incluyen cambios en las mujeres y también en los varones;
- es una búsqueda de equidad que será posible si las mujeres conquistan el ejercicio del poder en su sentido más amplio, como poder crear, poder dirigir, poder disfrutar, poder saber, etc.

Lamas sostiene que en América Latina no hubo el suficiente debate ni una confrontación teórica al respecto, al menos comparada con la fuerza y visibilidad con que se ha dado en el mundo anglosajón.

Aunque no constituye una categoría cerrada, sino en pleno desarrollo, la perspectiva de género favorece el ejercicio de una lectura crítica y cuestionadora de la realidad para analizar y transformar la existencia de las personas. Dando lugar a nuevas construcciones de sentido para que hombres y mujeres visualicen su masculinidad y su femineidad a través de vínculos no jerarquizados ni discriminatorios.

### **Capacitación de la Ley Micaela y Ejes Para la Ejecución de Programas.**

En la introducción de este trabajo, se ha hecho referencia a la Ley 27.499 “Ley Micaela”, y a la capacitación obligatoria que la misma establece, en la temática de género y violencia contra las mujeres para todas las personas que se desempeñan en la función pública en los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial de la Nación, en todos sus niveles y jerarquías.

También, hemos dejado en claro que la ley encomienda al Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad, como autoridad de aplicación, la responsabilidad de capacitar a las “máximas autoridades” de los tres poderes de la Nación, brindar acceso público y difundir un informe anual que dé cuenta de su implementación.

En este sentido, para efectivizar esta ley, se dio inicio a una serie de sensibilizaciones, encuentros, capacitaciones que, desarrollados dieron cumplimiento a las obligaciones legales que emanan de la normativa: capacitar a las máximas autoridades de los tres poderes del Estado.

Para ello, se desarrolló el Dispositivo de capacitación Ley Micaela Máximas Autoridades que tiene el objetivo de generar revisiones críticas de prácticas e intervenciones estatales poniendo el eje en la importancia de transversalizar la perspectiva de género y diversidad en la gestión. El mismo hace foco en la importancia y la urgencia de que las personas que ocupan lugares de mayor

jerarquía en las estructuras del Estado y que definen el rumbo de las políticas públicas, dimensionen la necesidad de diseñarlas, implementarlas y evaluarlas desde una perspectiva de género y diversidad.

Asimismo, este dispositivo busca que quienes se capacitan puedan dimensionar la consecuencia de no incorporar la mirada de género, que no es otra que la discriminación y la exclusión de vastos sectores de la sociedad, a los que se les ha negado, históricamente, el acceso a derechos fundamentales.

El mencionado dispositivo de capacitación, cuenta con objetivos centrales para su desarrollo, los que a continuación se mencionan.

-Reflexionar sobre la necesidad de promover modos de organización institucional y políticas públicas con perspectiva de género.

-Compartir herramientas teórico-conceptuales para identificar los procesos que dan origen a las desigualdades de género.

-Sensibilizar sobre las múltiples relaciones de poder entre los géneros que se traducen en obstáculos al ejercicio pleno de los derechos.

-Dar a conocer el marco normativo internacional y nacional vinculado a género, diversidad y violencias.

-Concientizar sobre los tipos y modalidades de violencias por motivos de género.

Además, se establecieron junto con la Dirección de Capacitación del Sector Público, lineamientos centrales de la Ley Micaela para el diseño e implementación de dispositivos de formación y de fortalecimiento institucional. Estas directrices permiten poner en marcha una política pública integral, pensada desde la singularidad y para los distintos grados de obligación que la Ley establece.

En ese sentido, se avanzó en el diseño de un “Programa de Contenidos Mínimos Ley Micaela”, que establece un marco teórico y orientaciones pedagógicas a las que deben adecuarse los programas de capacitación impulsados desde el Poder Legislativo, Poder Judicial y Poder Ejecutivo, para garantizar la implementación de esta normativa.

En esa línea, se produjeron los documentos “Lineamientos para la Certificación Ley Micaela” y “Claves para el Traslado de Contenidos a la Práctica”.

En estos documentos se destaca que los programas de formación deben tener en cuenta ejes que son nodales para la forma en que se piensa su ejecución:

-La importancia de que la formación contribuya a transformar la cultura de las organizaciones, haciendo lugar al adecuado abordaje de las situaciones de violencia por motivos de género.

-La necesidad de que la capacitación promueva, dentro de cada organismo, el diseño y ejecución de políticas públicas integrales que apunten a superar las desigualdades de género.

-La importancia de incluir la perspectiva de la diversidad en los contenidos y en el abordaje y comprensión de la problemática de las violencias por motivos de género.

-La importancia de formular propuestas y dispositivos de capacitación situados en los contextos particulares, que aborden la perspectiva de género desde la singularidad de las personas destinatarias en cada ámbito y sector.

Cabe mencionar que, una de las formas de hacer llegar la Ley a los distintos poderes del Estado fue a través del “Curso Virtual ABC – Ley Micaela”. Consiste en una propuesta desarrollada junto a la Subsecretaría de Gobierno Abierto y País Digital, dependiente de la Secretaría de Innovación Pública, y el Instituto Nacional de la Administración Pública (INAP), dependiente de la Secretaría de Gestión y Empleo Público.

Es de destacar, que se trata de una herramienta destinada a promover una primera aproximación a la reflexión colectiva en torno a prácticas y discursos naturalizados que producen las violencias por motivos de género, acercando conceptos básicos sobre el enfoque de género y diversidad.

Este dispositivo fue pensado con el objetivo de establecer un piso mínimo de conceptos y herramientas sobre género y diversidad que permita igualar los puntos de partida entre todas las personas que trabajan en el Estado con sus diferentes trayectorias y recorridos. En línea con estos compromisos se trazaron los siguientes objetivos programáticos:

-Conocer el marco normativo nacional e internacional, como así también los hitos fundamentales en la historia de los derechos de las mujeres y LGBTIQ+.

-Incorporar el enfoque de género en el análisis de las violencias contra las mujeres y LGBTIQ+ para ampliar la visión de la problemática, teniendo en cuenta que se trata de un problema social, una cuestión de salud pública y de derechos humanos.

-Reconocer el mencionado enfoque como central no solo para la prevención de las violencias de género, sino para la definición de toda política pública y su aplicación.

-Identificar los estereotipos de género y las relaciones de desigualdad entre las femineidades y masculinidades, su incidencia en las prácticas profesionales e institucionales e interpelar las prácticas personales que reproducen.

-Conocer herramientas y recursos básicos para identificación y orientación ante casos de violencias de género que tengan lugar en el ámbito laboral.

Es de remarcar, que la formación es una herramienta central para garantizar las transformaciones políticas, culturales y sociales necesarias que desarticulen las estructuras de desigualdad que actualmente sostienen las relaciones sociales entre los géneros.

Fácil es advertir, que queda por delante la enorme tarea de hacer de la Ley Micaela una realidad en cada rincón del Estado para que la perspectiva de género y diversidad sea parte constitutiva de su identidad y así, promover una sociedad más justa e igualitaria para todas las personas.

## **Ley Micaela en la Provincia de Buenos Aires**

El Ministerio de Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual de la Pcia. de Bs. As. –en adelante, Ministerio de las Mujeres-, en su página oficial especifica lo siguiente: “Desarrollamos políticas integrales para la plena igualdad jurídica, social, económica, laboral, política y cultural entre los géneros. Transversalizamos el enfoque de género en el Estado Provincial”. A cargo de esta cartera ministerial está la Ministra Estela Díaz.

Asimismo, en el sitio oficial del Ministerio de Mujeres, se puede encontrar una serie de secciones y entre ellas está la de capacitación, al ingresar a la misma, se puede acceder a un ítem llamado Ley Micaela.

Como ya se ha mencionado, esta Ley provincial N° 15.134 –conocida popularmente como Ley Micaela bonaerense- fue sancionada el 21 de marzo de 2019 y establece la capacitación obligatoria en la temática de género y prevención de violencias contra las mujeres para todas las personas que se desempeñen en la función pública en los tres poderes del Estado Provincial (Ejecutivo, Legislativo y Judicial) cualquiera sea su nivel y jerarquía.

¿Cuál es el rol del Ministerio de Mujeres en las capacitaciones?

El Ministerio de las Mujeres, fue designado por el Poder Ejecutivo Provincial como la Autoridad de Aplicación de la Ley, es decir, es el responsable de certificar la calidad de las propuestas de capacitación presentadas por los Órganos de Implementación de cada uno de los tres poderes del Estado provincial. Son los Órganos de Implementación designados por cada poder los responsables de dictar las capacitaciones.

En el caso del Poder Ejecutivo, el decreto 541/2020 designó al Ministerio de las Mujeres también como Órgano de Implementación. Por lo tanto, en el Poder Ejecutivo el Ministerio realiza sensibilizaciones y cursos para formar formadoras y formadores que luego puedan implementar capacitaciones de género en sus respectivos espacios de trabajo.

Además, por decisión de este Ministerio, se promovió en 2020 la adhesión de los Estados Municipales a la Ley Micaela y se las acompaña en la implementación de la misma. Por lo tanto, al igual que en el Poder Ejecutivo, se realizan diversos cursos para las destinatarias y los destinatarios, como los cursos de Sensibilización, de Formación y de Formación de Formadoras y Formadores para el implemento de la Ley Micaela Bonaerense.

Cabe mencionar, que durante el año 2020, el Ministerio de las Mujeres a través de la Unidad de Formación, Investigación y Políticas Culturales para la Igualdad (UFlyPCI), en coordinación con el Instituto Provincial de la Administración Pública (IPAP), puso en marcha el Curso de Sensibilización y Formación.

Es en este punto que se desea resaltar que el MlySP dando cumplimiento al curso de sensibilización, y adhiriendo a los diversos programas propuestos, ha llevado adelante capacitaciones y actividades con perspectiva de género.



## PROBLEMA DE CONOCIMIENTO

Como expone la fundamentación de este trabajo, las políticas públicas en materia de género, resulta primordial. Pero de igual importancia es la comunicación y difusión de las mismas. En este sentido, el éxito de una política pública se asegura cuando los recursos de información se explicitan tanto hacia los funcionarios públicos vinculados en la implementación, como hacia la población beneficiaria.

Hasta aquí, se podría decir que este trabajo dialoga con la perspectiva de género, la política pública, el Estado Provincial, y en este punto se considera necesario incorporar al diálogo a las RR.PP, a las que la Lic. Natalia Martini<sup>8</sup> define como “[...] conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer vínculos con los distintos públicos [...]”, por su parte Di Génova<sup>9</sup> agrega, “[...] que opera mediante la implementación de estrategias, tácticas y técnicas específicas [...]” y (Harlow, 1976) “[...] y utiliza la investigación, la preparación y la comunicación ética como sus herramientas principales” (pag.36).

Asimismo, cabe señalar que la creciente producción de información, hace necesario el uso de sistemas de gestión de la comunicación cada vez más complejos y profesionalizados. Es aquí donde se pone en relieve la importancia de las RR.PP. Por consiguiente, la comunicación aplicada estratégicamente en pos de visibilizar las políticas públicas y su potencial de transformación, conlleva a presuponer que el éxito estaría dado en base a los recursos de comunicación que se pongan en práctica.

En esa misma línea y tomando por caso el MlySP este trabajo se cuestiona, desde la perspectiva de las RR.PP. como disciplina especializada en comunicar a la institución y sus públicos,

*¿Qué medios y canales se emplean en el MlySP para informar al público interno?  
y ¿Qué estrategias se utilizan para difundir o promocionar las actividades con perspectiva de género y su nivel de efectividad?*

En busca de respuestas, se plantea explorar las estrategias comunicacionales que se han utilizado desde diciembre de 2019 hasta diciembre 2021, en el MlySP, con sede en calle 7 N° 1267 de la ciudad de La Plata.

---

<sup>8</sup> Natalia Martini es Licenciada en Relaciones Públicas e Institucionales de UADE (Universidad Argentina de la Empresa). Es fundadora y editora del Portal de Relaciones Públicas RRPPnet desde el 2001. Ha sido nominada por el Consejo Iberoamericano en Honor a la Calidad Educativa para recibir el "Premio Iberoamericano a la Excelencia Educativa", reconocimiento recibido por su labor y aportes en RRPPnet

<sup>9</sup> Antonio Ezequiel Di Génova es Presidente de REDIRP - Red Iberoamericana de Profesionales en RR.PP. - Director ILCE en Instituto Latinoamericano de Estrategias de Comunicación. Editor de RedRRPP - Conferencista Internacional - Profesor Universitario.

## Hipótesis

*En el marco de la perspectiva de género las estrategias comunicacionales, utilizadas en el MlySP para promocionar las actividades, son ineficaces en relación con el alcance del mensaje.*

## Objetivos

Objetivo General:

Desarrollar un diagnóstico del proceso de comunicación interna utilizado por el MlySP para la difusión y promoción de las políticas públicas con perspectiva de género en las que se enmarca la “Ley Micaela”.

Objetivos Específicos:

- ✚ Reconocer rasgos psicográficos y demográficos en el personal del MlySP y evaluar el grado de conocimiento que existe, en estos actores, respecto de los programas y actividades de género que se realizan en el edificio sede del ministerio.
- ✚ Identificar medios y canales comunicacionales que utiliza el MlySP para difundir las actividades de género en el marco de la Ley Micaela. Determinar los flujos de la comunicación interna y reconocer las barreras comunicacionales.
- ✚ Explorar las estrategias comunicacionales y conocer la estructura de los mensajes que utiliza el MlySP para visibilizar, ante el público interno, la política pública de género.
- ✚ Desarrollar una estrategia comunicacional con el propósito de optimizar la comunicación interna y visibilizar las actividades de género que se realizan en el MlySP en el marco de la Ley Micaela.

## MARCO METODOLÓGICO

### Tipo de Investigación

Se plantea una investigación del tipo teórica que a su vez utiliza el caso de estudio. Para realizar este trabajo se propone analizar las estrategias comunicacionales utilizadas en el MlySP, en pos de visibilizar las actividades con perspectiva de género y conocer si existe la promoción interna de éstas; lo que permitirá verificar y evaluar si con la aplicación de estas estrategias, se obtuvieron los resultados esperados. Asimismo, en el desarrollo del estudio no se intentará modificar alguna variable, por lo que se puede afirmar que es de tipo no experimental; sólo se observarán situaciones y fenómenos tal como se encuentren en su contexto y bajo condiciones específicas para después analizar los datos y realizar conclusiones.

Respecto de la profundidad de la investigación, ha de ser descriptiva en pos de conocer la eficiencia de las estrategias utilizadas; para posteriormente elaborar un diagnóstico y una propuesta.

En cuanto a la naturaleza de la investigación será empírica, ya que se trata de analizar la implementación de estrategias comunicacionales en un tiempo (2019-2021) y lugar (MlySP) determinado.

### Diseño de la Investigación

Desde su carácter será mixta, ya que la investigación tiene un diseño documental y de campo.

Documental porque se consultarán fuentes escritas como libros, revistas, anuarios, entre otras.

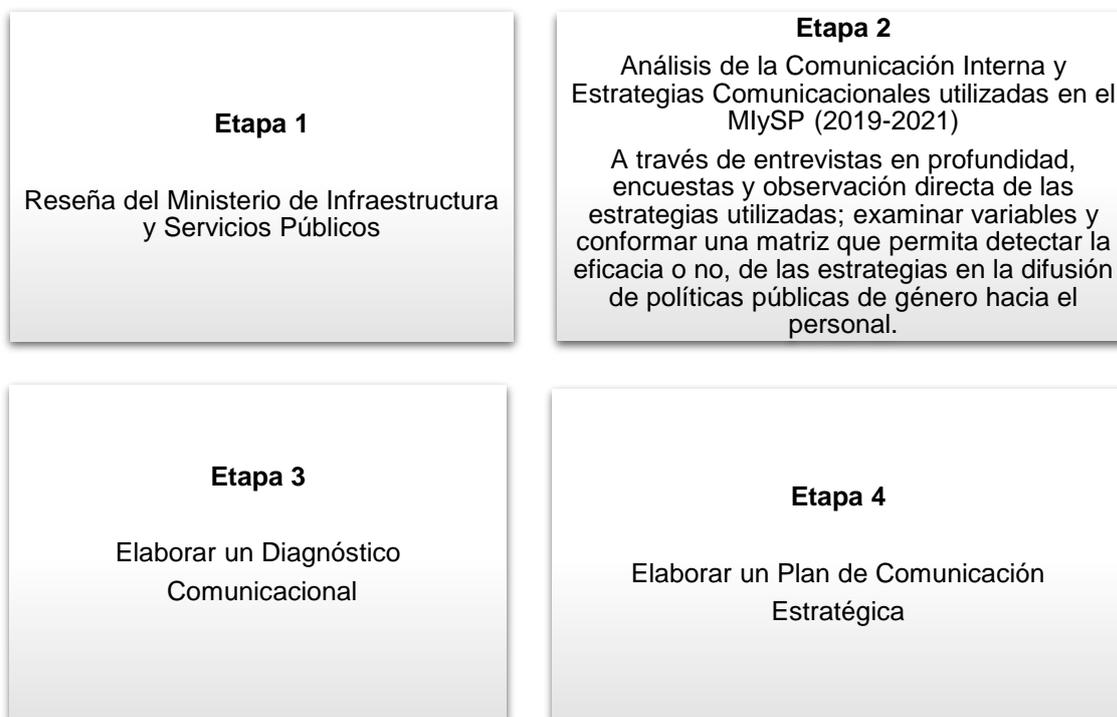
De campo porque se diseñarán instrumentos que recojan la información de fuentes primarias, que luego se van a analizar e interpretar. Esto indica que se estará trabajando con un universo de personas (funcionarios jerárquicos, personal administrativo, entre otros) para tomar posteriormente una muestra representativa y aplicando los instrumentos correspondientes, obtener la información o datos que se deben tabular y analizar.

Las fuentes a utilizar serán Primarias a través de relevamientos propios, encuestas y entrevistas, lo que aportará información cuali y cuantitativa al indagar y trabajar en lo que las unidades de análisis expresen de la vida institucional del MlySP, y Secundarias a partir de informes y documentos.

## Estrategia Metodológica

Se plantean cuatro instancias de la investigación.

Tabla 5: Etapas de la investigación. Fuente: Elaboración propia.



## Variables

La variable es una propiedad que puede variar adquiriendo ciertos valores y esa variación es susceptible de medirse.

- *Identidad*

Las dimensiones escogidas serán: género o identidad autopercebida, edad, nivel de estudios, antigüedad laboral, rol-status). Esta variable permitirá conocer a quiénes se están dirigiendo los esfuerzos de la estrategia comunicacional.

- Género o identidad autopercebida.

Esta dimensión estará definida por tres categorías de género: masculino, femenino, no binario.

- Edad

Esta dimensión estará definida por bloques etarios de 19-30, 31-50 y más de 50; para poder identificar de manera clara a la población de estudio.

- Nivel de estudios alcanzado

Entre las categorías a utilizar estarán: primario, secundario, terciario, universitario, posgrado.

- Antigüedad laboral

Es el tiempo de servicio efectivo que un trabajador tiene en su lugar de trabajo desde el momento de su vinculación laboral. Esta dimensión se elige porque permitirá determinar si existe relación o no, entre el grado de conocimiento de su lugar de trabajo y las actividades de género que se desarrollan en el mismo, de acuerdo al tiempo que la persona tiene asistiendo a su lugar de trabajo. Esta variable estará definida por categorías: 0-10, 11-20, 21-30, 31 o más años de antigüedad laboral.

- Grupo al que pertenece Rol-Status

Miguel Mónaco (2012) menciona que el status es el nivel o posición de una persona en un grupo dentro de la estructura social de acuerdo a sus privilegios y obligaciones. El rol, en cambio, es el comportamiento esperado de una persona que adquiere un status particular. Es el desempeño de los privilegios y obligaciones del status. Una misma persona puede ocupar diferentes status en función del contexto en que se relaciona o del grupo en el que se desempeña.

Con esta dimensión se buscará identificar y clasificar a las personas encuestadas para tener una imagen más clara de a quiénes se están dirigiendo los esfuerzos de la estrategia comunicacional, abarcará las categorías de: personal jerárquico, personal administrativo, personal de maestranza y personal de seguridad.

- *Alcance del mensaje:*

Las dimensiones escogidas serán: mensaje, barreras comunicacionales, medios y difusión. Esta variable abarcará todo el contexto del proceso comunicativo, ya que existen muchos factores que pueden interferir en la emisión y recepción del mensaje.

- Mensaje

Es la información a ser transmitida. Esta dimensión se escoge para analizar la forma en que se estructuran los mensajes y determinar si son aptos para cada audiencia.

- Barreras comunicacionales

Esta dimensión está destinada a identificar los obstáculos que puedan surgir en el proceso comunicativo, impidiendo que el mensaje sea interpretado correctamente por el destinatario. Estas barreras pueden ser: personales o psicológicas, generadas por hábitos, cultura o prejuicios; barreras físicas, interferencias reales y físicas que se producen en el ambiente de la comunicación; barreras semánticas, surgen en la comunicación debido a una incorrecta interpretación de los signos del código.

- Medios

Los medios son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar de manera masiva. Con esta dimensión se busca identificar los canales utilizados por el MlySP para difundir información y se analizan para determinar si son eficaces en la forma en que se están utilizando. Asimismo, considerando las preferencias de las personas encuestadas y las condiciones

comunicacionales del ministerio se evaluará la factibilidad de utilizar nuevos medios.

- Difusión

Esta dimensión buscará explicar las formas de difusión y promoción de los eventos, capacitaciones y actividades con perspectiva de género que se realizan en el MlySP, para así tratar de identificar las posibles fallas en el proceso.

- *Participación*
- En las actividades

Esta dimensión buscará analizar cuáles son los aspectos que hacen a las actividades más interesantes y motivan la asistencia de las personas encuestadas. Además, si las estrategias utilizadas actualmente promueven la participación del personal.

- En el acceso a la información

Esta dimensión buscará analizar los gustos y preferencias y si este punto afecta o interfiere en la recepción de la información.

### Operacionalización de las Variables

Tabla 6: Operacionalización de Variables. Fuente: elaboración propia.

Variables	Dimensiones	Indicador	Unidades o categorías	Items
Identidad	Nivel de estudios alcanzado	Título obtenido de alguna institución educativa	a)Primario b)Secundario c)Terciario d)Universitario d)Posgrado	3)Indique el nivel de estudios alcanzado
	Sexo/Identidad autopercebida	Género humano	a)Femenino b)Masculino c)No binario	1)Indique sexo/identidad autopercebida
	Edad	Años de vida	Número de años	2)Indique edad
	Antigüedad laboral	Años de trabajo	Número de años	4)Indique antigüedad laboral
	Rol-Status	Pertenencia a un grupo	a)Personal Jerárquico b)Personal administrativo c)Personal de maestranza d)Personal de seguridad	5)Indique al grupo al que pertenece rol-status

Variable	Dimensiones	Indicador	Unidades o categorías	Items
Participación	En las actividades			6) ¿Asiste a las actividades con perspectiva de género organizadas por el MlySP? 7) ¿Las actividades con perspectiva de género organizadas por el MlySP le resultan interesantes? 8) Ordene las siguientes actividades de acuerdo a su interés en participar en las mismas. (Utilice números del 1 al 5, considerando que 1 es el valor de más interés) 9) ¿Con qué frecuencia asiste a las actividades con perspectiva de género realizadas por el MlySP? 10) ¿Cuáles considera que son aspectos positivos de las actividades con perspectiva de género a las que asistió? 11) ¿Cuáles considera que son aspectos negativos de las actividades con perspectiva de género a las que asistió? 12) ¿Qué aspectos incorporaría a las actividades para hacerlas más atractivas/interesantes? 13) ¿Qué actividades con perspectiva de género quisiera que se integraran a las que ya se realizan en el MlySP?
	En el acceso a la información			16) Considere el planteo que se presenta a continuación y menciones si cree que está de acuerdo: "El MlySP brinda información acerca de los eventos, programas, capacitaciones con perspectiva de género que se realizan en el organismo estatal". 19) ¿Cómo se entera de los eventos? 20) ¿Cuál es el principal medio que utiliza para informarse de los eventos? 21) ¿Con qué frecuencia accede a este medio?

Variable	Dimensiones	Indicador	Unidades o Categorías	Ítems
Alcance del mensaje	Mensaje	Estructura del mensaje	Claridad del mensaje Cantidad de información	17) ¿Considera que la información referente a las actividades con perspectiva de género realizadas, es clara? 18) ¿Considera que la información referente a las actividades con perspectiva de género, es completa?
	Difusión	Metodología para difundir los eventos y actividades		24) ¿Considera que a las actividades con perspectiva de género realizadas en el MlySP se les está realizando una difusión efectiva? 25) ¿Conoce con cuánto tiempo de anterioridad se publican las fechas de las actividades con perspectiva de género en el MlySP? 26) ¿Con cuánto tiempo de anterioridad le gustaría recibir información de las actividades con perspectiva de género organizadas por el MlySP?
	Barreras comunicacionales	Tipos de barreras existentes	Físicas, fisiológicas, semánticas, etc.	27) ¿Considera que recibe suficiente información acerca de las actividades con perspectiva de género organizadas por el MlySP? 28) ¿Considera que la información que le llega respecto de las actividades con perspectiva de género, es correcta y oportuna? 29) ¿Cuáles considera que son las razones por las que no recibe la información de las actividades con perspectiva de género organizadas por el MlySP?

<p><b>Alcance del mensaje</b></p>	<p><b>Medios</b></p>	<p><b>Medios utilizados</b></p>	<p><b>Por compañeros de trabajo, página web, carteles informativos, redes sociales, correo electrónico, medios impresos</b></p>	<p>14) ¿Conoce cuáles son los medios oficiales de difusión de información utilizados por el MlySP?                  15) Nombre alguno de los medios oficiales. 22) Indique en orden de interés, los medios que utiliza regularmente en su vida cotidiana (utilice los números del 1 al 9 considerando que el 1 es de mayor interés y no coloque nada si no utiliza el medio)                  23) ¿A través de qué medios le gustaría obtener información sobre las actividades con perspectiva de género realizadas en el MlySP?</p>
-----------------------------------	----------------------	---------------------------------	---	---

Este trabajo de investigación abarcará 4 (cuatro) unidades de análisis distintas que servirán para recolectar información y entre todas, engloban la población del ministerio. El objeto que se quiere alcanzar con estas muestras es la riqueza, profundidad y calidad de la información y no la cantidad.

**Unidades de Análisis (UA):** Las UA que se considerarán, para ser observadas por ser fuentes relevantes para la obtención de información para la investigación, son las personas que desempeñan su actividad laboral en el edificio sede del MlySP. UA1: personal jerárquico, UA2: personal administrativo, UA3 personal de maestranza y UA4: personal de seguridad.

Se abordará a estas unidades de análisis mediante una encuesta en la que las personas encuestadas, al responder las preguntas del instrumento, brindarán al proyecto datos relevantes a cerca del conocimiento y la percepción que tiene cada persona con respecto a: actividades con perspectiva de género, capacitaciones, los canales de difusión de la información, qué medios son utilizados por estas personas, entre otros. Se considera que nadie mejor que la persona involucrada para dar a conocer su parecer con respecto a lo que ha experimentado y vivido en el lugar de trabajo.

**Muestra:** La muestra es un "subconjunto representativo de un universo o población" (Morales, 1994, p.54). Es decir que es una pequeña parte del universo de estudio, que la investigadora selecciona y a partir de la cual plantea generalizaciones. En este caso será no probabilística, ya que las personas entrevistadas en profundidad serán seleccionadas por la investigadora.

En ese sentido, para la realización de este trabajo se realizarán entrevistas en profundidad a la Lic. Lucila Martínez, a cargo de la Dirección de Comunicación, asimismo a la Cra. Natalia Arocena, a cargo de la Mesa Interministerial de

Mujeres y a la Lic. Nayla Siancha, Directora Provincial de la Unidad de Coordinación y Ejecución de Proyectos de Obra (UCEPO) y a cargo del área de Presupuesto para utilizar en Género del MlySP. La información obtenida ayudará a contextualizar el marco referencial y a entender la situación general del ministerio.

Así mismo la muestra será de tipo casual o accidental puesto que las encuestas se realizarán en el MlySP a un grupo determinado, en un tiempo determinado pero lógicamente las personas que no asistan al ministerio en ese tiempo no formarán parte de este estudio.

### **Diseño de la Encuesta**

El instrumento (ver modelo de encuesta en el anexo II) está compuesto por 30 (treinta) preguntas, de fácil comprensión y rápida respuesta, que se describen a continuación:

- 9 (nueve) preguntas dicotómicas de tipo cerradas con opción SI y NO
- 7 (siete) preguntas de selección simple
- 2 (dos) preguntas de jerarquización
- 3 (tres) preguntas de selección múltiple
- 8 (ocho) preguntas abiertas
- El último punto es de comentarios, observaciones y sugerencias

El cuestionario se diseñó de modo que:

- La primera parte está destinada a identificar rasgos psicográficos y demográficos del personal
- Las siguientes preguntas buscan reflejar su participación y nivel de interés hacia las actividades con perspectiva de género que se realizan en el MlySP.
- En la siguiente sección de preguntas se intenta reflejar la participación y el nivel de interés hacia los medios de difusión de la información.
- Se destinan preguntas para identificar la efectividad de la difusión de las actividades con perspectiva de género.
- Se plantea una serie de preguntas para detectar las posibles barreras comunicacionales.
- Se estableció un último punto como espacio para recibir comentarios, observaciones y sugerencias que la persona desee realizar con respecto a la temática de género.

## CAPÍTULO I

### Reseña del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos

Esta breve reseña nos ayudará a contextualizar el organismo estatal, su funcionamiento y su relación con la perspectiva de género.

El Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos es el organismo que se encarga de generar políticas necesarias para la planificación, ejecución y control de las obras públicas, del urbanismo y la vivienda en el marco de la provincia de Buenos Aires de la República Argentina. Además, el Ministerio tiene bajo su órbita la prestación de servicios públicos.

El MlySP, funciona en un edificio ubicado en Calle 7 N° 1267 entre 58 y 59 de la ciudad de La Plata. CP (1900).

Al visitar la página oficial del MlySP se puede encontrar la siguiente descripción de funciones: “Asistimos en la planificación, ejecución y control de las obras públicas, políticas de urbanismo y vivienda y prestación de los servicios públicos de la Provincia”.

En este contexto, con fecha 29 de enero del año 2020, el acto administrativo NO-2020-02190658-GDEBA-DTAMIYSPGP, Referencia: ESTRUCTURA MIYSPGP<sup>10</sup> da a conocer la estructura del ministerio.

De acuerdo al mencionado acto administrativo, el MlySP cuenta con seis Subsecretarías, 4 (cuatro) Unidades: de Planificación, de Coordinación, de Observatorio y la U. Ministro. Asimismo, posee 18 (dieciocho) Direcciones Provinciales, 46 (cuarenta y seis) Direcciones de línea y 8 (ocho) Juzgados Administrativos de Infracciones de Tránsito Provincial. Además cuenta con los organismos descentralizados: ABSA, AUBASA, CCASA, BAGSA, OCEBA, EPCTP, VTV, ADA, COMIREC, COMILU, IVBA, DVPB, PROFIDE.

Autoridades (2019 - 2021)

Ministro de Infraestructura

Lic. Agustín Simone

Subsecretaría Técnica, Administrativa y Legal

Dr. Fernando Maresca

Subsecretaría de Obras Públicas

Ing. Ernesto Selzer

Subsecretaría de Recursos Hídricos

Ing. Guillermo Jelinski

Subsecretaría de Transporte

Lic. Alejo Supply

Subsecretaría de Planificación y Evaluación de Infraestructura

Arq. Ignacio Negroni

Subsecretario de Energía

Lic. Gastón Ghioni

---

<sup>10</sup> Ver el acto administrativo completo y organigrama, en el anexo I.

En este punto nos detendremos para conocer la forma en que se vincula el MlySP con la perspectiva de género.

De acuerdo a una publicación periodística del 8M del 2021<sup>11</sup>, desde el primer día de gestión, el Ministerio de Infraestructura está abocado a la tarea de incorporar la perspectiva de género como eje transversal.

Estas iniciativas se vieron fortalecidas este año al contar con una asignación presupuestaria específica y la creación del “Programa para la Equidad de Género del MlySP” en articulación con el Ministerio de las Mujeres, Políticas de Géneros y Diversidad Sexual. El objetivo principal del mencionado programa es promover la representación equitativa de mujeres y hombres y la inclusión de la igualdad de género en la agenda de las discusiones, así como en los planes, programas, proyectos, y acciones que sean impulsados.

En este contexto, el 11 de agosto de 2020, en virtud de abrir la capacitación de la Ley Micaela en el MlySP, el Ministro Simone expresó: “Es un aprendizaje que tenemos que tener todos, que es necesario y este ministerio tiene un gran desafío porque se considera a la obra pública como un espacio puramente masculino”, y agregó que “es nuestra responsabilidad cambiar esa perspectiva. Es una ley y hay que cumplirla. El gobernador está comprometido con generar condiciones de igualdad en todos sus ministerios”.

Continuando en esta línea, este año también se promovió la participación activa de las trabajadoras en una Mesa de Mujeres donde se presentan problemáticas e iniciativas, en un contacto directo y permanente con las autoridades.

A su vez, se trabajó en la detección y acompañamiento de situaciones de violencia por motivos de género en el ámbito laboral, tomando acciones inmediatas ante los casos denunciados.

Desde el MlySP consideran que un Estado presente es lo que se necesita para poder conseguir la equidad de género por la que se viene luchando desde hace tiempo. En ese sentido se han logrado muchas conquistas en el último tiempo, pero todavía falta mucho.

---

<sup>11</sup> Ver nota completa en el Anexo III.

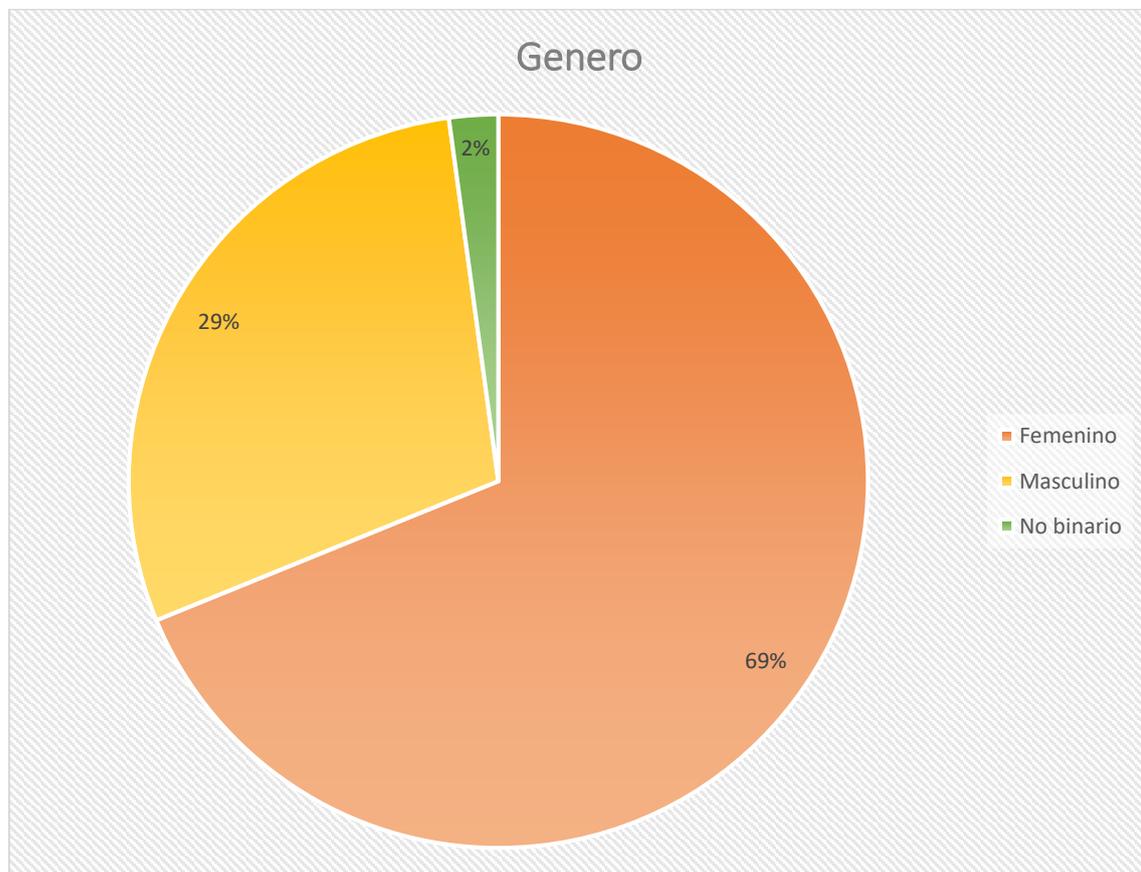
## CAPÍTULO II

### Análisis de las Encuestas

A continuación se prosigue con el análisis de los datos obtenidos en las encuestas realizadas.

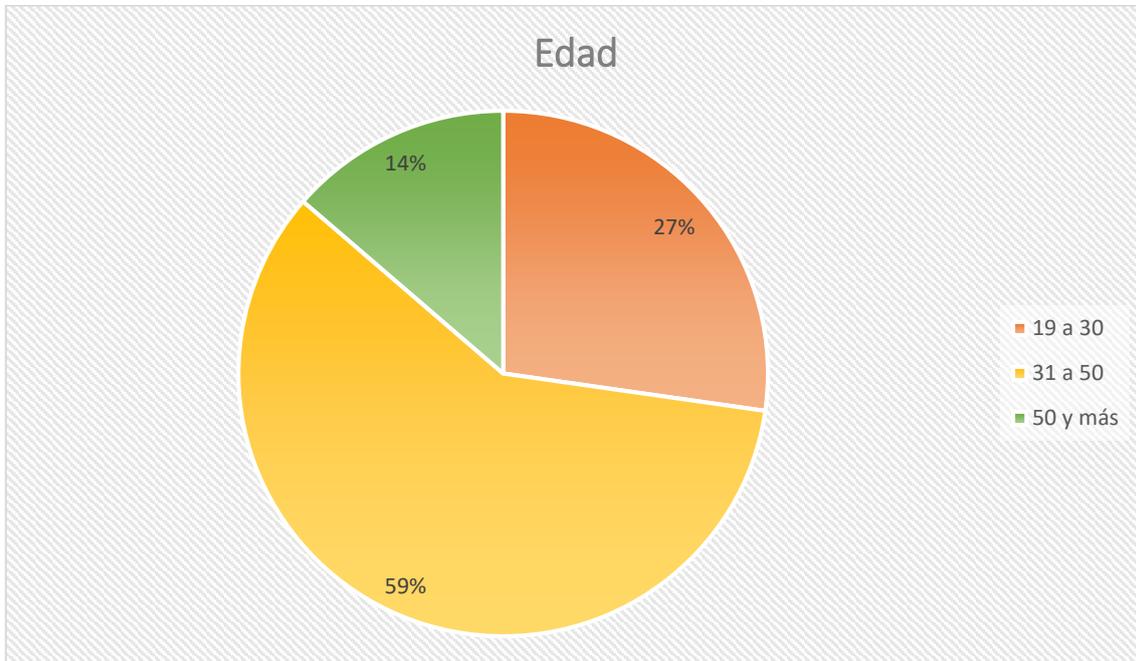
1- La muestra abarcó un total de 67 personas, lo que será considerado como universo de estudio, siendo el 69% de las personas encuestadas identificadas con el género femenino, un 29% con el género masculino y un 2% corresponde a quienes se perciben como no binarios.

Gráfico N°1



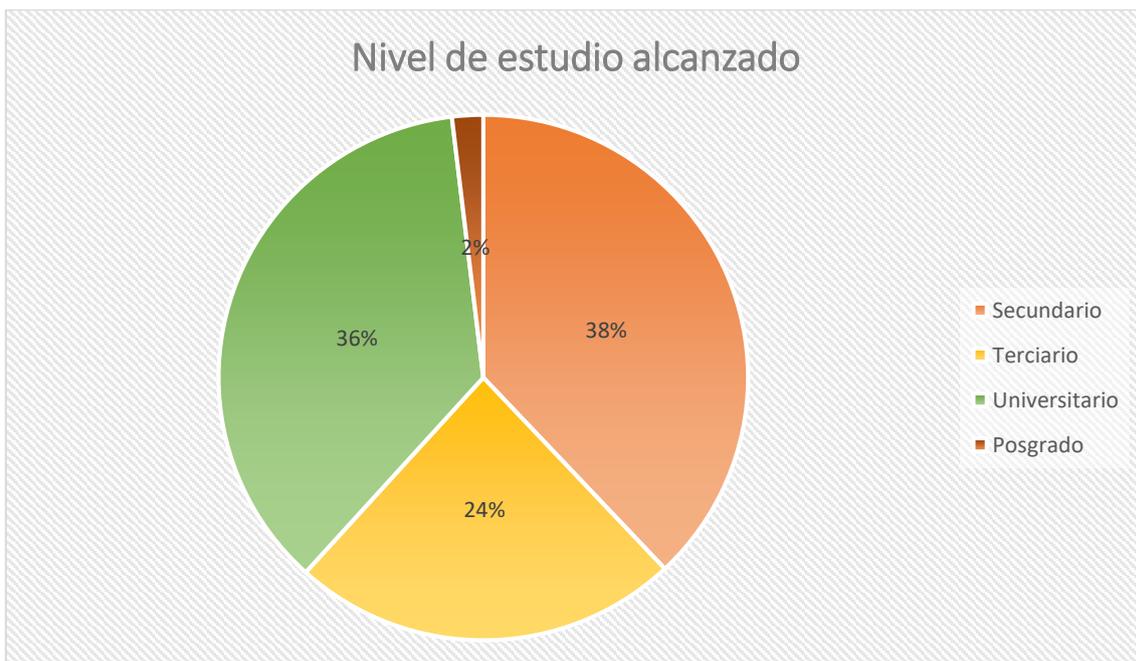
2- Del total de las personas encuestadas, el 59% se ubica en el rango de 31 a 50 años, un 27% corresponde a personas entre 19 y 30 años y un 14% a quienes tienen 50 años o más.

**Gráfico N°2**



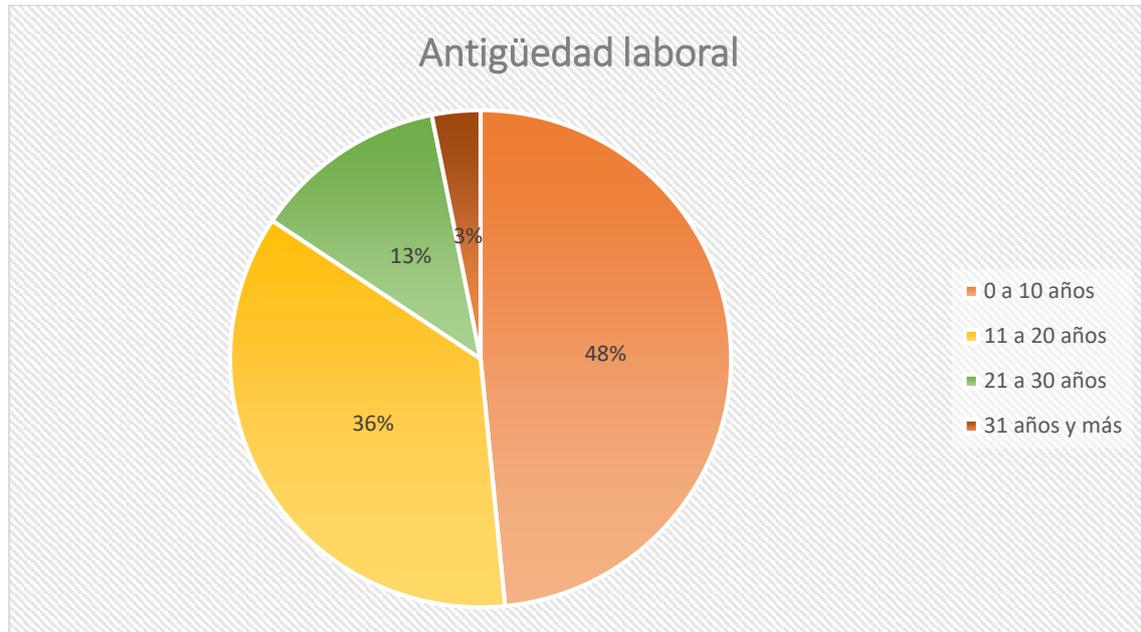
3- Con respecto al nivel de estudio alcanzado, el 38% ha completado el secundario, un 24% cuenta con estudios terciarios, un 36% finalizó la universidad y un 2% ha realizado estudios de posgrado.

**Gráfico N°3**



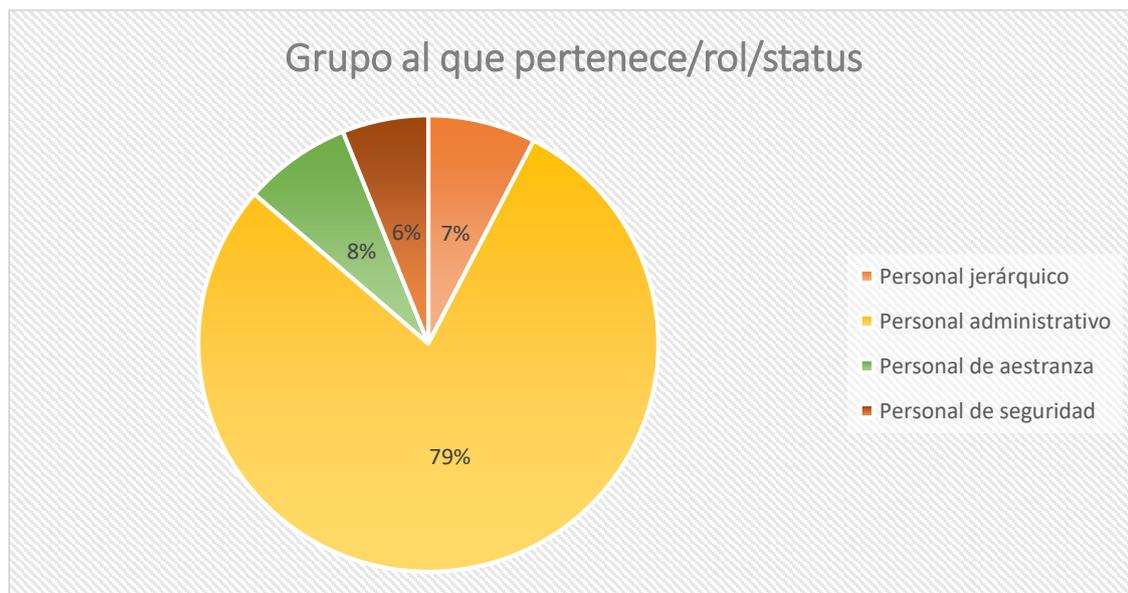
4- Con respecto a la antigüedad laboral de las personas encuestadas, el 48% corresponde a personas que tienen hasta 10 años en el ministerio, el 36% corresponde a quienes cuentan con hasta 20 años de trabajo en el sector, un 13% posee una antigüedad de hasta 30 años y un 3% cuenta con 31 años o más desempeñándose en el organismo estatal.

**Gráfico N°4**



5- Del total de las personas encuestadas, el 7% es personal jerárquico, el 79% se desempeña como administrativo, un 8% es personal de maestranza y un 6% personal de seguridad.

**Gráfico N°5**



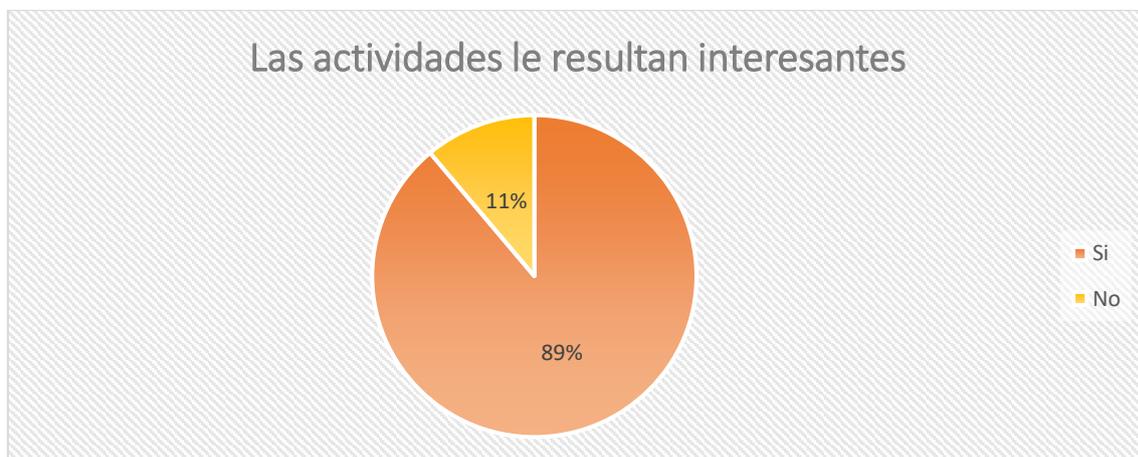
6- Las personas, al ser consultadas por su asistencia a las actividades de género organizadas por el MlySP, el 72% respondió que no asiste y un 28% dijo que sí asiste. En ese sentido, entre los motivos aducidos por los cuales no asisten se encuentran los siguientes: no estaba enterada, no me llegó ninguna difusión al respecto, no son de mi interés, no he recibido información de actividades que se desarrollen en el ámbito del ministerio, desconozco actividades relacionadas, no llegan las convocatorias, no tengo conocimiento de las mismas, en ocasiones por falta de tiempo, nunca me invitaron, etc.

**Gráfico N°6**



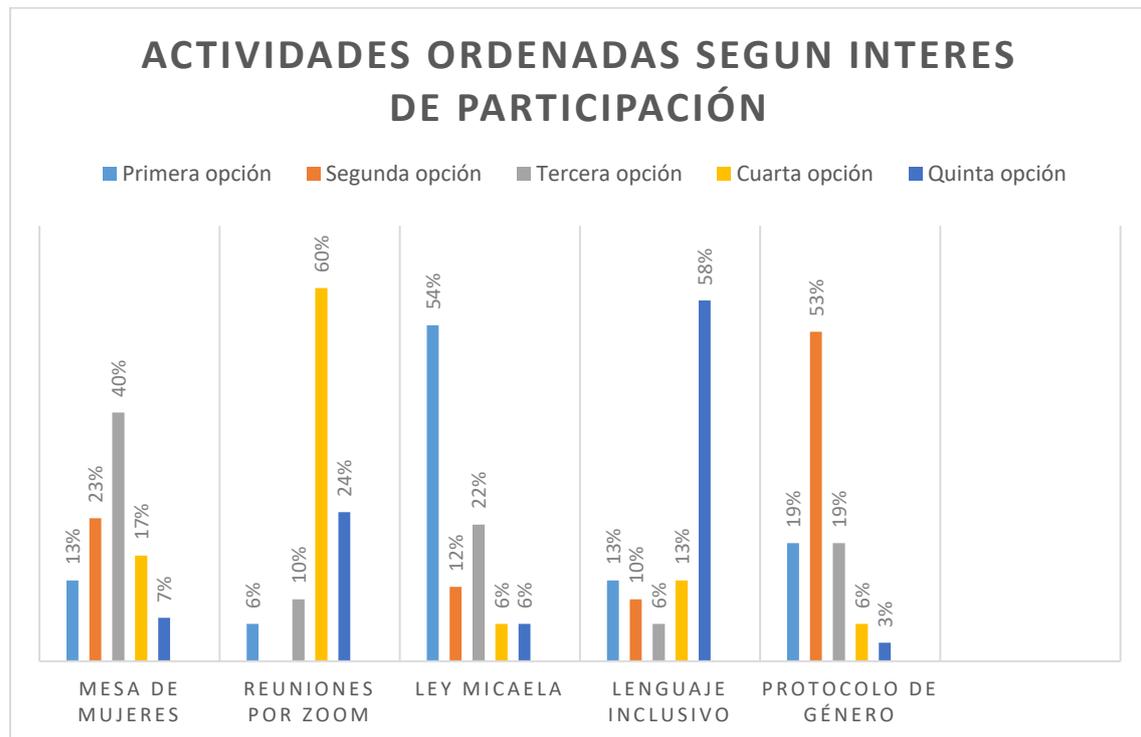
7- Las personas que asisten a las actividades de género organizadas por el MlySP, al ser consultadas con respecto a si le resultaban interesantes, el 89% respondió que sí y el 11% dijo que no. Entre las respuestas se encuentran: sí me parece interesante que se incorpore a actividades cotidianas para visibilizar una perspectiva diferente, la única que nos convocaron fue la capacitación de la Ley Micaela y considero que no se le dio la importancia que debería tener.

**Gráfico N°7**



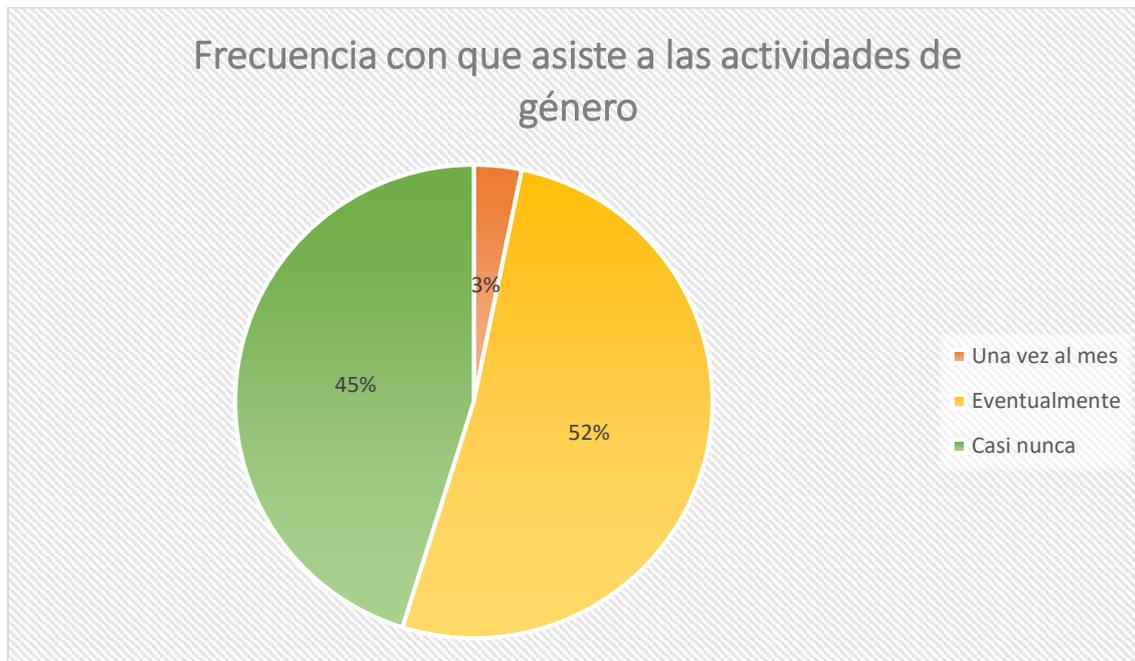
8- En esta consigna se le propone a las personas encuestadas, ordenar actividades con perspectiva de género según el interés de participación en las mismas. En el gráfico que a continuación se presenta, se puede apreciar que ha sido considerada como primera opción la Ley Micaela con un 54%. Como segunda opción, con un 53% la implementación de un protocolo de género en el ministerio. La tercera opción con un 40% es la mesa de mujeres. Sostenida por un 60% como cuarta opción son las reuniones de género por zoom, y elegida por el 58% de las personas encuestadas, como quinta opción en el orden de prioridades es la implementación del lenguaje inclusivo.

**Gráfico N°8**



9- Las personas encuestadas al ser consultadas con respecto a su asistencia a las actividades de género organizadas por el MlySP respondieron, que asisten una vez al mes un 3%, asisten eventualmente un 52% y casi nunca un 45%.

**Gráfico N°9**



10- Al consultar a las personas encuestadas con respecto a cuáles considera que son aspectos positivos de las actividades con perspectiva de género a las que asistió, entre las respuestas surgieron los siguientes conceptos: visibilización de problemáticas, situaciones, conflictos vividos por las compañeras; no asistí a ninguna en el ministerio pero sé de otras y las considero indispensables tanto para masculinidades como para femeneidades; los temas, los problemas son muchos y diversos y es necesaria la capacitación, debate y contención; informar a empleados y personal jerárquico sobre protocolos; la posibilidad de encuentro con las compañeras interesadas en el tema; se visibiliza la problemática, se comparten experiencias y estrategias de abordaje; la información que fluye en el grupo y la retroalimentación; surgen ideas y propuestas que luego se irán implementando; la puesta en común de la problemática de género; la escucha; reconocernos en los mismos problemas; visibilización y contención; participé de la marcha Ni Una Menos, fue emotiva y nos fortalecimos para seguir avanzando en las capacitaciones, hacer frente a la problemática de género.

11- Al consultar a las personas encuestadas con respecto a cuáles considera que son aspectos negativos de las actividades con perspectiva de género a las que asistió, entre las respuestas surgieron los siguientes conceptos: que sean sólo dirigidas a mujeres, las masculinidades también deben ser parte de la construcción de nuevas formas de trabajar; la falta de compromiso en la continuidad; ningún aspecto negativo; en pandemia éramos pocas; el lenguaje inclusivo; que son solamente hacia la mujer; no me gusta cuando se enfoca en

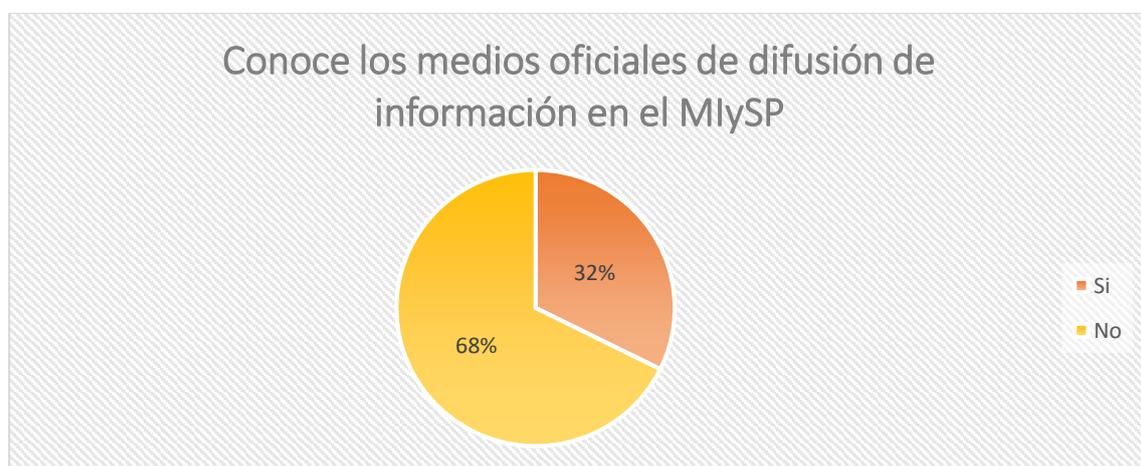
exaltar la toma del género femenino menoscabando al género masculino, pienso que se tienen que complementar; falta más información en la temática; la poca participación del personal del ministerio; se hace demasiado hincapié en lo feminista; debería ser una convocatoria más amplia; falta dar a conocer las actividades.

12- Las personas encuestadas sobre qué aspectos incorporarían para hacer que las actividades sean más atractivas o interesantes, expusieron lo siguiente: que sean muy difundidas, culturales, interdisciplinarias, que interpelen desde los problemas más cotidianos a los más estructurales; generar un ámbito de discusión; más difusión y planificación para que al personal le resulte cómoda la asistencia; encuentros presenciales, charlas a cargo de personas idóneas, audiovisuales; que sean relacionadas con la tarea para que llegue a más personas; brindar mayor difusión e información de las actividades; la ejemplificación con casos verídicos; que las actividades sean cotidianas; mayor frecuencia en charlas y capacitaciones; mayor compromiso; talleres y debates para todo el personal; talleres mixtos para enriquecer el debate; etc.

13- En esta consigna se invita a la persona encuestada a proponer actividades con perspectiva de género que quisiera que se integraran a las que ya se realizan en el MlySP, seguidamente las respuestas: charlas mensuales, muestras de arte con perspectiva; las que vinculen el derecho al hábitat con la feminización de la pobreza, las tareas de cuidado, la deuda, y propuestas y/o líneas de acción para el abordaje en la gestión estatal; difusión en las oficinas; capacitaciones en ámbitos laborales; una bolsa de trabajo; actividades que promuevan derechos de trabajadoras; casos reales; que la capacitación en género sea masiva y permanente; talleres semanales en las oficinas; actividades que permitan interactuar con más personas con respecto a las problemáticas de género; charlas y talleres a cargo de psicólogas y médicas; más capacitaciones e implementar el protocolo y hacerlo público; defensa personal; actividades y capacitaciones convoquen por igual a hombres y mujeres; transversalizar la política de género a la obra pública.

14- En este punto se consultó a las personas encuestadas si conocen los medios oficiales de difusión de la información utilizados por el ministerio, el 68% respondió que no y un 32% dijo conocerlos.

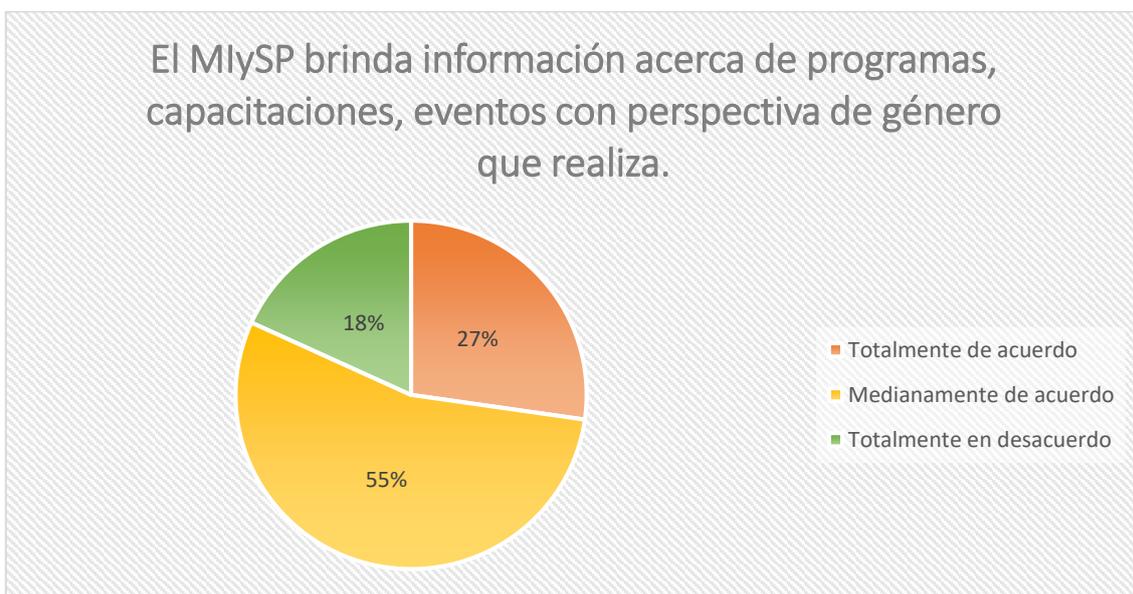
**Gráfico N°10**



15- En este punto de la encuesta se les propone a las personas nombrar alguno de los medios oficiales de difusión de información utilizados por el ministerio. A continuación se detallan los medios mencionados: Instagram, Twitter, página web oficial, celular, mail, el Instagram del MlySP, carteleras, boletín oficial, redes sociales.

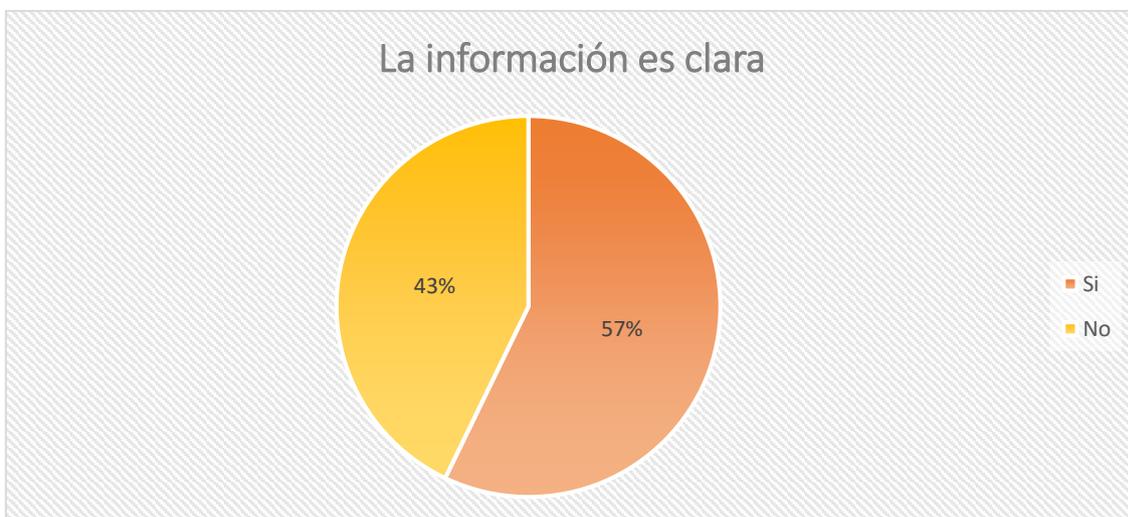
16- Esta consigna propone a la persona encuestada el siguiente planteo debiendo luego, considerar si está de acuerdo: “El MlySP brinda información acerca de los eventos, programas, capacitaciones con perspectiva de género que se realizan en el organismo estatal”. En el gráfico se puede observar que el 27% está totalmente de acuerdo, el 55% se manifiesta medianamente de acuerdo y un 18% dice estar totalmente en desacuerdo.

**Gráfico N°11**



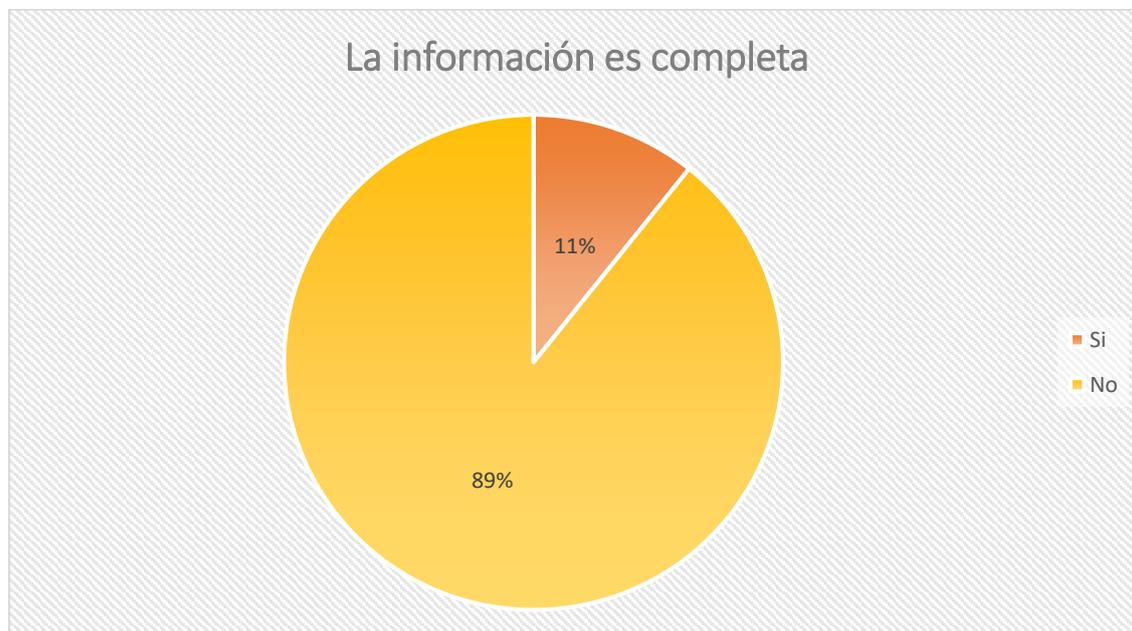
17- Al consultar a los encuestados si la información referente a las actividades con perspectiva de género es clara, el 57% respondió que sí y un 43% dijo que no.

**Gráfico N°12**



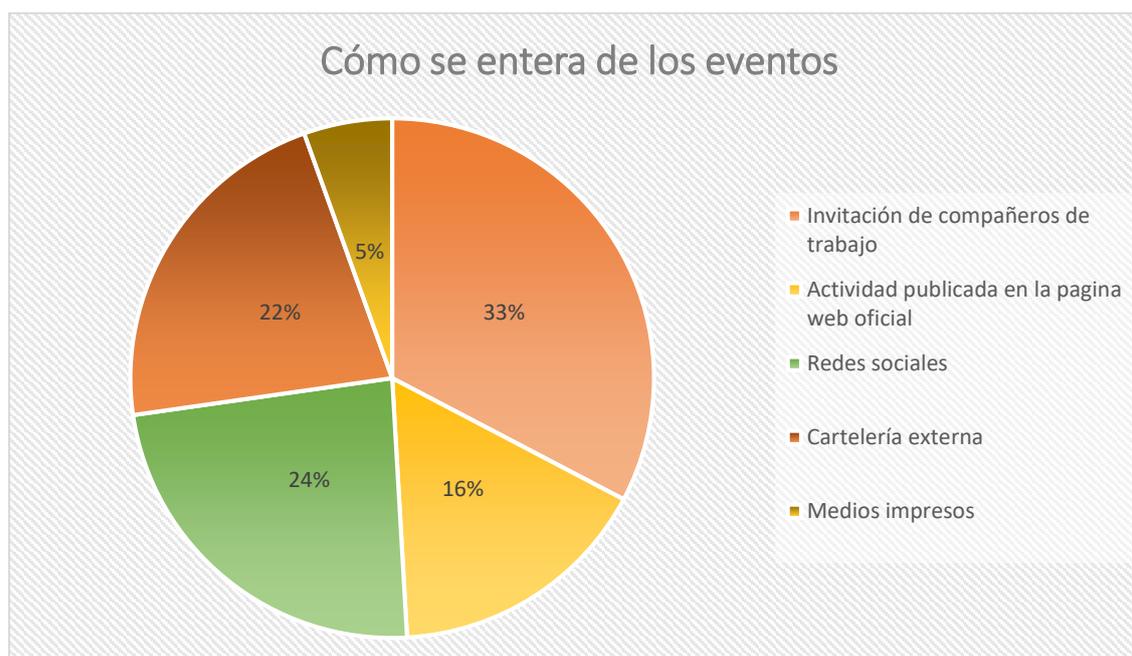
18- Al consultar a los encuestados si consideran que la información referente a las actividades con perspectiva de género realizadas es completa, respondieron que no un 89% y que sí un 11%.

**Gráfico N°13**



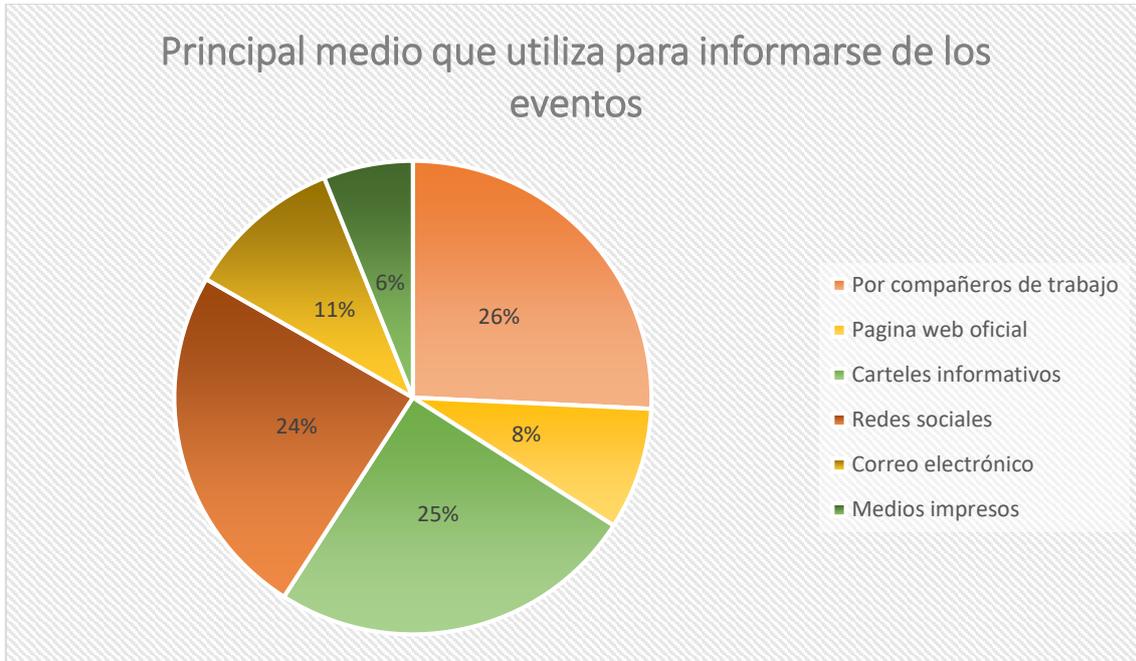
19- Las personas encuestadas fueron consultadas sobre cómo se enteran de los eventos que se realizan en el ministerio, el resultado fue el siguiente, el 33% a través de invitaciones de sus compañeros de trabajo, un 24% por las redes sociales, un 22% por medio de la cartelera externa, el 16% por actividad publicada en la web oficial y el 5% restante por los medios impresos.

**Gráfico N°14**



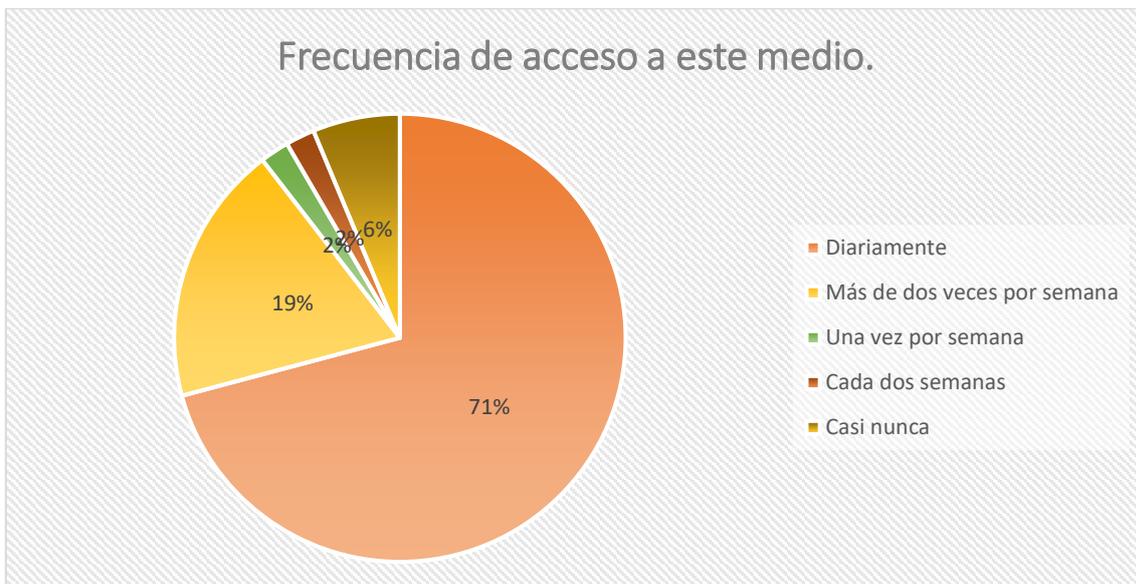
20- Las personas encuestadas fueron consultadas con respecto a cuál es el principal medio que utiliza para informarse de los eventos. El resultado fue el siguiente, el 26% por compañeros de trabajo, 25% a través de carteles informativos, el 24% se informa de los eventos por medio de las redes sociales, un 11% por correo electrónico, un 8% por página web oficial y un 6% por medios impresos.

**Gráfico N°15**



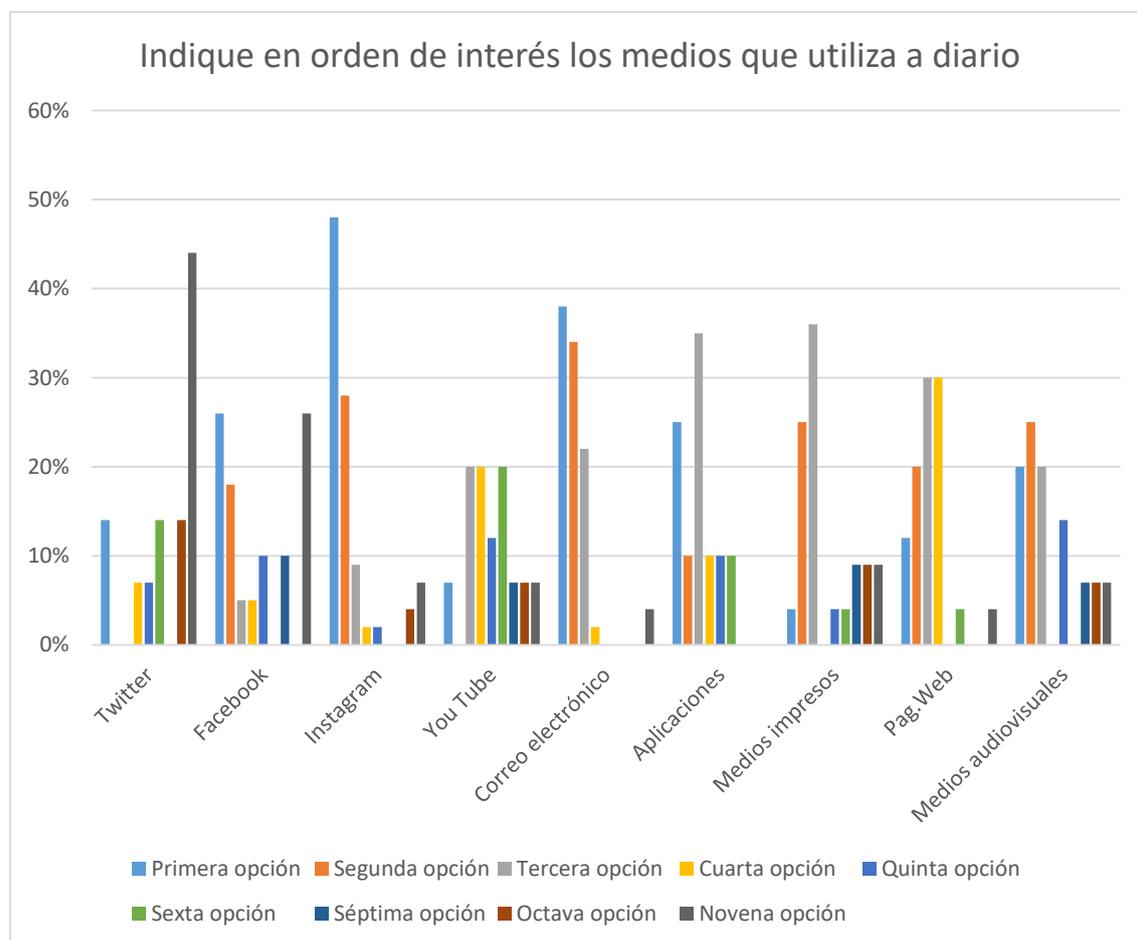
21- El siguiente gráfico muestra la frecuencia con la que las personas encuestadas acceden al medio mencionado anteriormente. El 71% accede diariamente, el 19% más de dos veces por semana, un 2% una vez por semana, otro 2% cada dos semanas y un 6% casi nunca accede.

**Gráfico N°16**



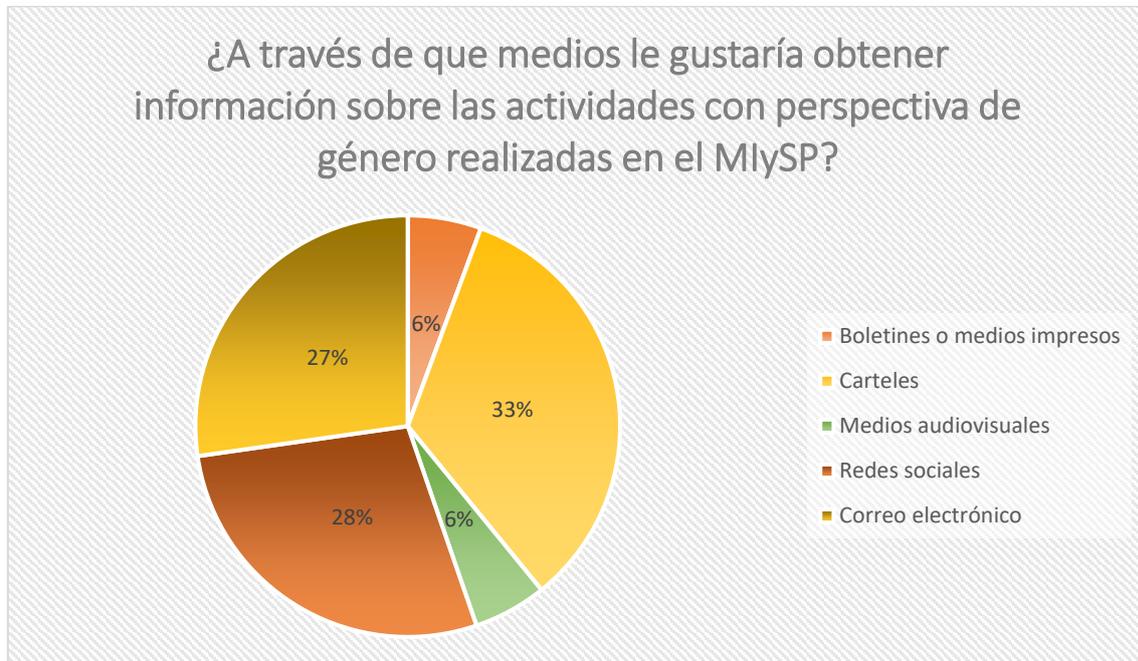
22- El siguiente gráfico expresa en orden de interés, los medios que la persona encuestada utiliza en su vida cotidiana. Aquí aparece Instagram ya que el 48% lo ubicó como la primera opción es decir como el medio más utilizado a diario, el 34% eligió ubicar en la segunda opción al correo electrónico, la tercera opción fue apoyada por un 34% y es la de los medios impresos, la cuarta opción apoyada por un 30% fue para la página web, la quinta opción es la de los medios audiovisuales y contó con el 14%, la opción sexta contó con un 20% y fue para You Tube, la séptima opción las aplicaciones, la octava opción fue Facebook y la novena opción fue Twitter que contó con un 47% que lo votó en esa ubicación.

**Gráfico N°17**



23- El 33% de las personas encuestadas prefiere recibir información a través de carteles, el 28% por redes sociales, el 27% escogió el correo electrónico, un 6% por medio de boletines o medios impresos y otro 6% a través de medios audiovisuales.

Gráfico N°18



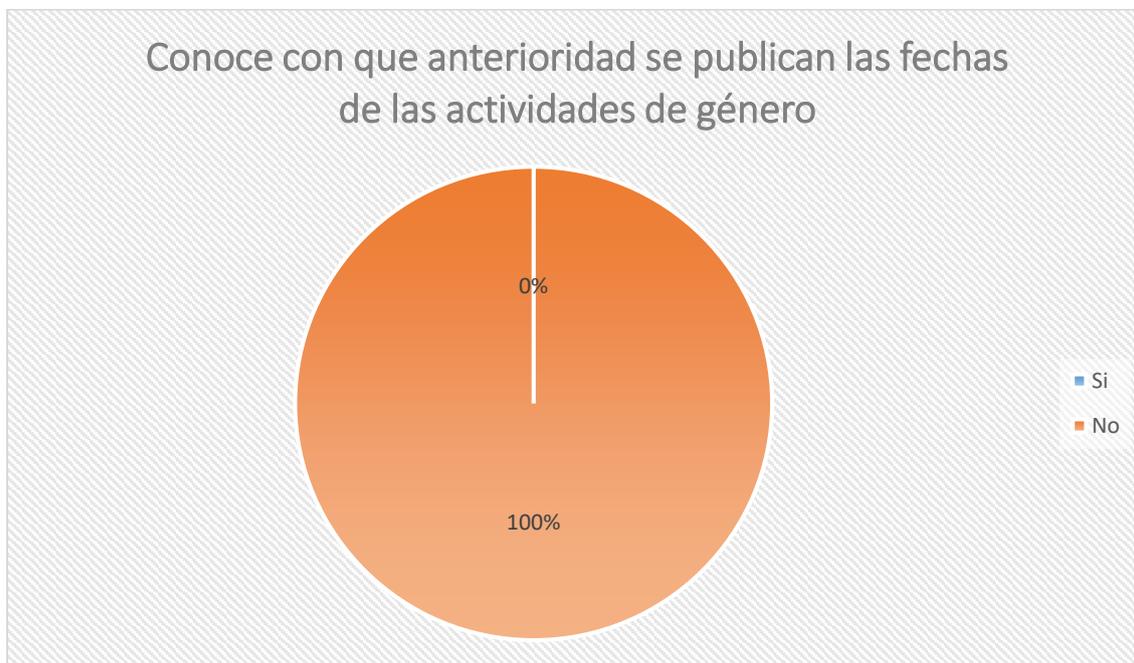
24- Al consultar a los encuestados con respecto a si consideran que a las actividades con perspectiva de género realizadas en el MlySP se les está realizando una difusión efectiva, el 89% respondió que no y un 11% respondió que sí.

Gráfico N°19



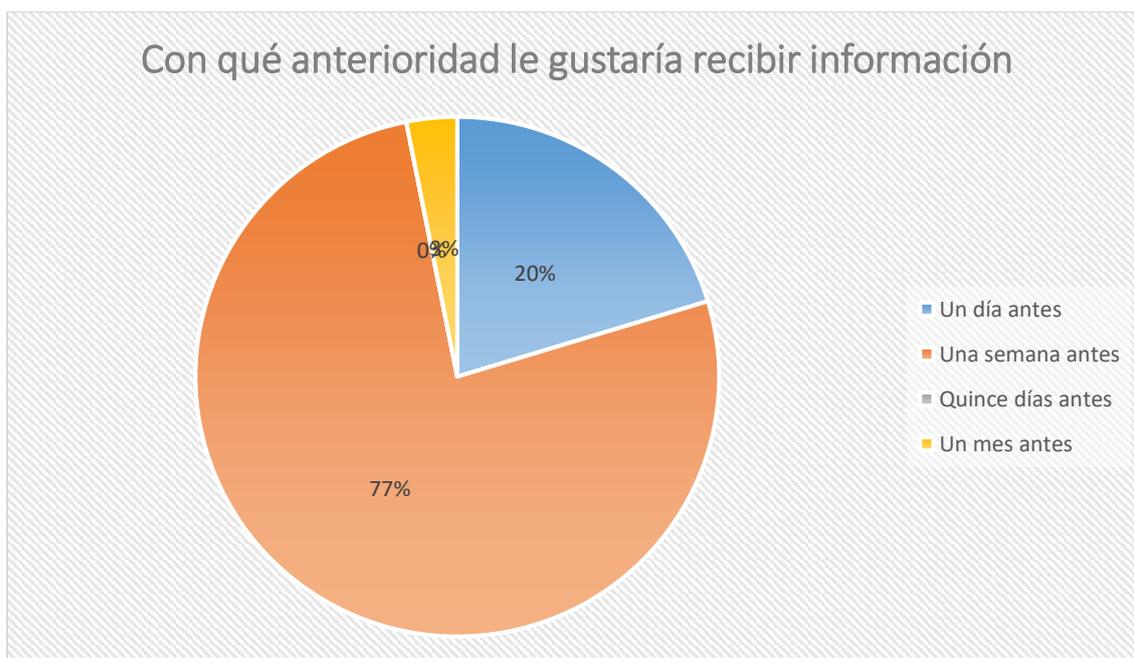
25- El 100% de las personas consultadas respondió que no conoce con qué anticipación se publican las fechas de las actividades con perspectiva de género en el ministerio.

**Gráfico N°20**



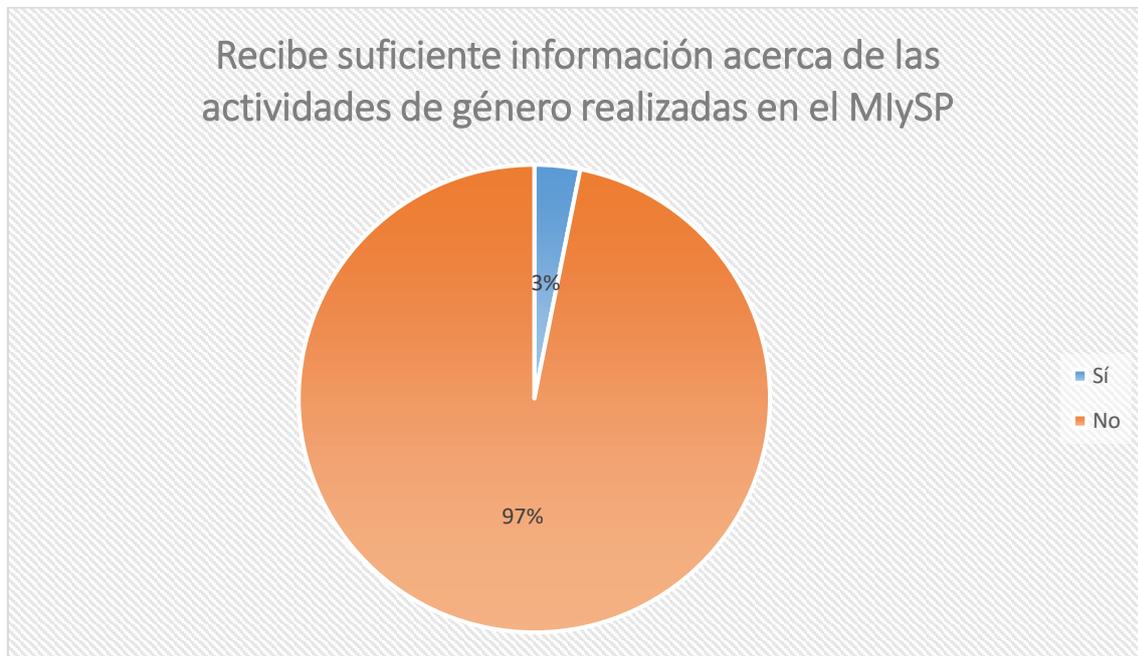
26- Los encuestados respondieron que desean recibir información de las actividades un día antes el 20%, una semana antes el 77% y un mes antes el 3%.

**Gráfico N°21**



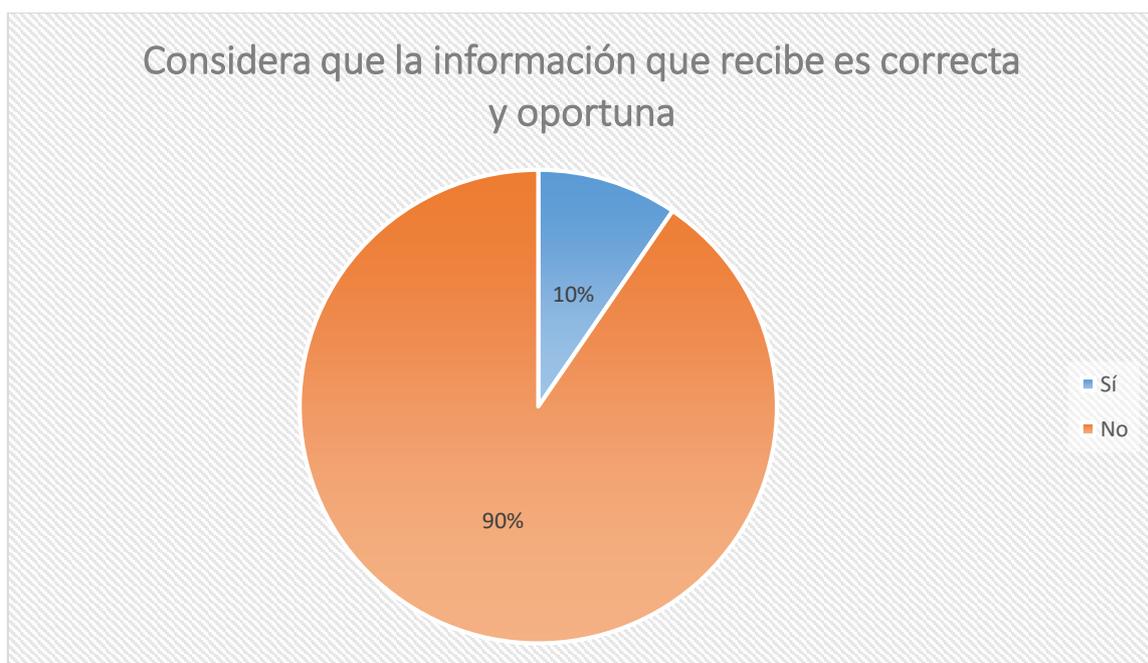
27- El 97% de las personas encuestadas respondieron que no reciben suficiente información acerca de las actividades con perspectiva de género, el 3% restante dijo que sí.

**Gráfico N°22**



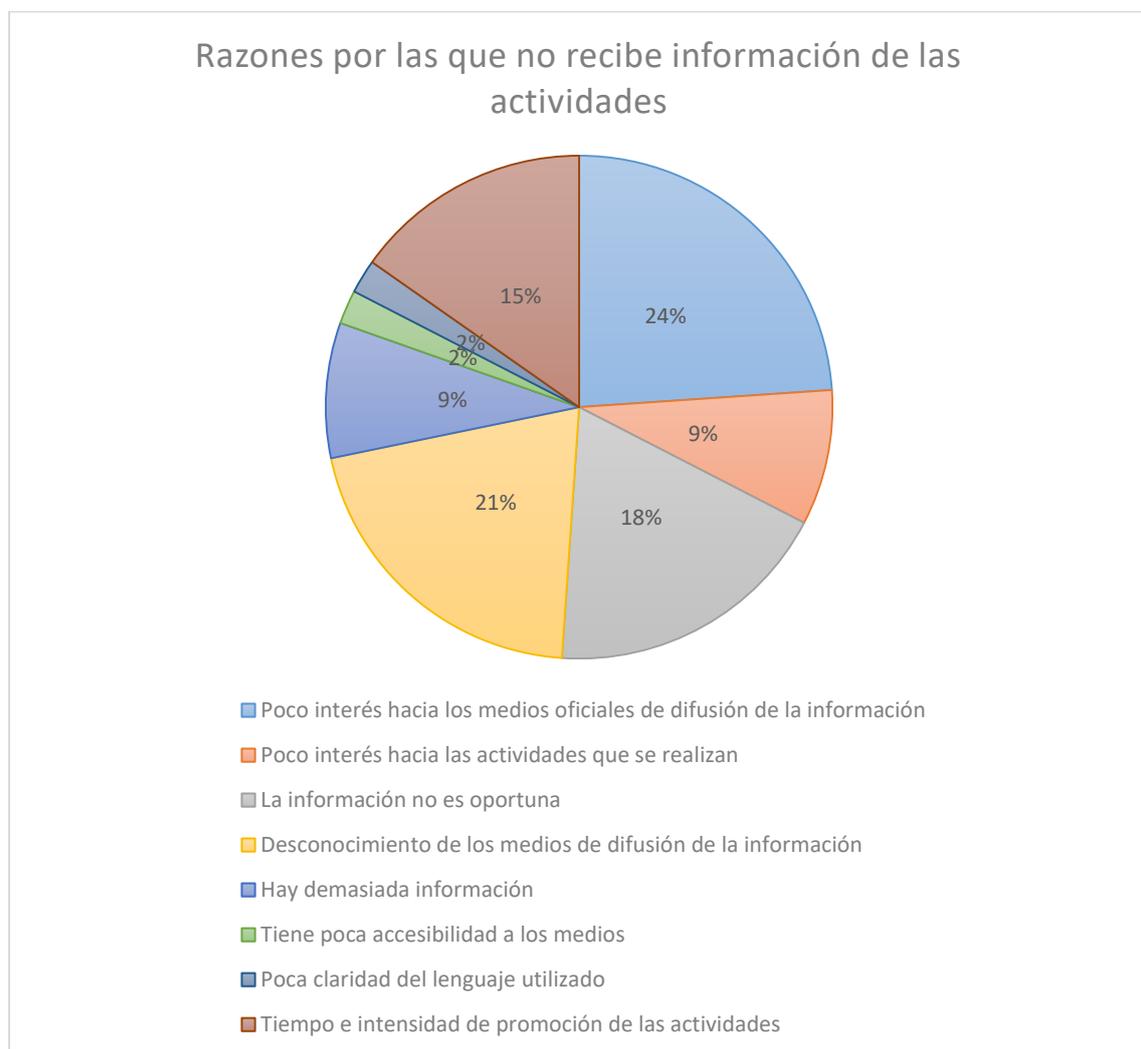
28- El 90% de las personas encuestadas considera que la información que le llega sobre las actividades con perspectiva de género organizadas por el ministerio, no es correcta ni oportuna, el 10% considera que sí.

**Gráfico N°23**



29- En este punto, al consultar a las personas sobre cuáles considera que son las razones por las que no recibe información de las actividades con perspectiva de género organizadas por el MlySP, las respuestas fueron las siguientes: el 24% respondió que tiene poco interés hacia los medios oficiales de difusión de la información; un 21% expresó desconocimiento de los medios de difusión de la información; un 18% sostiene que la información no es oportuna; un 15% refleja que es por el poco tiempo e intensidad en la promoción de las actividades; un 9% dijo tener poco interés hacia las actividades que se realizan; otro 9% sostiene que hay demasiada información; un 2% dijo tener poca accesibilidad a los medios y otro 2% aduce que existe poca claridad del lenguaje utilizado.

**Gráfico N°24**



30- El último punto de la encuesta se destinó para recibir comentarios y sugerencias que las personas encuestadas desearan realizar con respecto a la temática de género. Los resultados fueron los siguientes: realmente son muy importantes tanto las capacitaciones como la Ley Micaela, también generar un espacio donde se pueda hacer visible; informar y capacitar en los ámbitos

laborales; me gustaría que tengan una mayor difusión a través de los medios, así me entero y elijo participar de las actividades ya que son muy interesantes; hay que difundir más y por todos los medios, y diversificar temáticas para llegar a más personas; me gustaría que haya más equidad en cada una de las funciones y dejen de diferenciarse al ser desarrolladas por algún género en particular; difusión de eventos de capacitación más visible, que el abordaje no sea tan cerrado; incorporación en las tareas cotidianas o rutinarias; el cupo de trabajadores LGTBIQ+ que se implemente, que se trate con respeto a todos los ciudadanos; vi por redes que este ministerio está abocándose a esta problemática y está recibiendo currículums pero no estoy enterada de cómo manejan la información; me gustaría involucrarme pero no conozco dónde, cómo ni cuándo; que la capacitación se haga en todas las oficinas del ministerio; más y mejor información; comunicar las actividades con anticipación; falta información sobre el tema.

## CAPÍTULO III

### Diagnóstico Comunicacional

De acuerdo al diseño metodológico establecido, para conocer el proceso de comunicación interna utilizado en la difusión de la política pública de género, se efectuaron 3 (tres) entrevistas en profundidad:

1. a la Licenciada Lucila Martínez, Directora de Comunicación.
2. a la Contadora Natalia Arocena, a cargo de la Mesa Interministerial de Mujeres
3. a la Licenciada Nayla Siancha, Directora Provincial de la Unidad de Coordinación y Ejecución de Proyectos de Obra (UCEPO).

Además, con el fin de obtener información de primera mano sobre las personas destinatarias de los mensajes se realizaron encuestas al personal. Otra de las técnicas empleadas fue la observación directa y otro punto que se tuvo en cuenta fue el análisis del entorno interno.

Con estas herramientas se pretende ayudar a identificar el proceso de comunicación desde la emisión del mensaje hasta la recepción e interpretación del mismo. En esa misma línea, para organizar la información obtenida, se presentan a continuación los datos según los objetivos específicos planteados.

#### Objetivo específico 1

- *Reconocer rasgos psicográficos y demográficos en el personal del MlySP y evaluar el grado de conocimiento que existe, en estos actores, respecto de los programas y actividades de género que se realizan en el edificio sede del ministerio.*

Con respecto a los rasgos de identificación se encontró que del total de las personas encuestadas, la población mayoritaria que constituye el 69% se identifica con el género femenino, el 29% con el género masculino y un 2% es no binario, es decir que no se identifica con ninguna de las dos categorías anteriores.

En su mayoría constituyen el rango etario comprendido entre 31 y 50 años y con respecto al nivel de estudios alcanzado el 38% ha completado el secundario, un 24% ha obtenido un título terciario, un 36% finalizó la universidad y un 2% cuenta con estudios de posgrado.

Con respecto al grupo al que pertenece, el 79% es personal administrativo del ministerio, el 21% restante se encuentra conformado por personal jerárquico, personal de seguridad y personal de maestranza.

Por último con respecto a la antigüedad laboral el 48% corresponde a personas que tienen hasta 10 años en el ministerio, el 36% corresponde a quienes cuentan con hasta 20 años de trabajo en el sector, un 13% posee una antigüedad de hasta 30 años y un 3% cuenta con 31 años o más.

En cuanto al conocimiento que la población de estudio posee con respecto a las actividades con perspectiva de género, al ser consultada por su asistencia a las actividades de género organizadas por el MlySP, el 72% respondió que no asiste y un 28% dijo que sí asiste. En ese sentido, entre los motivos aducidos por los cuales no asisten se encuentran: no haber estado enterada, que no le haya llegado ninguna difusión al respecto, no haber recibido información de actividades que se desarrollen en el ámbito del ministerio, desconocer actividades relacionadas, no llegan las convocatorias, en ocasiones por falta de tiempo.

De las personas que asisten a las actividades, el 89% respondió que le resultaron interesantes y el 11% dijo que no. Según el nivel de interés ordenan las actividades de la siguiente manera: Ley Micaela, implementación de un protocolo de género en el ministerio, mesa de mujeres, reuniones de género por Zoom, y la implementación del lenguaje inclusivo.

En el instrumento se buscó indagar sobre cuáles son los principales aspectos positivos y negativos de las actividades con perspectiva de género que se desarrollan en el MlySP. Los resultados obtenidos fueron que los aspectos positivos destacados están relacionados con: visibilizar la problemática de género, considerar las actividades como indispensables tanto para masculinidades como para femeneidades; compartir experiencias y estrategias de abordaje; el fluir de la información en el grupo que da lugar a la retroalimentación; la escucha; el reconocerse en los mismos problemas. Asimismo, los aspectos negativos se relacionan con: que las actividades sean sólo dirigidas a mujeres porque las masculinidades también deben ser parte de la construcción de nuevas formas de trabajar; falta más información en la temática; la poca participación del personal del ministerio; falta dar a conocer las actividades (difusión).

Cuando se les preguntó a las personas encuestadas qué actividades con perspectiva de género quisiera que se integraran a las que ya se realizan en el MlySP, respondieron: muestras de arte con perspectiva de género; actividades que vinculen el derecho al hábitat con la feminización de la pobreza; difusión en las oficinas; casos reales; que la capacitación en género sea masiva y permanente; talleres semanales en las oficinas; charlas y talleres a cargo de psicólogas y médicas; más capacitaciones e implementar el protocolo y hacerlo público; defensa personal; actividades y capacitaciones que convoquen por igual a hombres y mujeres; transversalizar la política de género a la obra pública.

Con respecto a los medios oficiales de difusión de información del MlySP, es importante mencionar que el 68% dice no conocerlos y sólo el 32% respondió afirmativamente. De este 32% al pedirles que nombren los medios oficiales respondieron: Twitter, página web oficial, el Instagram del MlySP, carteleras, boletín oficial, redes sociales y mail.

Las siguientes preguntas estuvieron destinadas a reflejar el conocimiento que tiene el personal a cerca de la forma en que el MlySP difunde la información con perspectiva de género. En este sentido, el 73% manifestó no estar totalmente de acuerdo con el postulado que menciona que el MlySP brinda información acerca de los eventos, programas, capacitaciones con perspectiva de género que se realizan en el organismo estatal. Además, el 89% respondió que las

informaciones no son completas, el 97% de las personas encuestadas respondió que no recibe suficiente información acerca de las actividades, el 90% no considera que la información sea correcta ni oportuna y aunque un 57% respondió que la información es clara, es importante considerar que un 43% no estaba de acuerdo.

Es interesante mencionar que el 33% de los encuestados, se entera de los eventos que se realizan en el ministerio, a través de invitaciones de sus compañeros de trabajo, un 24% por las redes sociales, un 22% por medio de la cartelería externa, el 16% por actividad publicada en la web oficial y el 5% restante por los medios impresos. Asimismo, cuando se los consulta para saber ¿cuál es el principal medio que utiliza para informarse de los eventos?, los resultados son que el 26% se entera por sus compañeros de trabajo, el 25% a través de carteles informativos, un 24% se informa por medio de las redes sociales, un 11% por correo electrónico, un 8% por página web oficial y un 6% por medios impresos.

En el instrumento se destinó una pregunta en la que se pudiera medir cuales son los medios más usados por el personal y luego de obtener los resultados de cada uno de los medios se puede observar que se refleja una tendencia y que los medios quedaron en el siguiente orden: Instagram, correo electrónico, medios impresos, página web, medios audiovisuales, You Tube, las aplicaciones, Facebook y Twitter.

Se les preguntó a los encuestados ¿Por cuáles medios quisieran recibir la información? Y sólo la opción de aplicaciones estuvo descartada. Las otras opciones fueron aceptadas y están distribuidas en el siguiente orden: carteles 33%, redes sociales 28%, correo electrónico 27%, boletines o medios impresos 6% y medios audiovisuales 6%.

Con respecto a la difusión de actividades el 89% considera que no es efectiva, y es de destacar que el 100% no conoce con cuanto tiempo de anterioridad se publican las fechas de las actividades. Tomando en cuenta estos resultados es importante mencionar que el 77% desea recibir la información al menos una semana antes del evento.

Al realizar la investigación se presuponía que la información de género no estaba llegando, de manera eficaz, al personal que trabaja en el ministerio; por lo que se confirma cuando el 24% respondió que tiene poco interés hacia los medios oficiales de difusión de la información; un 21% expresó desconocimiento de los medios de difusión de la información; otra de las razones que la información no es oportuna 18%; poco tiempo e intensidad en la promoción de las actividades 15%; un 9% dijo tener poco interés hacia las actividades que se realizan; otro 9% sostiene que hay demasiada información; un 2% dijo tener poca accesibilidad a los medios y otro 2% aduce que existe poca claridad del lenguaje utilizado.

## Objetivo específico 2

- *Identificar medios y canales comunicacionales que utiliza el MlySP para difundir las actividades de género en el marco de la Ley Micaela. Determinar los flujos de la comunicación interna y reconocer las barreras comunicacionales.*

El desarrollo de este capítulo se basa en la información obtenida a través de las dos entrevistas en profundidad<sup>12</sup> realizadas a la Contadora Natalia Arocena (NA) representante del MlySP en la Mesa Interministerial de Mujeres organizada por el Ministerio de Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual, y a la Licenciada Nayla Siancha (NS), Directora Provincial de la Unidad de Coordinación y Ejecución de Proyectos de Obra (UCEPO).

En marzo de 2021 se presentó en el MlySP un programa para la equidad de género del cual NA es Coordinadora (AD HOC) y en la entrevista al ser consultada sobre las actividades que se llevan adelante expuso los conceptos que a continuación se detallan.

En el MlySP en temática de género y diversidad se llevaron adelante diversas actividades e iniciativas:

- Conformación de un Equipo Interdisciplinario de Abordaje de Situaciones de Violencia por Razones de Género para las y los trabajadores del MlySP.
- Implementación de la Ley Micaela para autoridades.
- Cumplimiento de la Ley 14.783 (Cupo Laboral), en determinadas Direcciones y Organismos Descentralizados del MlySP. Dicho cumplimiento estuvo acompañado de Jornadas de Sensibilización, articuladas con el Ministerio de Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual.
- Programa para la Equidad de Género, con el objetivo de promover la incorporación de mujeres y disidencias a los equipos técnicos del MlySP y sus organismos descentralizados a través de pasantías. Buscando garantizar una mayor equidad en las oportunidades laborales, propiciando ámbitos laborales de respeto y libres de violencias.
- Confeción de un Proyecto de Resolución para la incorporación de lineamientos generales sobre la incorporación de la perspectiva de género en contrataciones, proyectos, programas y convenios impulsados por el MlySP.
- Articulación con el Ministerio de Hacienda y Finanzas de la Pcia, a fin de recibir capacitaciones para la elaboración de un Presupuesto con Perspectiva de Género.
- Creación de la Unidad de Promoción de Políticas de Género y Diversidad, a través del expediente N° EX-2020-01282154-GDEBA-DPCLMIYSPGP, mediante el cual se propicia aprobar la estructura orgánico funcional del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos.

---

<sup>12</sup> Ver entrevistas completas en el anexo III.

En uno de los ítems, a NS se le solicitó una breve reseña de las actividades que lleva adelante el área del MlySP a su cargo y también de qué manera se relaciona con la temática de género. Respondió lo siguiente, el área se encarga de la coordinación y ejecución de la cartera de programas y proyectos con financiamiento externo en la órbita del MlySP, sirviendo de enlace entre las áreas técnicas y los organismos financiadores, asistiendo técnicamente para el cumplimiento de los requisitos de los proyectos a financiar, garantizando la aplicación de las políticas de los financiadores en los procesos de contrataciones y adquisiciones y velando por el cumplimiento de los compromisos contractuales.

Si bien el área no tiene funciones en sí relacionadas a género, se toma a la temática como un eje transversal durante la formulación de los proyectos, tratando de identificar indicadores y aportes de los proyectos en la disminución de las brechas de género. Asimismo, uno de los préstamos de la cartera estaba destinado al Fortalecimiento de la gestión de la obra pública y a propuesta de la Unidad se incorporó un subprograma de Género dentro de ese préstamo que fue denominado "Programa para la Equidad de Género del MlySP".

En otro momento de la entrevista a NS, al igual que a NA, se le consultó con respecto a: que en marzo 2021 se presentó el Programa para la Equidad de Género del Ministerio de Infraestructura, ¿En qué consiste este programa? Y expresó los siguientes conceptos.

El Programa tiene como objetivo promover la representación equitativa de mujeres y hombres y la inclusión de la igualdad de género en la agenda de las discusiones, así como en los planes, programas, proyectos y acciones que sean impulsados desde el Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos, y sus objetivos específicos son:

- a. Impulsar acciones que promuevan la perspectiva de género y la igualdad de oportunidades entre funcionarios, funcionarias y agentes del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos;
- b. Promover la igualdad de oportunidades y la incorporación de la perspectiva de género en el diseño, ejecución y evaluación de las obras y servicios públicos impulsados por el Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos, priorizando las infraestructuras de cuidado, el acceso efectivo al derecho a la vivienda y la generación de empleo en la obra pública por parte de mujeres y diversidades, así como otros ejes que puedan ser propuestos por las áreas técnicas;
- c. Fortalecer, en orden a las competencias del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos, el derecho a la ciudad y los espacios públicos por parte de las mujeres y las diversidades, a fin de volverlos más inclusivos, seguros y sostenibles.

Ahora bien, fácil es advertir que esta batería de programas y actividades que se han implementado a través de capacitaciones y diversas acciones para articular la perspectiva de género de manera transversal en el ministerio, no han tenido la difusión necesaria para que la mayor parte del personal ministerial, recibiera en tiempo y forma la información y la convocatoria a participar.

En la entrevista también se le consultó a NA con respecto a si el MlySP cuenta con algún programa comunicacional de difusión de las actividades con perspectiva de género, respondió que el Área de Prensa del MlySP se encarga

de la difusión de las actividades, iniciativas y programas con perspectiva de género y diversidad que se llevan adelante.

Siguiendo esa línea de análisis y como ha sido expuesto por NA, el área de prensa del ministerio se encarga de darle cobertura a todas las actividades que realiza el organismo estatal y especialmente a las que asiste el Ministro. Todos los contenidos que se desarrollan tanto a nivel informativo, como a nivel propagandístico y de difusión, se generan desde el área de prensa ubicada en el 5to. piso del MlySP. También desarrolla los contenidos para la página web oficial y los de las redes sociales, coordina los encuentros y ruedas de prensa de funcionarios.

El área de prensa además realiza un monitoreo del entorno, en el que se analizan exhaustivamente la prensa escrita, prensa digital, redes sociales, siguiendo los pasos donde aparezca el nombre del Ministro, luego realizan un compilado de medios digitales llamado síntesis informativa (una a la mañana y otra a la tarde) y la envían a funcionarios de diversas áreas y oficinas.

Continuando con esta observación, es de destacar que el ministerio no cuenta con un área de RR.PP., que bien podría encargarse de elaborar contenidos para los programas y las actividades que se realicen y desarrollar estrategias de difusión. Siendo la principal función del área de RR.PP. la gestión de la comunicación. Planificar, fijar criterios y acciones de la comunicación institucional. Hacer circular la información por todas las áreas de la organización para combatir rumores. Elaborar estrategias para que la comunicación fluya y llegue a cada rincón de la organización dando lugar al feedback que necesita el MlySP.

En otro ítem de la entrevista a NS, se le consultó si considera que existe un nivel de participación elevado por parte del personal del MlySP con respecto a las actividades con perspectiva de género; y a qué lo atribuye. Dijo lo siguiente: "Considero que existe un grupo con mayor compromiso que impulsa y participa de todas las actividades, como ser la Mesa de Mujeres que es un espacio autoconvocado de trabajadoras del MlySP. En relación al resto del personal, en cuanto se los convoca a actividades puntuales participan y demuestran compromiso con dichas actividades, no obstante es una participación esporádica, que no refleja un compromiso permanente con la temática y la transversalización del enfoque en el trabajo cotidiano y en los proyectos que se implementan".

También se le preguntó en cuanto a las propuestas de actividades de género, ¿Desde qué áreas del MlySP surgen y qué tipo de actividades son las más sugeridas? NS respondió que en general las áreas más propositivas son aquellas lideradas por mujeres, como ser la UCEPO y también la Dirección Provincial de Transporte desde donde se propuso la implementación de capacitaciones a choferes, así como también la realización de una campaña de difusión en el transporte público.

NS destaca también que desde la Dirección Provincial de Arquitectura se ha demostrado interés, en particular por promover proyectos de infraestructura de ciudades o diseños de espacios públicos con perspectiva de género.

En referencia a la difusión en la entrevista a NA, al consultarla con respecto a si cree que es importante la difusión de las actividades con perspectiva de género y la convocatoria al personal del MlySP a participar en las mismas, concluyó: “Tanto la difusión de las actividades, así como la participación del personal del MlySP es sumamente importante para lograr una verdadera transversalización de la perspectiva de género y diversidad en todas las acciones, programas y proyectos que se impulsen desde el MlySP”.

En este sentido, al entrevistar a NS respondió: “Me parece fundamental la difusión, no sólo para incrementar la participación, sino también para generar mayor conciencia sobre la relevancia de la temática y la necesidad de incorporarla en el instrumental cotidiano de gestión”.

Desde la observación no participante, la autora de este proyecto de tesis, se permite realizar el siguiente aporte: las publicaciones realizadas a través de las redes sociales del MlySP y las de la gobernación sobre alguna actividad conjunta, es decir a la que asiste el Gobernador y el Ministro, logran una sinergia que permite la llegada de esa publicación a un número mayor de personas.

Es razonable que esta publicación sea efectuada por los equipos de prensa de cada organismo estatal. Pero además, la sinergia se produce porque es publicada por el ministerio desde sus redes oficiales, el Ministro desde sus redes oficiales la comparte, la gobernación hace lo propio y el Gobernador desde sus redes oficiales también la socializa; esta situación acontece generalmente haciendo mención a los eventos ya realizados. Luego se desarrolla este contenido en formato de gacetilla de prensa y se sube a la página web oficial del ministerio para continuar con la divulgación.

Resulta significativo cuando se trata de difundir la fecha de una actividad o promocionar una convocatoria interna en el MlySP, ya que desde esta técnica observacional, se pudo apreciar que no se emplea el mismo énfasis en visibilizar la actividad, en darla a conocer con un tiempo prudencial para que pueda asistir la mayor cantidad de personas posible. Tal es así que 89% de las personas encuestadas, al ser consultadas sobre si considera que el MlySP brinda información acerca de los eventos, programas y capacitaciones con perspectiva de género que se realizan, dijo que no se entera.

Otro punto consultado en la entrevista a NA, fue que teniendo en cuenta la Ley de Cupo Laboral, ahora existe el derecho de trabajo estatal para las personas trans y para el colectivo LGTIBQ+, en ese sentido ¿Qué medios o canales utilizan en la convocatoria para cubrir esos puestos de trabajo con perspectiva de género? Y ¿Qué respuesta han tenido a esa convocatoria? A lo que respondió: que a fin de dar cumplimiento a la Ley de Cupo Laboral, desde el MlySP se realizaron dos convocatorias mediante los medios oficiales del Ministerio (página web, redes sociales, mails), recibiendo 328 Currículum Vitae. Se seleccionaron 17 perfiles acordes a los requisitos laborales de las diferentes áreas del Ministerio.

Por último en la entrevista a NA, al ser consultada sobre algún otro aporte que desee realizar expresó: “Considero que la jerarquización y consolidación de una Unidad de Promoción de Políticas de Género y Diversidad dentro del MlySP

permitirá la transversalización de la perspectiva de género y diversidad en toda la labor del Ministerio, permitiendo el fortalecimiento de sus políticas públicas”.

En este aporte que realiza NA, deja en claro la necesidad de promoción y difusión de las políticas públicas de igualdad de género en el MlySP y considera relevante la idea de crear una unidad de promoción de las políticas de género.

### Objetivo específico 3

- *Explorar las estrategias comunicacionales y conocer la estructura de los mensajes que utiliza el MlySP para visibilizar, ante el público interno, la política pública de género.*

Se hace foco en el estudio de las estrategias comunicacionales como instrumento de gestión de la comunicación institucional, con el fin de indicar aspectos en relación a la eficacia y eficiencia de las mismas en la comunicación interna.

El desarrollo de este capítulo se basa en la información obtenida a través de la entrevista en profundidad<sup>13</sup> realizada a la Licenciada Lucila Martínez (LM), Directora de Comunicación del MlySP.

Para conocer el panorama comunicacional que encontró a su llegada al MlySP, haciendo especial hincapié en la comunicación interna, en la entrevista se le solicitó definirlo, y LM expresó lo siguiente, “al tratarse de un organismo tan grande, que contaba con varias subsecretarías y organismos autárquicos, la comunicación interna se daba de manera muy fragmentada. Hay que tener en cuenta, que el organismo aún no contaba con una Dirección de Comunicación que formara parte de la estructura formalmente, lo que da la pauta del lugar que ocupaban los temas relacionados a la comunicación en el funcionamiento del Ministerio. En esta gestión se viene trabajando mucho sobre estos aspectos, con el fin de darle jerarquía a estos temas”.

Como ha sido mencionado anteriormente en este trabajo, el MlySP está llevando adelante una batería de programas y actividades con perspectiva de género y en ese contexto al preguntarle a la entrevistada sobre la difusión que se le está dando a estas actividades, expresó que en general, se le da mucha importancia a las actividades con perspectiva de género que se realizan. El área de comunicación acompaña cada iniciativa de manera muy activa.

En ese sentido, y con respecto a los medios y canales que utilizan para la difusión, LM dijo que se valen de todos los medios y canales con los que cuentan. Redes sociales, dónde además luego se publican cómo han sido esas actividades. También a través de los correos electrónicos internos y cartelera.

Otro de los puntos clave de esta investigación es conocer si desde lo comunicacional el MlySP cuenta con algún plan o programa de difusión de actividades con perspectiva de género, y en ese sentido LM sostiene que desde

---

<sup>13</sup> Ver entrevista completa en el anexo III.

el área de comunicación, acompañan los lineamientos que se proponen en la Unidad de Género. Esto implica brindar apoyo para todo lo que sea la difusión, así como para la elaboración de documentación para las distintas propuestas que se llevaban adelante desde la Unidad.

Fácil es advertir la importancia de la difusión de los mencionados programas y actividades, aunque también se debe tener presente la necesidad de evaluación de éstos. En la entrevista se consultó a LM sobre las herramientas que utilizan para medir la retroalimentación del personal del MlySP con respecto a las actividades con perspectiva de género que se han realizado; y si cuentan con alguna estadística de participación de este público en las actividades, a lo que respondió que desde el área de comunicación, aún no tienen herramientas para medir la participación en las actividades que se proponen.

Con el fin de seguir interiorizándonos en el tema en cuestión, se indagó respecto a con qué equipo cuenta en el área de comunicación para llevar adelante la difusión, convocatoria y estadísticas de participación; en ese sentido LM nos dijo que el área siempre pone a disposición el equipo de diseño, redactores, community managers para brindar lo necesario.

En el último ítem de la entrevista se genera un espacio para que LM realice un aporte libre sobre la temática. En este sentido expuso que la idea dentro del Ministerio es que todas las áreas trabajen de manera transversal con la perspectiva de género. Por eso, todos los equipos del área se encuentran capacitándose para tal fin. Poniendo como ejemplo la utilización de lenguaje inclusivo; al que considera importante porque hace referencia a que la perspectiva de género no es algo que sólo debe delimitarse a las actividades que realicen las áreas designadas para tal fin. Sino que todas las áreas deben trabajar en ese sentido. Brindar perspectiva de género tiene que ver con visibilizar las desigualdades por razones de género con las que nos encontramos en el ámbito laboral, en todos los sentidos y trabajar para que eso no suceda, concluyó.

## Resultados del Diagnóstico

Considerando el problema planteado y los cuestionamientos de la investigación, se buscará contrastar los datos obtenidos de las encuestas con la información recabada en el marco teórico y la extraída por medio de las entrevistas en profundidad.

Tras el análisis surge que actualmente el MlySP ha dirigido sus esfuerzos a las comunicaciones externas más que a las internas.

Al comparar los resultados de las encuestas, con la información recabada de las entrevistas se observa que no se han destinado esfuerzos suficientes para difundir la información sobre las actividades con perspectiva de género al público interno del MlySP. Lo que dio lugar a que esta población haya tenido que buscar información por distintos medios, en el caso de que haya sido publicada en alguno.

Esta deficiencia comunicacional se refleja en los resultados obtenidos en el instrumento de recolección de datos, en el que el 89% considera que las actividades son interesantes, pero se contradice al obtener que 52% asiste eventualmente y casi nunca un 45%. En este sentido, aunque el personal tenga un gran interés en las actividades, sin no hay una estrategia comunicacional clara dirigida a esta población, ellos no podrán enterarse y no podrán asistir.

Otra manera de confirmar este planteamiento está relacionada con el interés existente hacia las actividades, donde la muestra considera que el aspecto positivo más relevante está relacionado con visibilizar la problemática de género, considerar las actividades como indispensables tanto para masculinidades como para femeneidades; compartir experiencias y estrategias de abordaje; el fluir de la información en el grupo que da lugar a la retroalimentación; la escucha; el reconocerse en los mismos problemas.

Asimismo, las personas encuestadas consideran que el aspecto negativo tiene que ver con que las actividades sean sólo dirigidas a mujeres porque las masculinidades también deben ser parte de la construcción de nuevas formas de trabajar; falta más información en la temática; la poca participación del personal del ministerio; falta dar a conocer las actividades (difusión).

El 89% de la muestra, estima que falta difusión de información de las actividades en el MlySP. Además es importante considerar que las personas encuestadas, opinan que la difusión es un aspecto importante a integrar a las actividades para hacerlas más convocantes.

El problema de la investigación está basado en buscar, por medio de las RR.PP., la manera de mejorar la difusión de las actividades con perspectiva de género, lograr visibilizarlas y que la convocatoria al público interno sea efectiva. Por lo que, considerando lo antes expuesto, plantear una estrategia en la que se integre la comunicación interna podría ser una solución efectiva. Más aún cuando la Directora de Comunicación LM, expresó que la comunicación interna está muy fragmentada por la magnitud del organismo estatal.

En ese sentido, la implementación de una estrategia de comunicación interna permitiría : hacer circular la información por todas las áreas de la organización, difundir propuestas y actividades, evitar y combatir rumores, desarrollar estrategias, evaluar permanentemente el clima de la organización, incentivar la participación en las actividades, entre otros aspectos.

De modo que es de vital importancia tener una distribución efectiva de esfuerzos, ya que una organización no puede destinar todas sus comunicaciones a la parte masiva, sino que tiene que ser congruente e informar también al público interno.

La difusión o promoción ha sido un aspecto que ha estado reflejado en varias etapas de la investigación. Cuando se entrevistó a Natalia Arocena, ella mencionó que el Área de Prensa del MlySP se encarga de la difusión de las actividades, iniciativas y programas con perspectiva de género y diversidad que se llevan adelante. Cabe recordar que el 89% de las personas encuestadas consideran que la difusión no es efectiva. Las personas no conocen con cuanto tiempo de anterioridad se publican o se promocionan las actividades y capacitaciones. Por tal motivo se explica el bajo número de asistentes a estos eventos.

Con esta información es primordial preguntarse si sólo el interés hacia las actividades con perspectiva de género es suficiente para asegurar la asistencia a las capacitaciones y eventos, más aún en el caso de que el público interno no se entere de que se están realizando. Tomando en cuenta estos resultados es imperioso mencionar que el 77% de las personas encuestadas quisiera tener la información de las actividades mínimo una semana antes.

Continuando con el análisis, se plantean algunos de los objetivos fundamentales de la promoción, para ello se toma la definición que aparece en el Diccionario de la Real Academia Española, "conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas".

En este sentido, la promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios. Por lo que, es importante considerar y buscar acciones en una estrategia comunicacional que puedan hacer que la información sea procesada en el menor tiempo posible y que las actividades puedan ser promocionadas una semana antes de que se realicen los eventos.

Respecto del público interno del MlySP, según lo obtenido por el instrumento de recolección de datos, es mayoritariamente de mediana edad 57%, de género femenino en un 69% y con interés en las actividades con perspectiva de género en un 89%.

Con respecto a los medios oficiales de difusión de información del MlySP, es importante mencionar que aunque de los encuestados, el 32% mencionó conocerlos, esto no es del todo cierto ya que, un bajo porcentaje logró identificar los canales oficiales que está utilizando actualmente el ministerio que son: página web oficial, redes sociales y mail institucional. Esto demuestra un alto desconocimiento, acompañado de una vinculación del uso de medios no oficiales para obtener información del MlySP y de la identificación de estos como medios oficiales cuando no lo son.

Por consiguiente, en la comunicación interna se revela la carencia de estrategias acordes, en pos de dar respuesta a la ineficaz difusión de información con perspectiva de género. Recordemos que el 73% manifestó no estar totalmente de acuerdo con el postulado que menciona que el MlySP brinda información acerca de los eventos, programas, capacitaciones con perspectiva de género que se realizan en el organismo estatal.

Continuando en esta línea, Lucila Martínez sostiene que desde el área de comunicación, acompañan los lineamientos que se proponen en la Unidad de Género. Esto implica brindar apoyo para todo lo que sea la difusión, así como para la elaboración de documentación para las distintas propuestas que se llevaban adelante desde la Unidad. De donde resulta que, desde la Dirección de Comunicación, no existe una estrategia eficaz de difusión de la información.

Considerando los resultados anteriores, es interesante mencionar que el 33% del personal del MlySP se entera de los eventos a través de invitaciones de sus compañeros de trabajo, un 24% por las redes sociales, un 22% por medio de la cartelería externa, otro 16% por actividad publicada en la web oficial.

En este sentido, el ministerio realiza sus comunicaciones a través de la página web oficial, las redes sociales por medio de las cuentas oficiales y el mail institucional. Asimismo, cuando se le preguntó a la población encuestada por cuáles medios quisieran recibir la información de las actividades, las primeras tres opciones fueron: carteles 33%, redes sociales 28% y correo electrónico 27%.

Otras deficiencias encontradas son que 89% respondió que las informaciones no son completas, 97% piensa que no es suficiente información, 90% no cree que la información sea oportuna y aunque 57% respondió que la información es clara, es importante considerar que 43% no estaba de acuerdo.

Por cierto, todas estas fallas encontradas pueden considerarse barreras en la comunicación. Recordemos que se entiende por barreras a todos los factores que impiden, interfieren y obstaculizan el adecuado flujo de contenidos de un mensaje a través de sus respectivos canales. Si el mensaje es impreciso o insuficiente, tendrá dificultades para ser comprendido por el receptor y si existe conflicto en los canales ya sea por la elección de los soportes o medios utilizados, el mensaje no podrá ser recibido con facilidad por el receptor.

Asimismo, al inicio de la investigación se presuponía que el problema radicaba en que la información de género, no llegaba eficazmente a las personas que trabajan en el MlySP, cuestión que se confirma cuando 68% de los encuestados mencionara desconocimiento de los medios de difusión de la información; otra de las razones es que la información no es oportuna 90%; no se le da una difusión efectiva a la información con perspectiva de género 89%.

Finalmente, se corrobora la hipótesis planteada al inicio de esta investigación:

*En el marco de la perspectiva de género las estrategias comunicacionales, utilizadas en el MlySP para promocionar las actividades, son ineficaces en relación con el alcance del mensaje.*

## CAPÍTULO IV

### Matriz FODA

La matriz FODA es una herramienta estratégica de análisis de situación de una organización. Como su nombre lo indica, representa las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. El objetivo de aplicarla es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar decisiones estratégicas, oportunas que posibiliten mejoras en el futuro.

Cabe aclarar que la matriz que abajo se presenta, se realizó desde el punto de vista comunicacional. Para ello se consideró la implementación, difusión y formas de trabajo llevadas a cabo por el MlySP con respecto a la política pública con perspectiva de género; y no, pensada en su misión, visión, identidad, valores; que hacen a la cultura e identidad de la organización, ya que en ese sentido la matriz sería otra.

Luego de exponer la información relevada a través de los instrumentos de investigación, se identificó la necesidad de formalizar los canales de comunicación del MlySP para lograr una difusión y una convocatoria eficaz y eficiente de sus actividades y programas con perspectiva de género.

Por esta razón se considera primordial la mediación de las Relaciones Públicas a través de la elaboración de un plan de intervención profesional para el MlySP, cuya finalidad es la de dotar de herramientas solidas que permitan cualificar las diferentes acciones que se emprenden desde el organismo estatal, para comunicarse y relacionarse con su público interno. Además, para optimizar la comunicación interna en pos de visibilizar las actividades y programas con perspectiva de género, enmarcados en la Ley Micaela.

En este sentido, cabe recordar que para Xifra (2008:16) un plan de Relaciones Públicas “es un conjunto de acciones de comunicación para iniciar la estrategia de intervención sobre un público concreto, habitualmente para resolver un problema”.

Al mismo tiempo, se desea dejar en claro que los conceptos teóricos y las herramientas metodológicas que se presentan en este trabajo, no pretenden sustituir la labor de la persona especializada en RR.PP o responsable de la comunicación, sino ayudar a determinar algunas pautas comunes que no deben ser olvidadas al momento de plantear una estrategia.

**Tabla 7: Matriz FODA. Fuente: elaboración propia.**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
El MlySP ha demostrado un gran interés en la temática de género e implementación de sus programas, con el plus de relacionarlos con la obra pública.	Considerar la implementación de medios interactivos y cartelera en el edificio, siendo los de mayor interés por parte de la población consultada.
El MlySP trabaja mancomunadamente con el Ministerio de Mujeres en la problemática de género.	Modificar la estructura de los medios de difusión actuales del MlySP y hacerlos más interactivos y llamativos para la población en cuestión.
Las actividades con perspectiva de género han tenido una gran aceptación por parte de las personas que trabajan en el MlySP.	Las personas que trabajan en el MlySP han demostrado un alto interés hacia las actividades con perspectiva de género que se realizan en el organismo estatal.
El MlySP cuenta con aportes internacionales para llevar adelante programas y actividades con perspectiva de género.	Integrar nuevos medios le permitirá al ministerio llegar a más personas, considerando que se ha obtenido información con respecto a los medios de preferencia de cada uno.
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
El MlySP no ha destinado esfuerzos comunicacionales hacia la población interna. No cuenta con una estrategia eficaz de difusión.	En muchos casos las personas que trabajan en el MlySP obtienen información de las actividades con perspectiva de género a través de medios que no son oficiales.
El MlySP es un organismo de grandes dimensiones y con entes descentralizados motivo por el cual la comunicación interna está fragmentada.	La población del MlySP no se entera de las actividades con perspectiva de género realizadas en el ministerio.
El MlySP cuenta con una Dirección de Comunicación muy reciente y sin estrategias eficaces, ya que sólo acompaña publicaciones a pedido de la Unidad de Género.	La política pública con perspectiva de género no llega a materializarse, ya que es completada a través de la difusión e implementación en casos reales.

## **Propuesta Comunicacional**

### Objetivo específico 4

- *Desarrollar una estrategia comunicacional con el propósito de optimizar la comunicación interna y visibilizar las actividades de género que se realizan en el MlySP en el marco de la Ley Micaela.*

Cumpliendo con la última fase de la tesis, en este segmento se formula una Propuesta Comunicacional basada en la creación de una estrategia que buscará satisfacer las necesidades de difusión y promoción de programas y actividades con perspectiva de género que lleva adelante el MlySP y dirige a su público interno.

### **Asignación de Recursos**

#### Recursos humanos

El MlySP cuenta con personas profesionales que forman parte del público interno, que están capacitadas para llevar adelante la estrategia comunicacional. A saber: profesionales de relaciones públicas, especialistas en diseño gráfico, periodistas, comunicadoras/es, especialistas en manejo de redes sociales.

#### Recursos materiales

El MlySP posee diferentes espacios para reuniones, además el edificio cuenta con el salón auditorio “Ingeniero Huergo” ubicado en planta baja, que se utiliza para las capacitaciones masivas. Este moderno auditorio ofrece una capacidad para 180 personas y dispone de escenario, sonido, proyector y pantalla gigante.

Se requiere de la compra de tres pantallas de 40 pulgadas para ser colocadas: dos en el hall central de acceso al edificio por calle 7 y otra en el acceso al salón auditorio ingresando por calle 58.

#### Recursos económicos

El MlySP cuenta con aporte internacional para llevar a cabo los programas y actividades con perspectiva de género, por lo tanto, sólo se debería designar los recursos para la compra de las pantallas de 40 pulgadas, los materiales y piezas de difusión (banners, cartelera gráfica, gigantografía, etc.)

### **Target o Público Objetivo**

La población a la que estará dirigida la estrategia abarca a todas las personas que se desempeñan como trabajadoras en el edificio del MlySP.

## **Características del Público Objetivo**

La población interna del MlySP, de acuerdo a lo obtenido por el instrumento de recolección de datos, es de mediana edad, profesionales y como se ha reflejado en sus intereses, está dispuesta a participar en las actividades con perspectiva de género porque considera que son un espacio de puesta en común y sirve para visibilizar una problemática que actualmente involucra a toda la sociedad.

Otro dato es que de las personas encuestadas la mayoría se identifican con el género femenino 69% y con un rango etario que comprende entre los 20 y los 50 años.

## **Objetivos**

Objetivo general

- Promover las actividades y eventos con perspectiva de género que realiza el Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos de la provincia de Buenos Aires (MlySP) en el marco de la Ley Micaela, para lograr una mayor asistencia.

Objetivos específicos:

- Optimizar el flujo de información y de comunicación interna en el período de un año.
- Informar al público interno sobre las actividades que se están realizando.

## **Estrategias**

Estrategia general

-Elaborar una estrategia de comunicación interna que en un año optimice el flujo de información entre el MlySP y el público interno, para promover la asistencia de éste a las actividades.

Estrategias específicas

- Utilizar las bases de datos que maneja el MlySP para difundir información relevante sobre las actividades y noticias de la organización.
- Introducción de nuevos medios para difundir la información
- Publicitar y dar a conocer los medios oficiales
- Potenciar el uso de los medios interactivos
- Agilizar la creación de un equipo de trabajo que se encargue de las comunicaciones internas
- Evaluar los recursos que miden la efectividad de los medios

## **Tácticas**

### **Márketing directo**

#### Boletines digitales

Crear boletines digitales semanales dirigidos al público interno del MlySP, que le llegue a través de la utilización de la base de datos existente, con el fin de informarlo de las noticias más relevantes que se hayan publicado en la semana, especialmente las referidas a género.

El MlySP se encargará de diseñar un mensaje en el que se muestren los titulares con las fotos de las noticias más relevantes de la semana; si la persona que recibe el correo está interesada en ampliar la información, cada título tendrá un link directo a la página Web del MlySP, donde podrá encontrar el artículo completo.

#### Página web - Comunicaciones interactivas

Si bien el MlySP cuenta con una página web institucional, con el diseño de una estética que utilizan de manera uniforme todos los organismos del Estado de la Pcia. de Bs. As., y el desarrollo de ese diseño y estética está a cargo del Ministerio de Comunicación; generar pequeñas encuestas en las que el usuario pueda participar para dar su opinión acerca de un tema en particular. De igual modo, vincular la página con las redes sociales, y que se puedan ver los cuadros con los resultados de la encuestas.

#### Facebook

Crear un portal oficial del área de género del MlySP en la red social Facebook, en el que se muestre el calendario de eventos con la información, imágenes y videos de las actividades que se realizan, como así también de las marchas de Ni Una Menos y las del 8M de las que participa la Mesa de Mujeres. Asimismo, publicar las fechas de futuros eventos y actividades a realizarse.

Se propone el uso de la esta red social porque es un medio muy utilizado. Además, es importante mencionar que la creación de un portal oficial reducirá la posibilidad de que las personas usen medios no oficiales para obtener información con respecto a las actividades que se realizan en el MlySP.

#### Twitter

Creación de un usuario para el área de género en la red social Twitter, en el que se difundan las informaciones sobre los eventos y actividades que se realizan y de las futuras fechas.

## **Publicidad**

### Promover medios oficiales

Realizar una promoción intensiva destinada a informar a la población interna sobre cuáles son los medios oficiales. Esta promoción se realizará mediante la aplicación de diversas acciones como:

-Colocación de los medios oficiales con cartelería impresa ubicada en la entrada del edificio en el hall central.

-Colocar los medios oficiales en un lugar visible en las publicaciones gráficas que se realicen.

-Crear una imagen donde se reflejen todos los medios oficiales del MlySP, que aparezca automáticamente al ingresar a la página web a leer noticias.

#### Cartelería gráfica

Colocar carteles externos en el hall central del MlySP y reforzar en todos los pisos del edificio; para visibilizar los programas y las actividades de género, también publicar las fechas de futuras actividades. Incorporar el código QR en toda la gráfica, para que fácilmente las personas obtengan información con sólo acercar su teléfono celular.

#### Pantallas digitales

Para reforzar la difusión de la información en el MlySP, se propone la incorporación de pantallas digitales en las que la información no tenga que ser impresa sino que sea digital y pueda ser procesada en menor cantidad de tiempo. Es ágil y llamativa.

Este recurso permitirá que una mayor cantidad de eventos y actividades puedan ser promocionados y que la información pueda ser modificada con facilidad ya que, al ser una información digital en un medio dinámico, la información va a estar constantemente cambiando y no existirá un límite físico para publicarla.

Estas pantallas se colocarán en la planta baja: dos en el hall central de acceso al edificio por calle 7, en la pared donde se encuentran los ascensores, ubicadas justo arriba de los visores de los pisos; y la otra pantalla será dispuesta en el hall de acceso al edificio por calle 58, ubicada muy próxima a las puertas de ingreso al salón auditorio. En este caso tanto la población interna como el público en general tendrá acceso a la información que se difunda.

### **Publicidad No Paga**

Organizar conversatorios con personalidades destacadas en la temática de género, para que participen en las actividades y luego puedan generar sus comentarios a los medios tradicionales y redes sociales. Estas charlas, pueden realizarse vía zoom y en el auditorio del ministerio. Respecto de la frecuencia de estos conversatorios se sugiere mensualmente para lograr una óptima difusión.

### **Comunicación Interna**

Una de las posibilidades es la contratación de servicios comunicacionales freelance, conocida también como consultoría externa, que permita aliviar la carga que tiene la Dirección de Comunicación del MlySP.

En cambio, considerando el alto porcentaje de profesionales que trabajan en el ministerio, en esta propuesta comunicacional se sugiere una convocatoria interna y posterior selección de las personas que se ajusten al perfil solicitado para desarrollar tareas en el área de comunicación del MlySP.

Esta estrategia le brindará la oportunidad a las personas que trabajan en el ministerio, que siendo profesionales en comunicación, RR.PP, prensa, diseño gráfico, etc., y actualmente se desempeñan en otras áreas, puedan desarrollar sus capacidades y exponer sus conocimientos para enriquecer y agilizar el proceso de comunicación de la institución.

### **Herramientas de Medición**

Cada una de las estrategias será medida para evaluar su efectividad.

Los Boletines digitales pueden medirse con la herramienta de Delivery Status Notification en el cual si el correo no llega a alguna persona inmediatamente se le notificará al emisor.

A la Página Web se le colocará un contador de visitas, este mecanismo no permitirá diferenciar el público interno del externo pero reflejará el impacto general de la estrategia.

En el caso del Facebook, al ser un medio interactivo, su efectividad puede medirse por el número de *amigos* y según el número de personas que respondan que asistirán a la actividad de género organizada por el MlySP.

La eficacia de Twitter será medida según el número de seguidores que tenga la cuenta y según la cantidad de mensajes retwitteados que se generen relacionados a las actividades con perspectiva de género realizadas en el MlySP.

Se medirá la efectividad de los Conversatorios según la cantidad de personas que asistan a los mismos, ya sea de manera presencial o de manera virtual a través de Zoom, Cisco Webex o alguna otra plataforma.

Ya se ha mencionado que el área de Prensa del MlySP se encarga de hacer un exhaustivo análisis de los medios diariamente, para analizar toda información que esté vinculada con algún sector del ministerio y puntualmente la relacionada con el Ministro. Por lo que al plantearse la integración de nuevos medios, también se considera la posibilidad de que se integren más personas especializadas en las áreas de Prensa y la Dirección de Comunicación.

**Tabla 8: Cronograma de Acción**  
 Fuente: elaboración propia.

**CRONOGRAMA DE ACCION**

Acciones	1 <sup>er</sup>				2 <sup>do</sup>				3 <sup>er</sup>				4 <sup>to</sup>				5 <sup>to</sup>				6 <sup>to</sup>				7 <sup>mo</sup>				8 <sup>vo</sup>				9 <sup>no</sup>				10 <sup>mo</sup>				11 <sup>vo</sup>				12 <sup>vo</sup>							
	Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4							
Boletines Digitales	[Color: Light Orange]																																																			
Modificaciones de la pagina web	[Color: Olive Green]				[Color: White]																																															
Creación de un portal en Facebook	[Color: Orange]				[Color: White]																																															
Creación de una cuenta en Twitter	[Color: Grey]				[Color: White]																																															
Promover los medios oficiales	[Color: Blue]																																																			
Cartelería gráfica	[Color: Green]																																																			
Carteles digitales (pantallas)	[Color: Green]																																																			
Publicidad no paga	[Color: Pink]																																																			
Convocatoria interna de personal	[Color: Purple]																																																			

## CONSIDERACIONES FINALES

El problema de la investigación radicaba en el hecho de que a pesar de que el MlySP lleva adelante una batería de programas con perspectiva de género; capacitaciones y actividades implementadas en el marco de La Ley Micaela, no cuenta con estrategias comunicacionales eficaces que se dirijan a informar al público interno sobre las mismas.

En este caso se planteaba identificar las estrategias comunicacionales existentes y ofrecerle al MlySP un plan comunicacional que ayude a visibilizar las políticas públicas con perspectiva de género. Haciendo referencia a la promoción y difusión de eventos, como así también a la convocatoria a participar de las capacitaciones con perspectiva de género en el marco de la Ley Micaela.

Para determinar cuál podría ser el diseño idóneo de una estrategia comunicacional que pudiera mejorar la promoción de las actividades con perspectiva de género que se realizan en el MlySP, y brindarle a las personas que trabajan en el ministerio la oportunidad de poder aprovecharlas; se llevó a cabo una investigación de campo en la que mediante el acercamiento con el personal que trabaja en el organismo estatal y encuestas dirigidas a diferentes áreas de trabajo a quienes desarrollan sus tareas en el edificio ubicado en calle 7 N° 1267 de la ciudad de La Plata, se logró reflejar la situación actual de las comunicaciones internas en la organización.

La investigación logró demostrar que el MlySP tiene una debilidad en relación a las comunicaciones internas. Manifiesta que se han destinado gran parte de sus esfuerzos a comunicar masivamente, pero no existen estrategias eficaces que estén específicamente diseñadas para informar al personal.

Esta debilidad impide que el MlySP obtenga el feedback con el público interno, lo que garantizaría la eficacia en la comunicación y por ende el éxito de la política pública. En ese sentido se considera imprescindible que se tomen acciones al respecto.

Cabe destacar que toda organización debe ser consciente de la importancia de la comunicación y desarrollar sistemas eficientes, evitando que surjan barreras durante el proceso comunicativo que impidan la correcta interpretación del mensaje por parte del receptor.

Asimismo, ha quedado evidenciado que el MlySP ha dedicado sus esfuerzos a las comunicaciones externas más que a las internas. Fácil es advertir que aunque la población interna del ministerio esté interesada en asistir a las actividades, si no hay una estrategia clara que esté dirigida a este público, ellos no podrán enterarse de cuándo ocurren los eventos y no podrán asistir.

Al momento de realizar la investigación se presuponía, que la información no estaba llegando eficientemente a las personas que trabajan en el MlySP, punto que se confirma cuando la mayoría de los encuestados menciona que entre las causas por las que no recibe información se encuentra el poco tiempo y la intensidad de la promoción de las actividades.

La promoción o difusión es un aspecto que se ha visto reflejado en varias de las etapas de la investigación. Cuando se entrevistó a la Directora de Comunicación del MlySP, Lucila Martínez, mencionó que no cuenta con estrategias de comunicación interna, aunque cada vez que la Unidad de Género necesitaba alguna difusión, el área dirigida por ella, acompañaba activamente.

Cabe destacar que por tal motivo las personas no conocen con cuanto tiempo de anterioridad se promocionan los eventos y al realizarse las publicaciones casi sobre las fechas de las actividades, la difusión es insuficiente porque no alcanza a desarrollarse en el tiempo.

Tomando en cuenta estos resultados, es importante mencionar que gran parte de las personas encuestadas quisiera recibir la información de las actividades al menos una semana antes.

Considerando lo antes expuesto, se plantea a la organización la implementación de un plan estratégico de comunicación dirigido al público interno, que esté basado en sus características, intereses y preferencias.

En primer lugar, cuando se habla de comunicación organizacional es muy importante identificar por medio de qué canales se van a transmitir las informaciones, para asegurarnos que sean efectivos y que el mensaje sea recibido sin problemas. En muchas organizaciones se pierde tiempo y recursos destinando esfuerzos al enviar informaciones por medios inadecuados que al target no le interesa o a los cuales no tiene fácil acceso.

Es importante considerar la integración de medios interactivos, ya que como demostró la investigación, las personas encuestadas manifestaron un importante uso y nivel de interés hacia ellos. Además se le sugiere a la organización la posibilidad de evaluar la implementación de encuestas interactivas con las tácticas que refleja la Propuesta Comunicacional.

Desde la perspectiva de este trabajo se considera importante que el MlySP cuente con una estrategia de comunicación interna acorde a las necesidades encontradas a través de las fallas detectadas por medio de la investigación. Asimismo, el Plan Comunicacional que se presenta se presume conveniente y su implementación necesaria; para el eficaz y eficiente fluir de la comunicación interna.

Cabe subrayar que durante todo el proceso de este trabajo de investigación, se ha dejado en claro la relevancia que tienen las Relaciones Públicas en su rol de visibilizar políticas públicas con perspectiva de género. Y se ha logrado plasmar a través de la Propuesta Comunicacional, la importancia de la difusión de las mismas.

De igual modo, este proyecto lleva a cabo una considerable difusión de la política pública "Ley Micaela". Ya que hace visible su propósito de dar a conocer la importancia de generar conciencia social sobre la equidad entre los géneros.

Para finalizar el trabajo de tesis una última expresión, en este caso, personal:

***El rol de la persona especializada en Relaciones Públicas reside en humanizar la comunicación.***

## BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

Ander Egg, Ezequiel. (1995) *Introducción a la planificación*, 15ª. Edición, Buenos Aires, Edit. Lumen-Humanitas, Argentina.

Avilia Lammertyn, Roberto. (1997) *Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas de comunicación integradora*. 3era. Edición. Recuperado de: <https://ravilia.webs.com/Libros>

Barquero, José (1990) Edward L. Bernays. Entrevista a Bernays, realizada en Boston (Estados Unidos) el 24 de agosto de 1990 en la residencia del Dr. Bernays. Recuperado de: <http://edwardbernays.es/entrevistas-edward-l-bernays/>

Berlo, David (1960) *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica*. El Ateneo. México.

Bernays, Edward. (1998) *Cristalizando la Opinión Pública*. Gestión 2000. Barcelona.

Carrillo Durán, M. V. (2014). La comunicación estratégica y sus profesionales. *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol.5 (2), 22-46.

Disponible en <http://mediterranea-comunicacion.org/>. DOI 10.14198/MEDCOM2014.5.2.04.

Cutlip Scott, Center Allen y Broom Glen. (2001) *Relaciones Públicas Eficaces*. Primera Edición. Ediciones Gestión 2000.

Chiavenato, I. (2000) *Administración de Recursos Humanos*. Editorial Mc Graw Hill. México.

Di Génova, Antonio E. (2016) *Manual de Relaciones Públicas e Institucionales*, Editorial Ugerman. Edición 2016. Buenos Aires. Argentina.

Ellis, N. y Bowman, P. (1964). *Manual de relaciones públicas*. Barcelona. España.

Fernandez Collado, Carlos 2002 (reimp. 2009) *La comunicación en las organizaciones*. 2da. Ed. Trillas. México.

Recuperado de:

<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/3223/1/Definici%C3%B3n%20y%20alcance%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional.PDF>

Goldhaber, G. (1999). *Comunicación Organizacional*. Editorial Diana. México.

Gordon, S. (1997) *Comportamiento Organizacional*. Editorial Prentice Hall. México.

Gralia, Emilio. (2004) *Políticas públicas: Hacia un modelo relacional de estudios, diseño y gestión*. Córdoba: EDUCC.

Gruning, James y Hunt, Todd. (2003) *Dirección de Relaciones Públicas*. Edición adaptada por Jordi Xifra. Gestión 2000. Barcelona.

Harlow, Rex. (1976). *Building a Public Relation Definition*. *Public Relation Review* 2, N°4, Invierno.

Hersey, K.; Blanchard, D. y Johnson, J. (1999) *Gerencia del Comportamiento Organizacional. Utilizando recursos humanos*. Editorial Prentice Hall. México.

Kreitner, R. y Kinicki, A. (1997) *Comportamiento en las organizaciones*. Editorial Mc Graw Hill. México.

Lamas, Marta. (1999) *Género, diferencia de sexo y diferencia sexual en ¿Género?*, Debate Feminista, Año 10, Vol.20, edición de octubre. México.

Mata, María C. (1994) *Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva*. Buenos Aires, CCE La Crujía.

Newstrom, J. (2007) *Comportamiento humano en el trabajo*. Editorial Mc Graw Hill. México.

Prieto Castillo, Daniel. (1990) *Diagnóstico de Comunicación*. Quito, CIESPAL-QUIPUS. Ecuador.

Prieto Castillo, Daniel. (1996) *Planificación de la Comunicación Institucional*. Mimeo. La Plata. Argentina.

Prieto Castillo, Daniel. (1999) *La comunicación en la educación*. Buenos Aires, Ediciones CICCUS- La Crujía.

Rey Lennon, Federico. (1999) *Edward Bernays: El hombre que inventó las relaciones públicas*. Editor: Revista IMAGEN S.A. Primera edición: septiembre de 1999. Bs.As.

Robbins, S. (2001) *Comportamiento Organizacional*. Editorial Prentice Hall. México.

Scheinsohn, D. y Saroka, R.H. (2000) *La huella digital*. Fundación OSDE. Argentina.

Xifra, Jordi. (2008) *Las relaciones públicas*. Editorial UOC. Barcelona.

## **PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS**

Fritz, Heidi y Valdés, Teresa. (2006). *Igualdad y equidad de género: aproximación teórico-conceptual*. Herramientas de Trabajo en Género para Oficinas y Contrapartes del UNFPA Volumen I Equipo de Apoyo Técnico para América Latina y Caribe Fondo de Población de Naciones Unidas (UNFPA).

Recuperado de:

[http://www.psicosocial.net/historico/index.php?option=com\\_docman&view=download&alias=875-igualdad-y-equidad-de-genero-aproximacion-teorico-conceptual-una-herramienta-de-trabajo-para-las-oficinas-y-contrapartes-del-unfpa&category\\_slug=genero-violencia-contra-las-mujeres&Itemid=100225](http://www.psicosocial.net/historico/index.php?option=com_docman&view=download&alias=875-igualdad-y-equidad-de-genero-aproximacion-teorico-conceptual-una-herramienta-de-trabajo-para-las-oficinas-y-contrapartes-del-unfpa&category_slug=genero-violencia-contra-las-mujeres&Itemid=100225)

## SITIOS WEB Y BLOGS VISITADOS

Di Génova, Antonio E. (2019, 17 de julio) ¿Qué son las Relaciones Públicas? Recuperado de: <https://es.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-son-las-relaciones-p%C3%BAblicas-antonio-ezequiel-di-g%C3%A9nova>

Martini, Natalia. (2007, 17 de noviembre) Entrevista publicada en el blog <http://publicometa.info> Recuperada de: [http://publicometa.fullblog.com.ar/entrevista\\_a\\_la\\_licenciada\\_natalia\\_martini\\_argen\\_131195271393.html](http://publicometa.fullblog.com.ar/entrevista_a_la_licenciada_natalia_martini_argen_131195271393.html)

Prado, Carlos (s/f). Hacia una redefinición de las relaciones públicas. Pág. Web Borriones de la Comunicación. Recuperada de: <http://www.borriones.net/rpp/redefinicion.pdf>

Mónaco, M. (2012) Rol y Status. Documento en línea, recuperado de:

<https://es.slideshare.net/jossemarbrito/rol-y-status-13414226>

<https://www.ohchr.org/SP/HRBodies/CEDAW/Pages/DailyLife.aspx>

<https://www.unwomen.org/es/digital-library/publications/2015/01/beijing-declaration>

<https://beijing20.unwomen.org/es/about>

<https://www.unwomen.org/es/how-we-work/intergovernmental-support/world-conferences-on-women>

Declaración Política emanada de la Primera Conferencia Mundial de Mujeres. Recuperada de: <https://www.cndh.org.mx/noticia/se-realiza-en-mexico-la-primera-conferencia-mundial-sobre-la-mujer-0>

Página OIT

[http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/gender/oit\\_igu/instit\\_int/int3.htm](http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/gender/oit_igu/instit_int/int3.htm)

<https://www.argentina.gob.ar/generos/ley-micaela>

<https://www.gba.gob.ar/infraestructura>

Objetivos de Desarrollo del Milenio. Recuperado de:

[https://www.un.org/es/events/pastevents/millennium\\_summit/](https://www.un.org/es/events/pastevents/millennium_summit/)

[https://es.wikipedia.org/wiki/Ministerio\\_de\\_Infraestructura\\_de\\_Buenos\\_Aires](https://es.wikipedia.org/wiki/Ministerio_de_Infraestructura_de_Buenos_Aires)

<https://www.totalmedios.com/nota/48559/igualdad-de-genero-como-articulan-el-ambito-publico-y-el-ambito-privado>

<https://virtual.fdyd.ude.edu.ar>

<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto.html>

Simone y Estela Díaz abrieron la capacitación de la Ley Micaela en el Ministerio de Infraestructura

Recuperado de:

[https://www.gba.gob.ar/infraestructura/noticias/simone\\_y\\_estela\\_d%C3%ADaz\\_abrieron\\_la\\_capacitación\\_de\\_la\\_ley\\_micaela\\_en\\_el](https://www.gba.gob.ar/infraestructura/noticias/simone_y_estela_d%C3%ADaz_abrieron_la_capacitaci%C3%B3n_de_la_ley_micaela_en_el)

Día Internacional de las Mujeres Trabajadoras

Las mujeres del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos conmemoramos el Día Internacional de las Mujeres Trabajadoras.

Recuperado de:

[https://www.gba.gob.ar/infraestructura/noticias/d%C3%ADa\\_internacional\\_de\\_las\\_mujeres\\_trabajadoras](https://www.gba.gob.ar/infraestructura/noticias/d%C3%ADa_internacional_de_las_mujeres_trabajadoras)

## ANEXO I



G O B I E R N O D E L A P R O V I N C I A D E B U E N O S A I R E S  
2020 - Año del Bicentenario de la Provincia de Buenos Aires

### Nota

**Número:** NO-2020-02190658-GDEBA-DTAMIYSPGP

LA PLATA, BUENOS AIRES  
Miércoles 29 de Enero de 2020

**Referencia:** ESTRUCTURA MIYSPGP

**A:** - (Subsecretaría de Energía), - (Subsecretaría Técnica Administrativa y Legal), - (Subsecretaría de Planificación y Evaluación de Inf), - (Subsecretaría de Transporte), - (Subsecretaría de Recursos Hídricos), - (Subsecretaría de Obras Públicas), - (Unidad de Coord. de Infraestructura Barrial UCIBA), - (Unidad de Planif. Estratégica de Obra Pública), - (Deción Prov. de Redet. de Precios de Obra Pública), - (Unidad Ministro).

**Con Copia A:** Sergio Mansanta (DTAMIYSPGP),

---

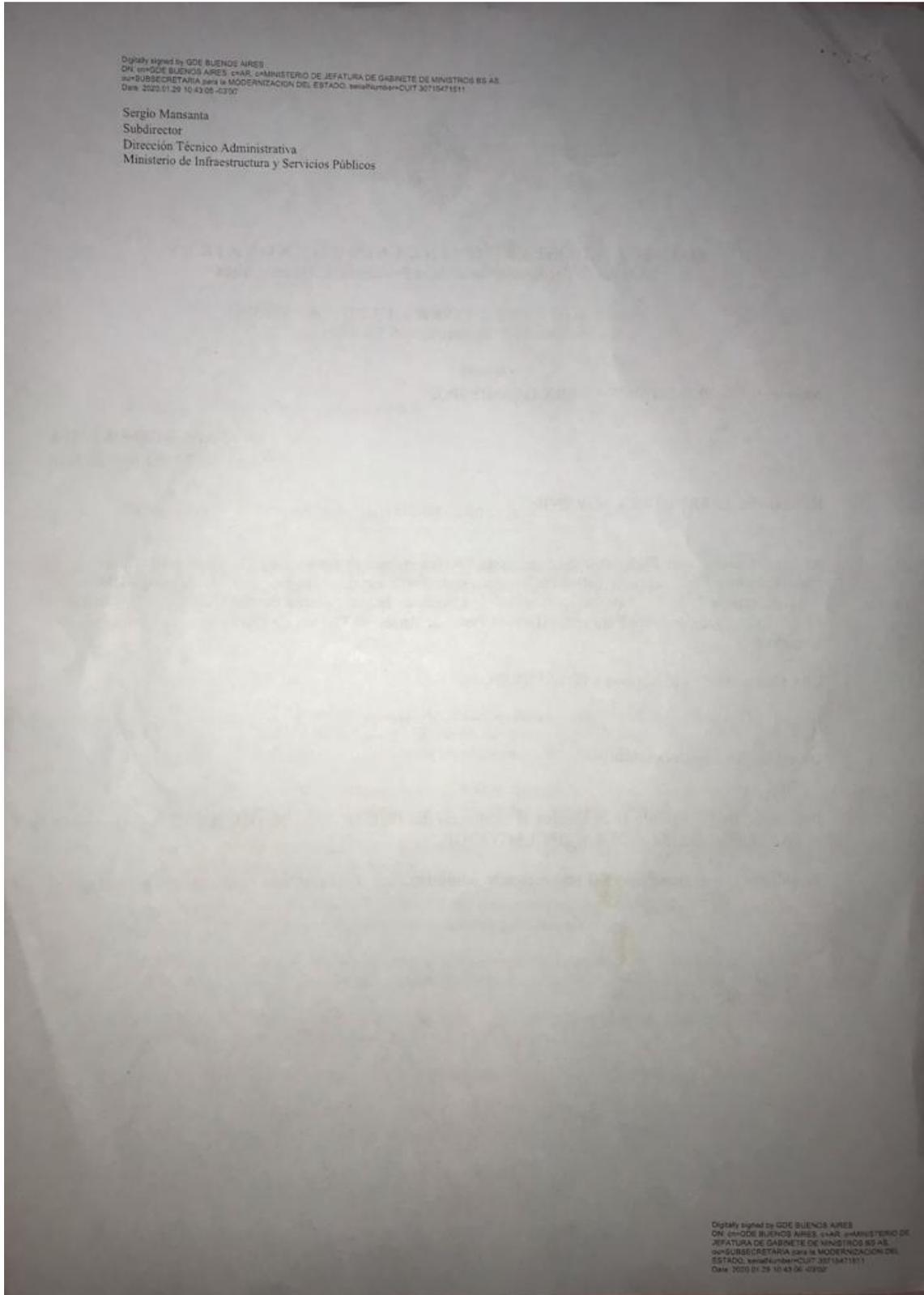
### De mi mayor consideración:

Por medio de la presente se comunica el contenido del DECRE-2020-36-GDEBA-GPBA, correspondient al EX-2020-01282154-GDEBA-DPCLMIYSPGP.

Se solicita la comunicación del presente acto administrativo a las distintas reparticiones a su cargo.

Sin otro particular saluda atte.

El rol de las RR.PP. en las políticas públicas con perspectiva de género.  
Caso: Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos de la Provincia de Buenos Aires





**GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES**  
2020 - Año del Bicentenario de la Provincia de Buenos Aires

**Decreto**

**Número:** DECRE-2020-36-GDEBA-GPBA

LA PLATA, BUENOS AIRES  
Lunes 27 de Enero de 2020

**Referencia:** EX-2020-01282154- -GDEBA-DPCLMIYSPGP

**VISTO** el expediente N° EX-2020-01282154-GDEBA-DPCLMIYSPGP, mediante el cual se propicia aprobar la estructura orgánico funcional del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos, y la Ley N° 15.164, y

**CONSIDERANDO:**

Que la Constitución de la Provincia de Buenos Aires establece que el despacho de los negocios administrativos de la Provincia estará a cargo de dos o más Ministros Secretarios y una ley especial deslindará los ramos y las funciones adscriptas al despacho de cada uno de los Ministerios;

Que la Ley N° 15.164 determina que el Poder Ejecutivo es asistido en sus funciones por las/los Ministras/os Secretarias/os, de acuerdo con las facultades y responsabilidades que ella les confiere;

Que, asimismo, prevé la potestad del Gobernador de aprobar las estructuras organizativas y funciones específicas correspondientes a las mismas;

Que el artículo 26 de la citada ley, establece las competencias del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos, determinando sus funciones y atribuciones particulares;

Que, como consecuencia de ello, es necesario determinar la estructura del Ministerio de la referencia, en un todo de acuerdo con los principios de austeridad, eficiencia y optimización de la Administración Pública;

Que se han expedido favorablemente las áreas con competencia en la materia de los Ministerios de Hacienda y Finanzas y Jefatura de Gabinete de Ministros;

Que ha tomado intervención en razón de su competencia Asesoría General de Gobierno;

Que la presente medida se dicta en uso de las atribuciones conferidas por los artículos 9° de la Ley N° 15.164 y 144 -proemio- de la Constitución de la Provincia de Buenos Aires;

Por ello,

**EL GOBERNADOR DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES**

**DECRETA**

**ARTÍCULO 1º.** Aprobar, a partir del día 11 de diciembre de 2019, la estructura orgánico funcional del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos, de acuerdo al organigrama y acciones que, como Anexos I (IF-2020-01671529-GDEBA-DPYDEPMJGM) I y II (IF-2020-01671785-GDEBA-DAERYOPSLYT), forman parte integrante del presente decreto.

**ARTÍCULO 2º.** Determinar para la estructura orgánico funcional aprobada en el artículo precedente los siguientes cargos: UN (1) Subsecretario Técnico, Administrativo y Legal; UN (1) Subsecretario de Energía; UN (1) Subsecretario de Planificación y Evaluación de Infraestructura; UN (1) Subsecretario de Transporte; UN (1) Subsecretario de Recursos Hídricos; UN (1) Subsecretario de Obras Públicas; UN (1) Director Provincial de Redeterminación de Precios de Obra Pública; UN (1) Responsable de la Unidad de Planificación Estratégica de Obra Pública, con rango y remuneración equiparado a Director Provincial; UN (1) Director General de Administración; UN (1) Director Provincial de Compras y Contrataciones; UN (1) Director Provincial Técnico Legal; UN (1) Director Provincial de Energía; UN (1) Director Provincial de Regulación; UN (1) Director Provincial de Planificación y Seguimiento de Gestión; UN (1) Director Provincial de Planificación Municipal de la Obra Pública; UN (1) Responsable de la Unidad de Coordinación y Ejecución de Proyectos de Obras (UCEPO), con rango y remuneración equiparado a Director Provincial; UN (1) Director Provincial de Fiscalización del Transporte; UN (1) Director Provincial de Transporte; UN (1) Director Provincial de Gestión de Compensaciones al Transporte; UN (1) Director Provincial de Política y Seguridad Vial; UN (1) Director Provincial de Hidráulica; UN (1) Director Provincial de Agua y Cloacas; UN (1) Director Provincial de Coordinación con Entes Reguladores y Empresas Prestadoras de Servicios; UN (1) Director Provincial de Arquitectura; UN (1) Responsable de la Unidad de Coordinación de Infraestructura Barrial (U.C.I.BA), con rango y remuneración equiparado a Director; UN (1) Director de Contabilidad; UN (1) Director de Presupuesto; UN (1) Director Delegado de la Dirección Provincial de Personal; UN (1) Director de Informática; UN (1) Director de Compras y Contrataciones de Bienes y Servicios; UN (1) Director de Contrataciones de Obra Pública; UN (1) Director del Registro de Licitadores; UN (1) Director de Servicios Técnico-Administrativos; UN (1) Director de Coordinación Jurídico Legal; UN (1) Director de Administración; UN (1) Director de Planificación Energética; UN (1) Director de Regulación Jurídica; UN (1) Director de Regulación Económica; UN (1) Director de Planificación; UN (1) Director de Seguimiento; UN (1) Director de Evaluación del Gasto; UN (1) Director de Acuerdos Locales; UN (1) Director de Coordinación y Monitoreo Interjurisdiccional; UN (1) Director de Proyectos con Financiamiento Multilateral; UN (1) Director de Procesos Fiduciarios con Financiamiento Multilateral; UN (1) Director de Seguimiento y Monitoreo de Proyectos con Financiamiento Multilateral; UN (1) Director de Planificación del Transporte; UN (1) Director de Control Técnico; UN (1) Director de Reclamos y Solicitudes; UN (1) Director de Transporte de Pasajeros y Cargas; UN (1) Director de Coordinación del Transporte; UN (1) Director de Permisos y Habilitaciones; UN (1) Director de Articulación Informática; UN (1) Director de Liquidación y Pago; UN (1) Director de Control y Verificación; UN (1) Director de Licencias de Conducir y de Antecedentes de Tránsito; UN (1) Responsable de la Unidad del Observatorio y Estadísticas en Seguridad Vial, con rango y remuneración equiparado a Director; UN (1) Director de Coordinación, Control y Fiscalización; OCHO (8) Jueces de Juzgado Administrativo de Infracciones de Tránsito Provincial, con rango y remuneración equiparado a Director; UN (1) Director de Monitoreo Hídrico; UN (1) Director Técnico de Proyectos; UN (1) Director Ejecutivo; UN (1) Director Operativo; UN (1) Director de Mantenimiento; UN (1) Director Técnico de

Programas y Proyectos; UN (1) Director Ejecutivo de Obras de la Dirección Provincial de Agua y Cloacas; UN (1) Director de Saneamiento Rural; UN (1) Director Técnico de la Dirección Provincial de Arquitectura; UN (1) Director Ejecutivo de la Dirección Provincial de Arquitectura; UN (1) Director de Infraestructura Social; UN (1) Director de Patrimonio Arquitectónico; UN (1) Director de Coordinación de Planificación y Proyectos; todos ellos conforme a los cargos vigentes que rigen en la Administración Pública Provincial; Ley N° 10.430 y su Decreto Reglamentario N° 4161/96 (T.O. Decreto N° 1869/96).

**ARTÍCULO 3º.** Absorber del Ministerio de Gobierno la Dirección Provincial de Política y Seguridad Vial junto a sus dependencias orgánico funcionales según se detalla en el Anexo III (IF-2020-01285371-GDEBA-SSTAYLMIYSPGP), que forma parte del presente, junto con sus programas, plantas de personal, créditos presupuestarios, patrimonio, recursos económicos, financieros y presupuestarios, de acuerdo a lo establecido en el citado Anexo.

**ARTÍCULO 4º.** Suprimir las unidades organizativas detalladas en el Anexo IV (IF-2020-01285448-GDEBA-SSTAYLMIYSPGP), que forma parte integrante del presente, transfiriendo las respectivas plantas de personal, créditos presupuestarios, patrimonio, recursos económicos, financieros y presupuestarios, según lo establecido en el citado Anexo.

**ARTÍCULO 5º.** Dejar establecido que las designaciones efectuadas en aquellas unidades orgánicas que no modificaron su denominación, hayan o no sufrido un cambio de dependencia jerárquica, como así también aquellas designaciones en unidades orgánicas que sólo modificaron su denominación y se encuentran detalladas en el Anexo V (I F-2020-01671800-GDEBA-DAERYOPSLYT), quedan ratificadas por el presente decreto.

**ARTÍCULO 6º.** Limitar las designaciones del personal cuyas funciones no se correspondan con las unidades orgánicas que se aprueban por este acto, debiendo formalizarse tal decisión mediante el dictado de los actos administrativos correspondientes.

**ARTÍCULO 7º.** Establecer que dentro del plazo de ciento ochenta (180) días desde la vigencia del presente, el titular de la jurisdicción deberá arbitrar los medios necesarios para efectuar la desagregación integral de la totalidad de la estructura orgánico funcional, como así también, para la elaboración de las plantas de personal innominadas y nominadas, con sujeción a la estructura organizativa aprobada por el presente, previa intervención de los organismos y dependencias competentes.

**ARTÍCULO 8º.** Dejar establecido que hasta tanto se efectúe la desagregación integral de la estructura orgánico funcional, mantendrán su vigencia aquellas unidades orgánicas con nivel inferior a dirección oportunamente aprobadas.

**ARTÍCULO 9º.** Establecer que el Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos propondrá ante el Ministerio de Hacienda y Finanzas las adecuaciones presupuestarias necesarias para dar cumplimiento a lo dispuesto por el presente decreto, las que deberán ajustarse a las previsiones contenidas en el ejercicio

presupuestario vigente.

**ARTÍCULO 10.** Dejar establecido que, hasta tanto se efectúen las adecuaciones presupuestarias pertinentes, la atención de las erogaciones correspondientes a las unidades orgánicas transferidas por el presente acto, se efectuará con cargo al presupuesto de origen.

**ARTÍCULO 11.** Derogar los Decretos N° 35/18, N° 132/19 y toda norma que se oponga a la presente.

**ARTÍCULO 12.** El presente decreto será refrendado por los Ministros Secretarios en los Departamentos de Infraestructura y Servicios Públicos, de Hacienda y Finanzas y de Jefatura de Gabinete de Ministros.

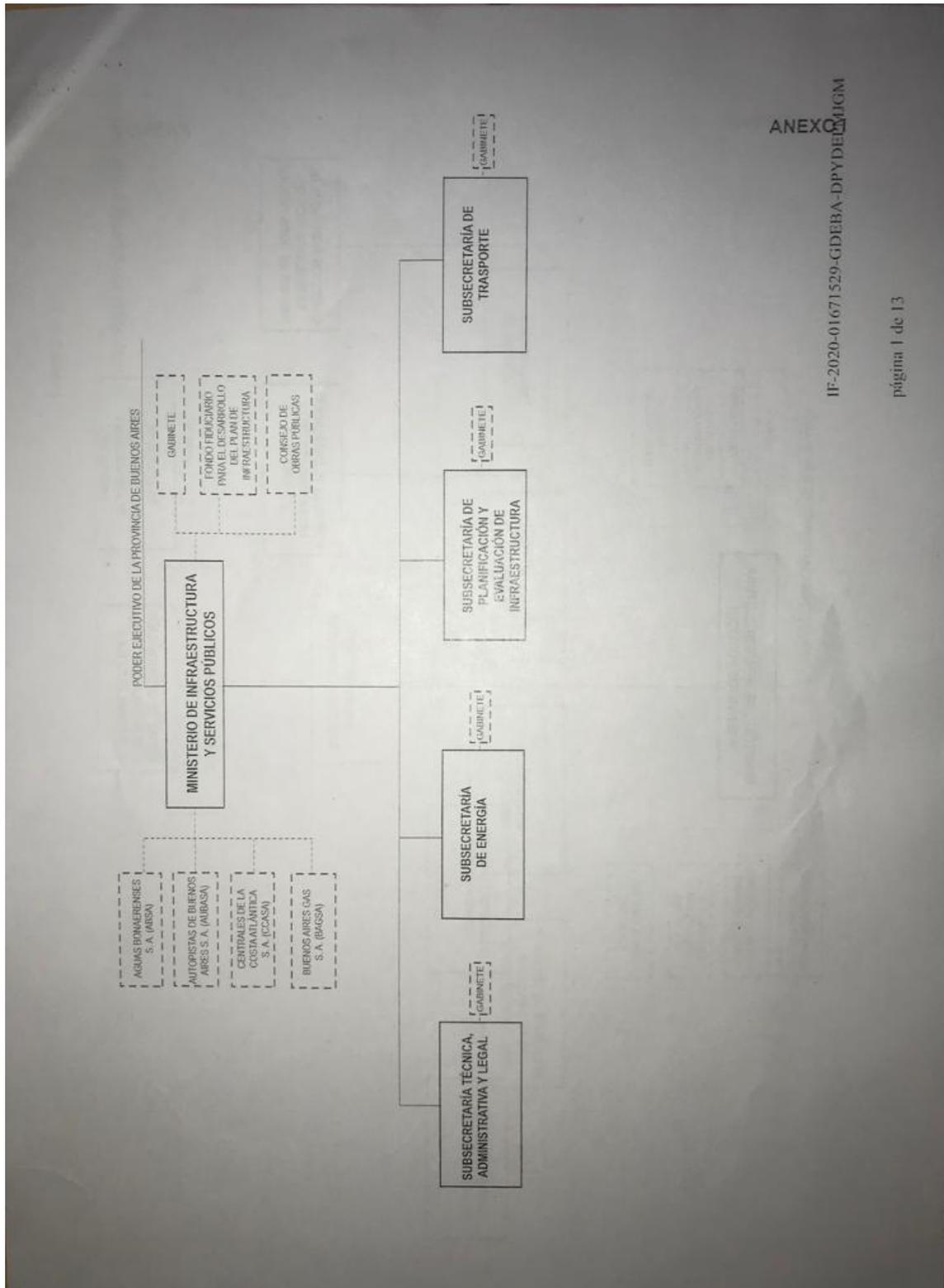
**ARTÍCULO 13.** Registrar, comunicar, publicar, dar al Boletín Oficial y al SINBA. Cumplido, archivar.

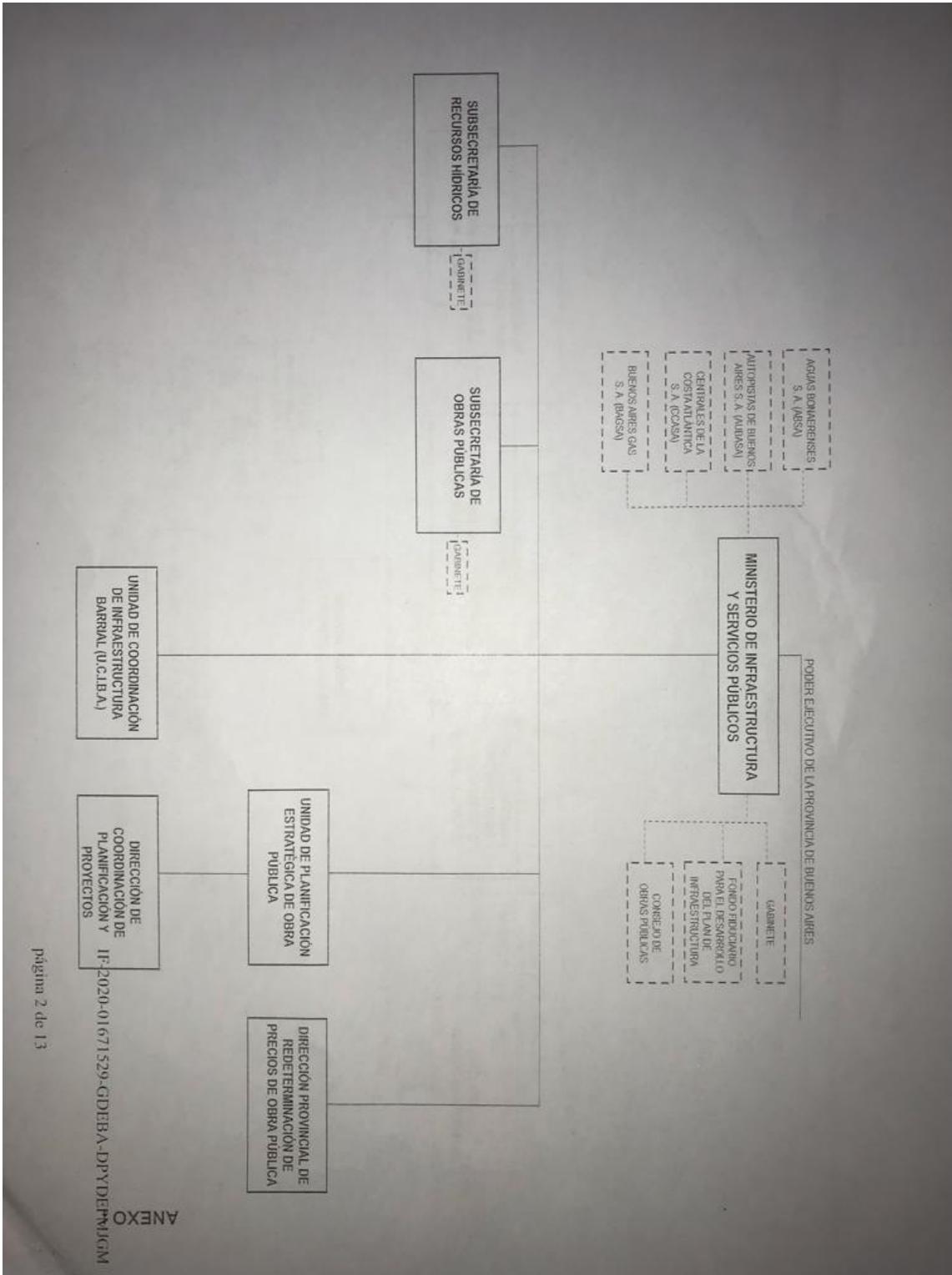
Digitally signed by SIMONE Agustín Pablo  
Date: 2020.01.24 17:13:04 ART  
Location: Provincia de Buenos Aires  
Agustín Pablo Simone  
Ministro  
Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos

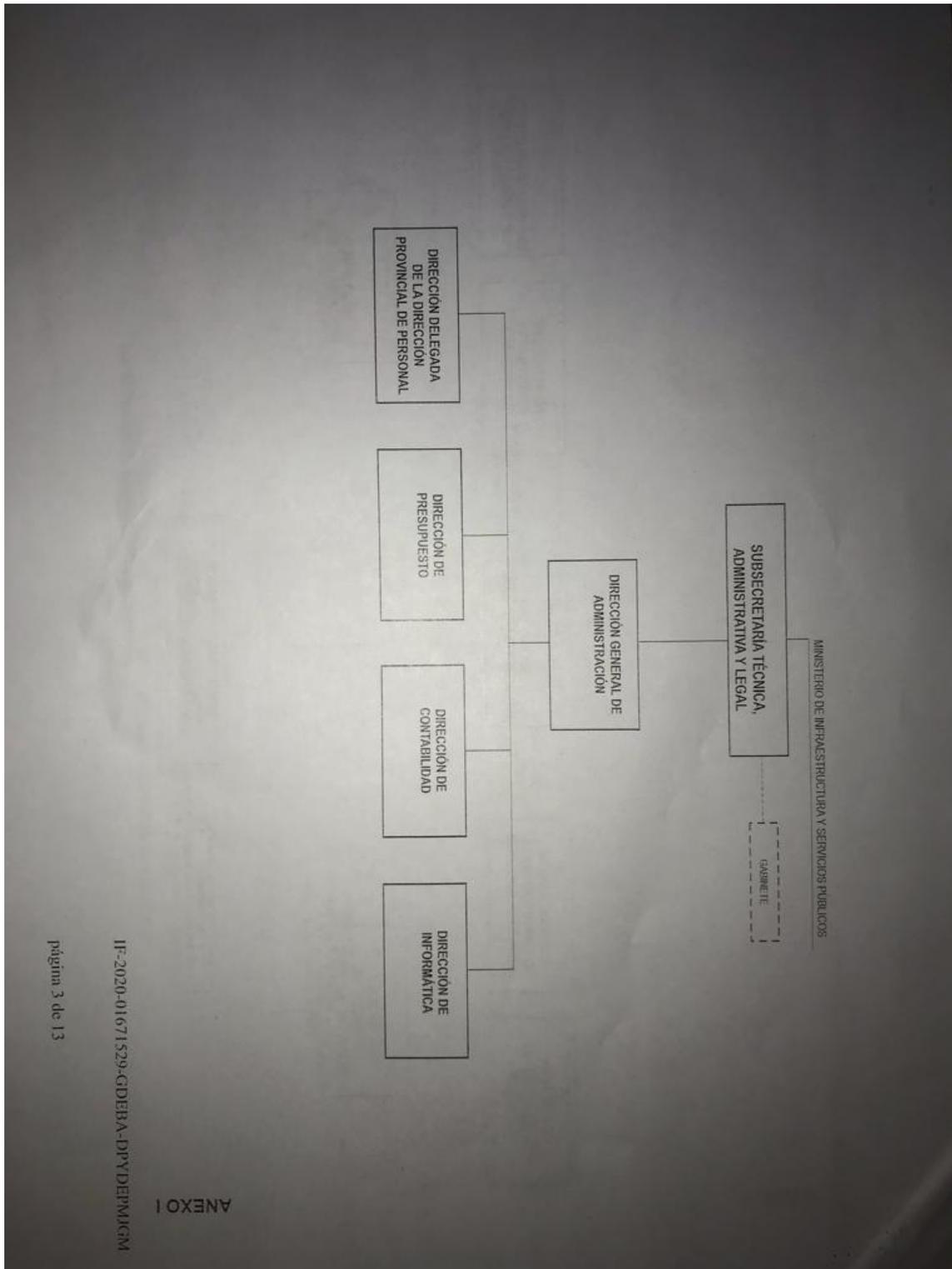
Digitally signed by LOPEZ Pablo Julio  
Date: 2020.01.24 17:15:30 ART  
Location: Provincia de Buenos Aires  
Pablo Julio López  
Ministro  
Ministerio de Hacienda y Finanzas

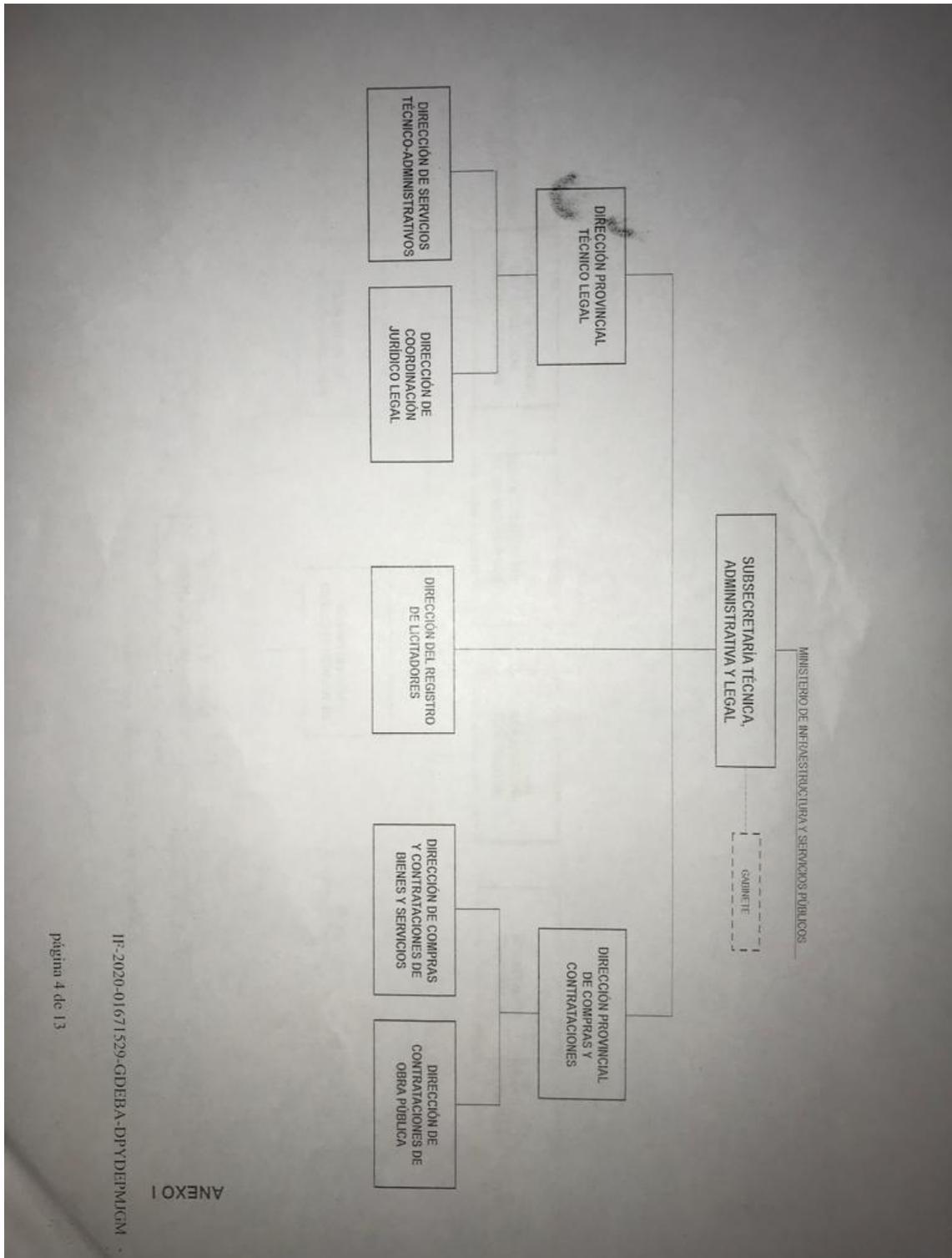
Digitally signed by BIANCO Carlos Alberto  
Date: 2020.01.27 16:48:53 ART  
Location: Provincia de Buenos Aires  
Carlos Alberto Bianco  
Ministro  
Ministerio de Jefatura de Gabinete de Ministros

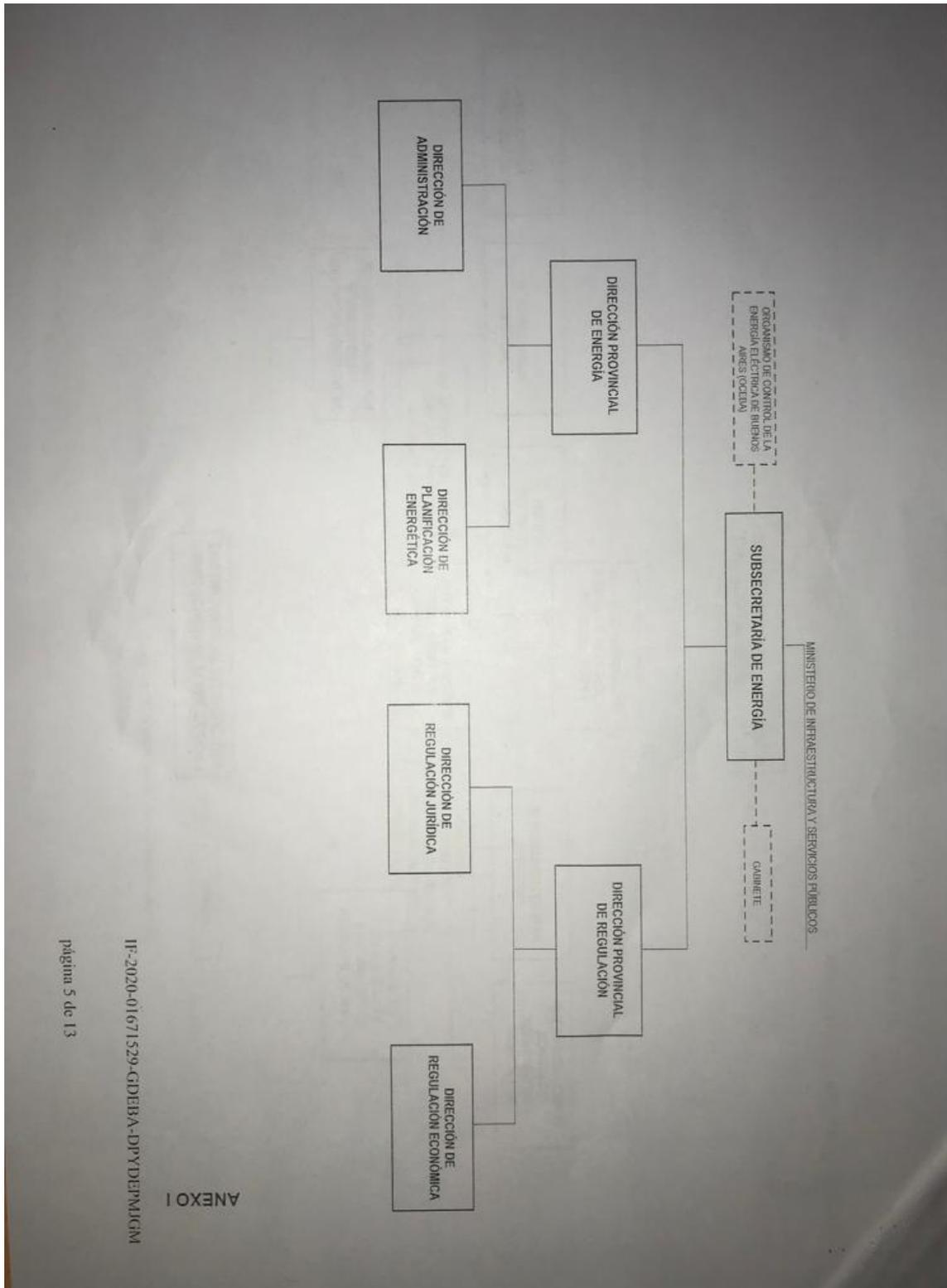
Digitally signed by KICILLOF Axel  
Date: 2020.01.27 20:51:23 ART  
Location: Provincia de Buenos Aires  
Axel Kicillof  
Governador  
Gobierno de la Provincia de Buenos Aires









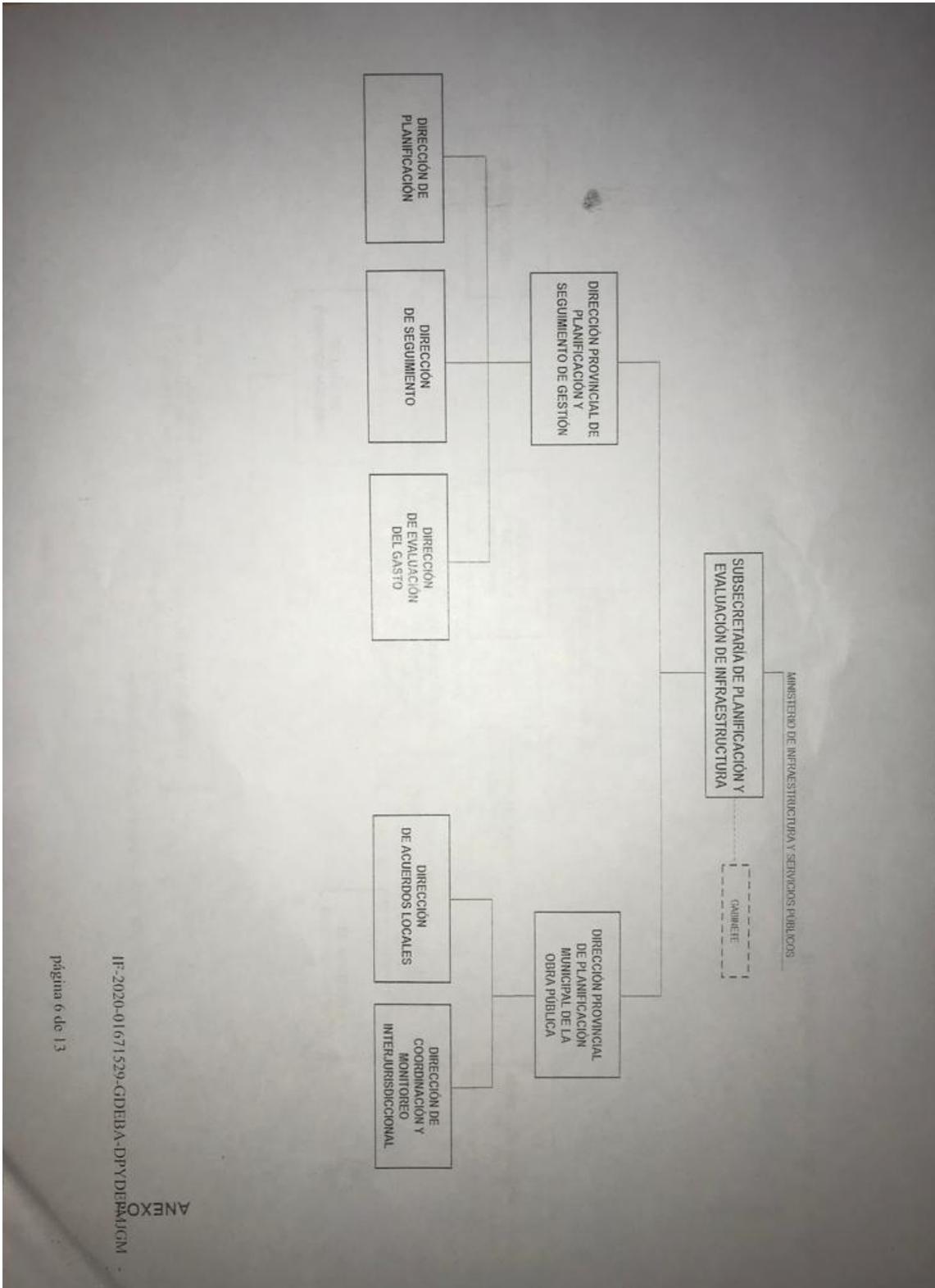


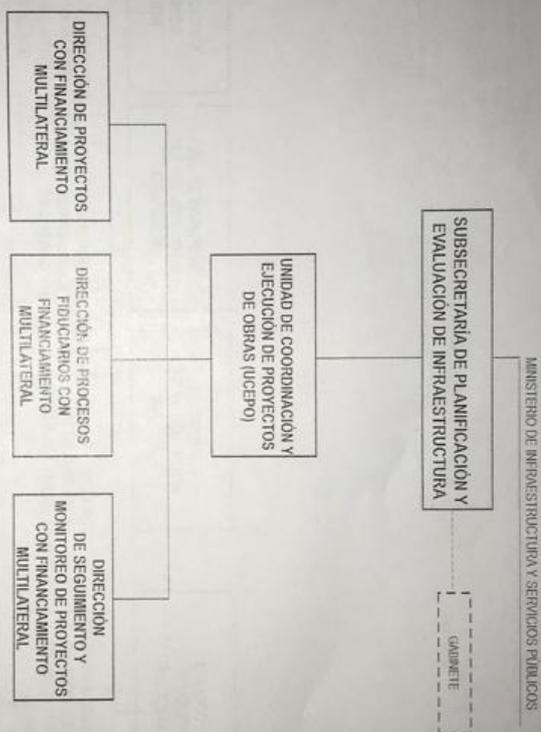
ANEXO I

II-2020-01671529-GDEBA-DPYDPMJGM

página 5 de 13

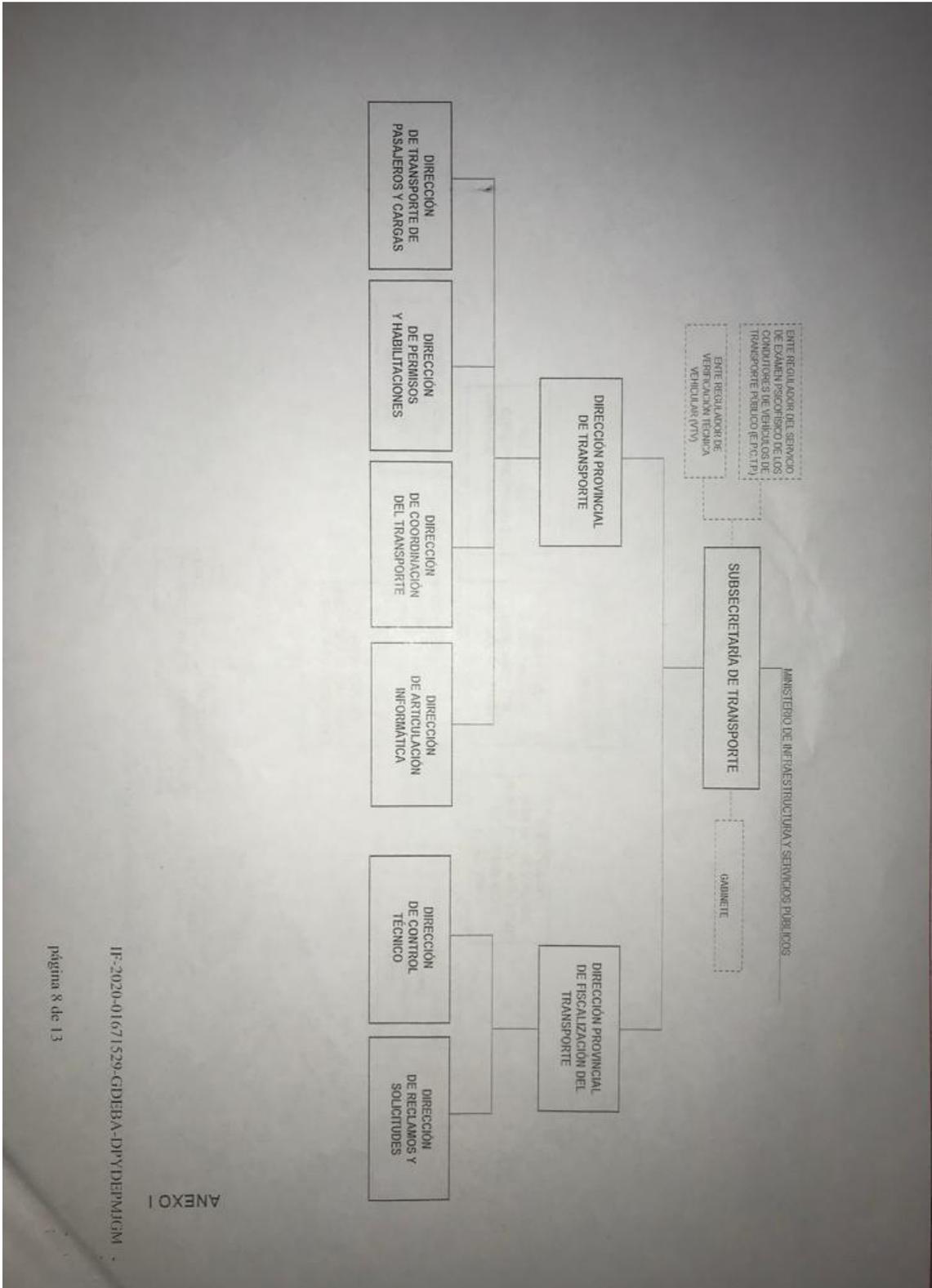
El rol de las RR.PP. en las políticas públicas con perspectiva de género.  
Caso: Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos de la Provincia de Buenos Aires

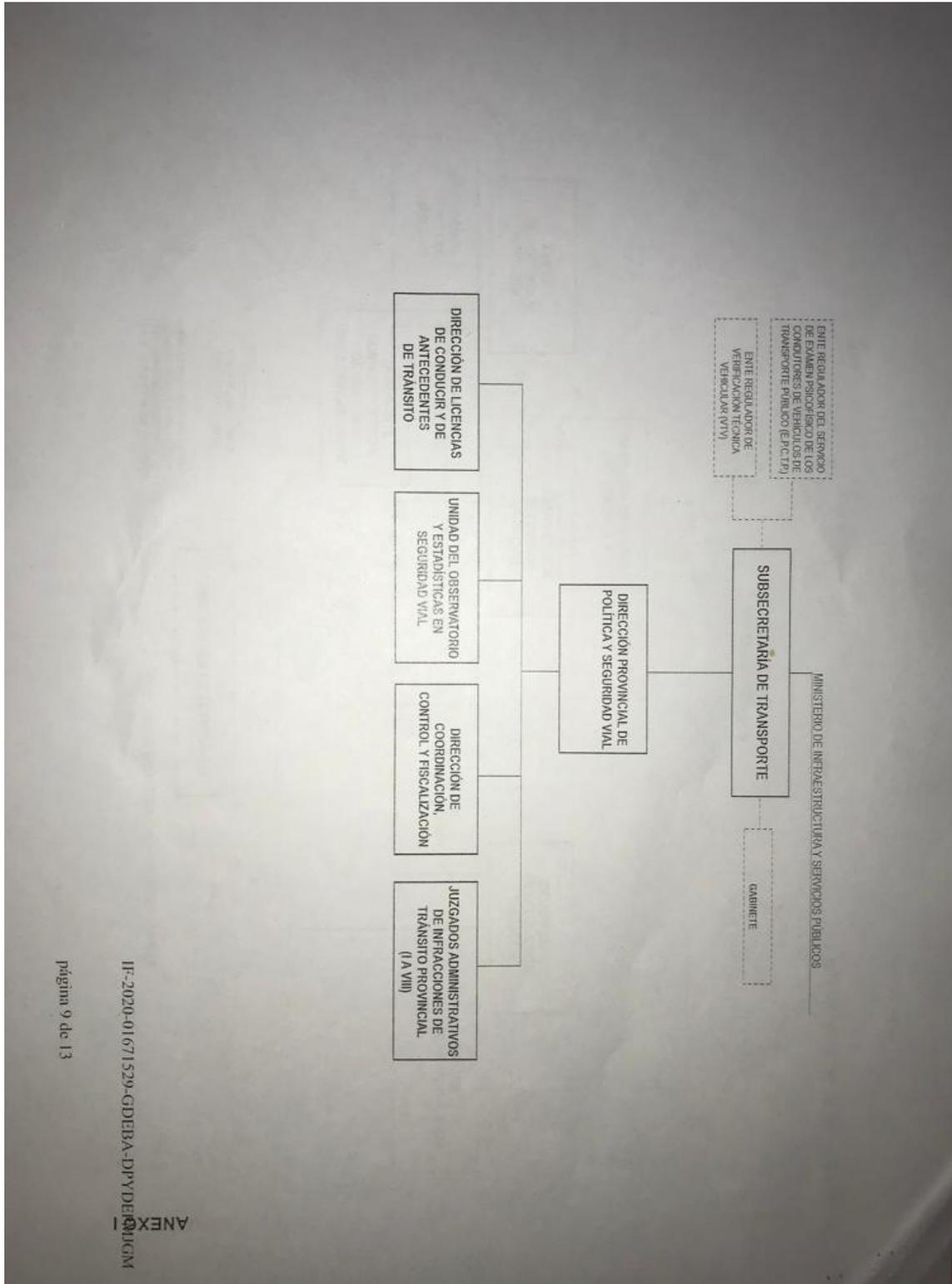


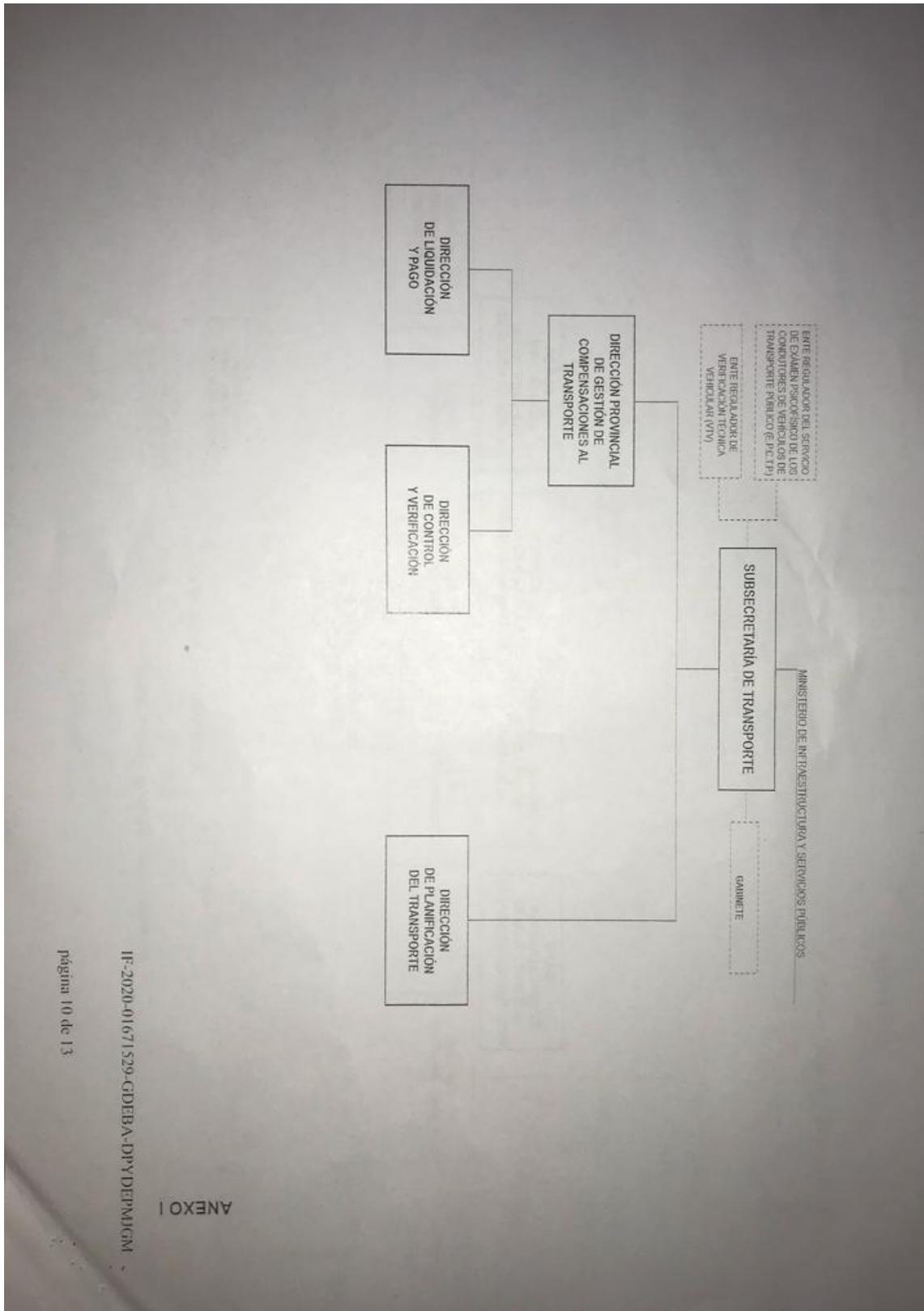


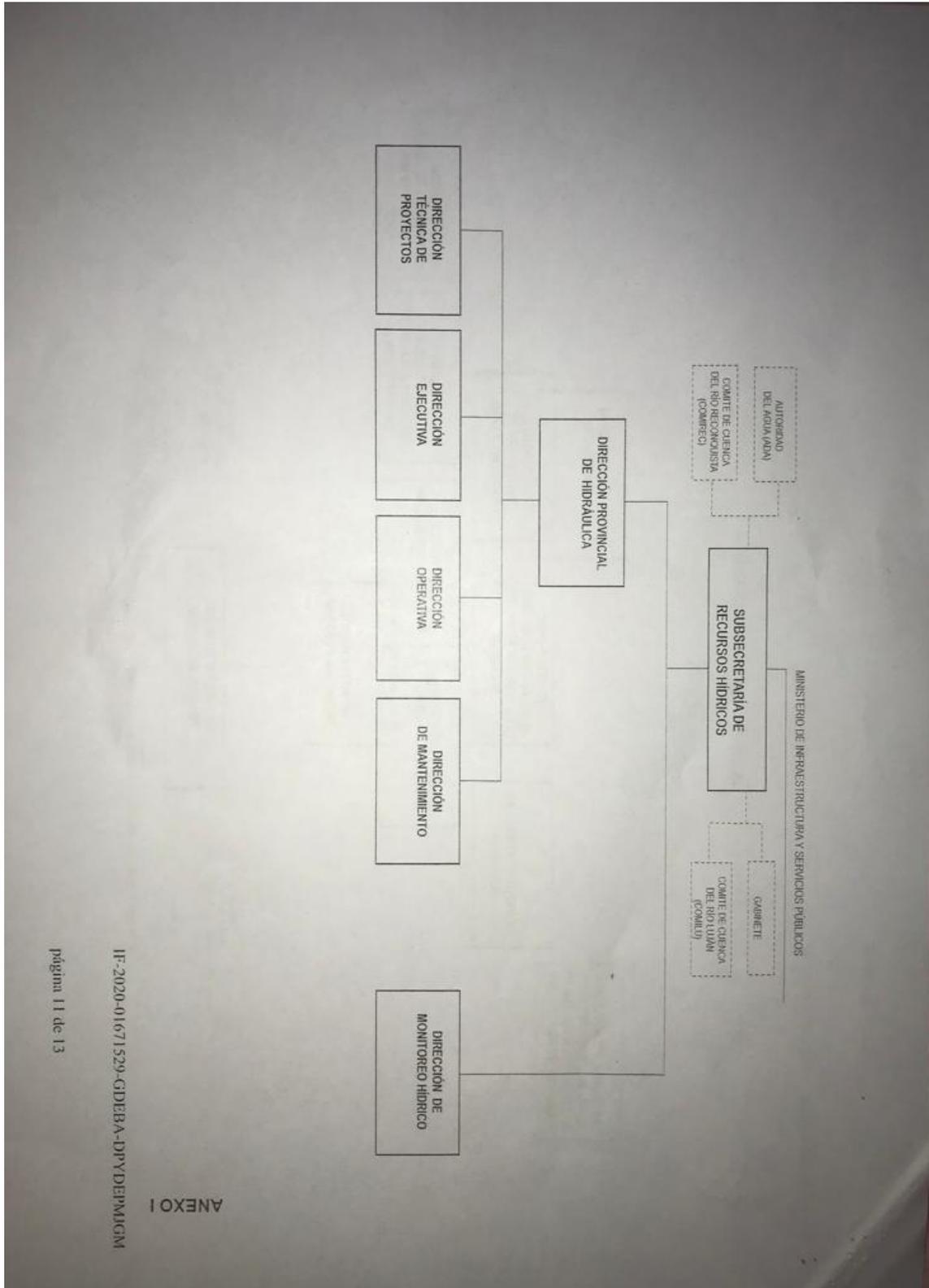
ANEXO  
IF-2020-01671529-GDEBA-DP Y DEBA/LGM

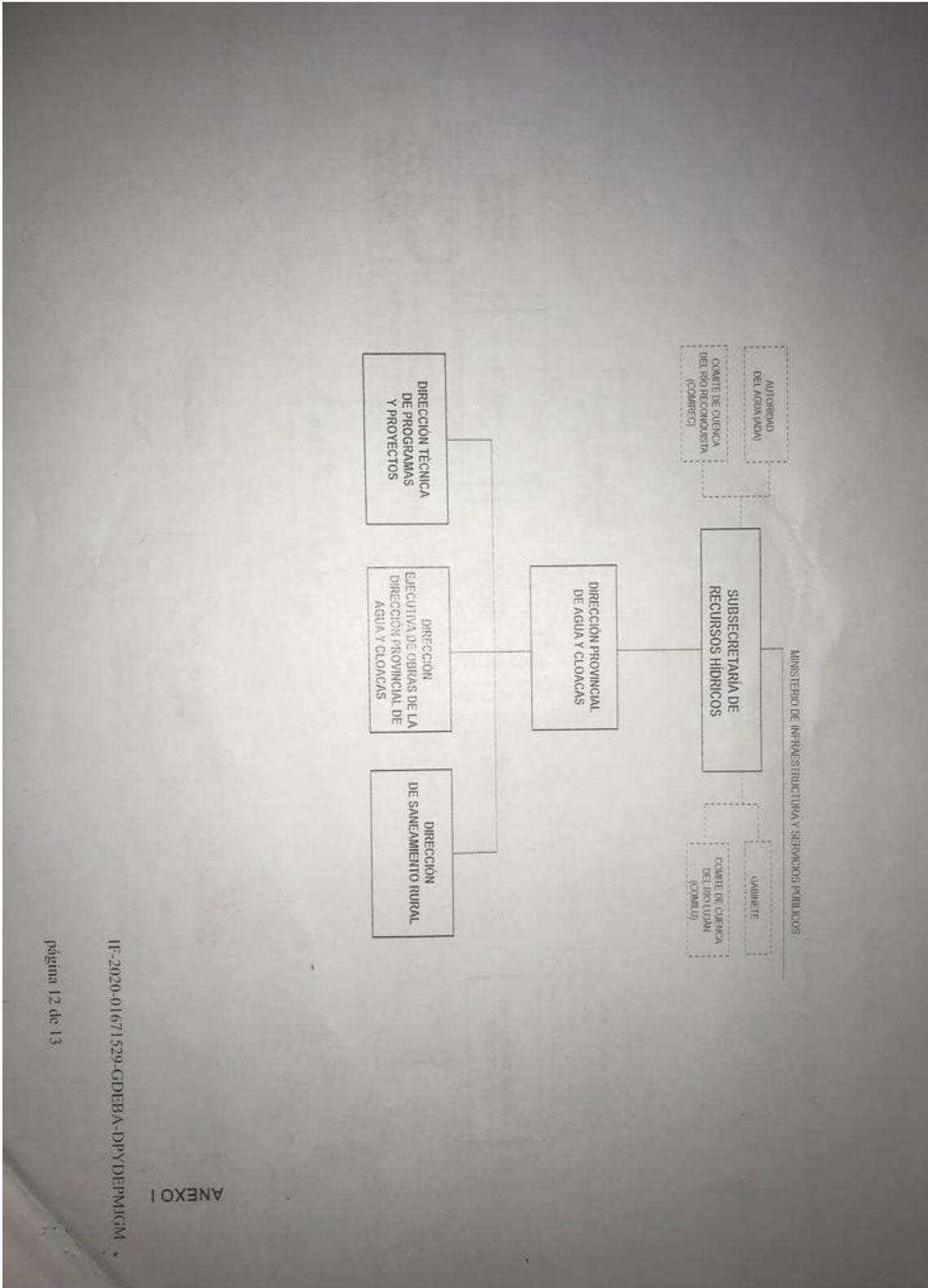
página 7 de 13

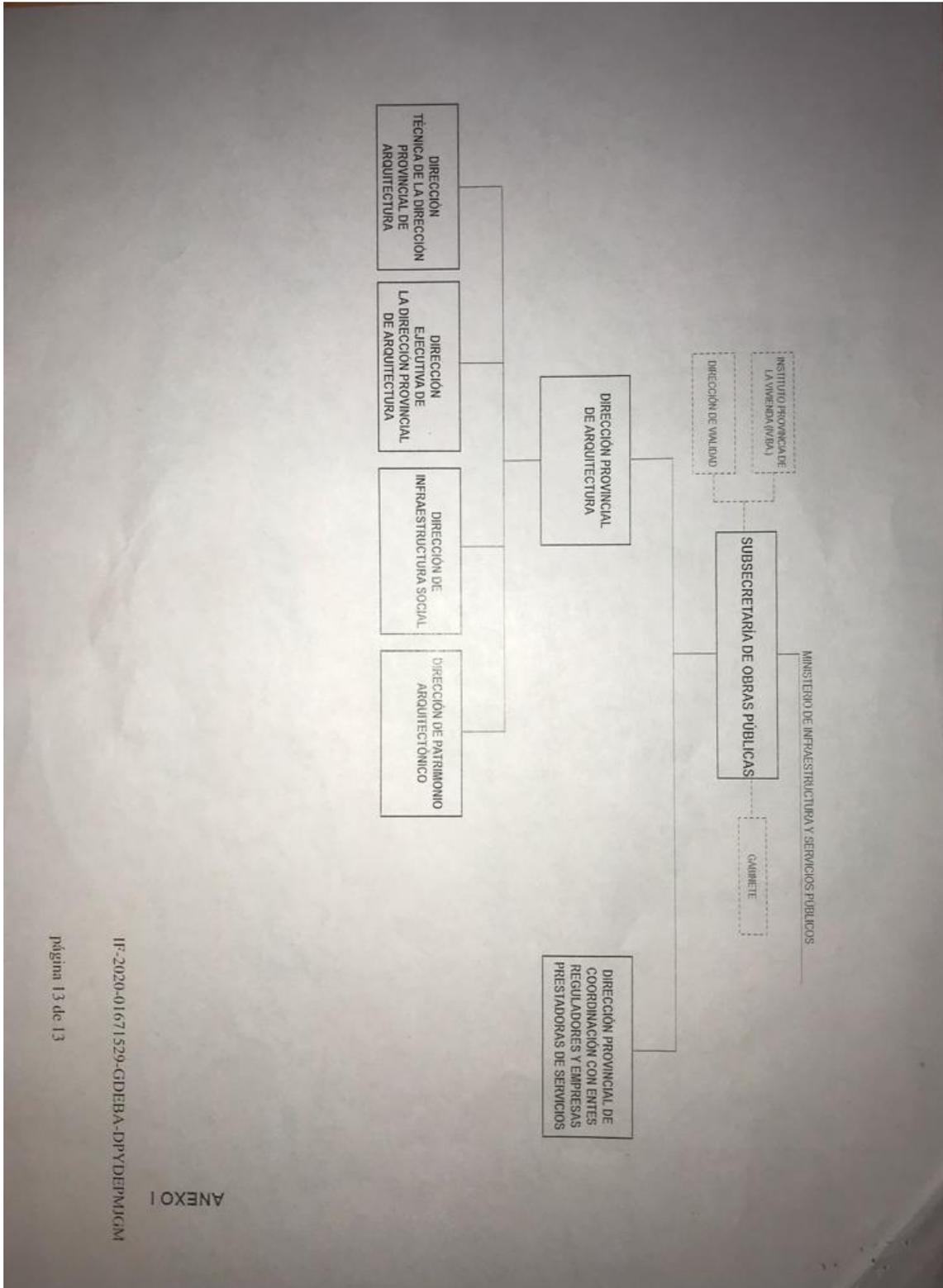








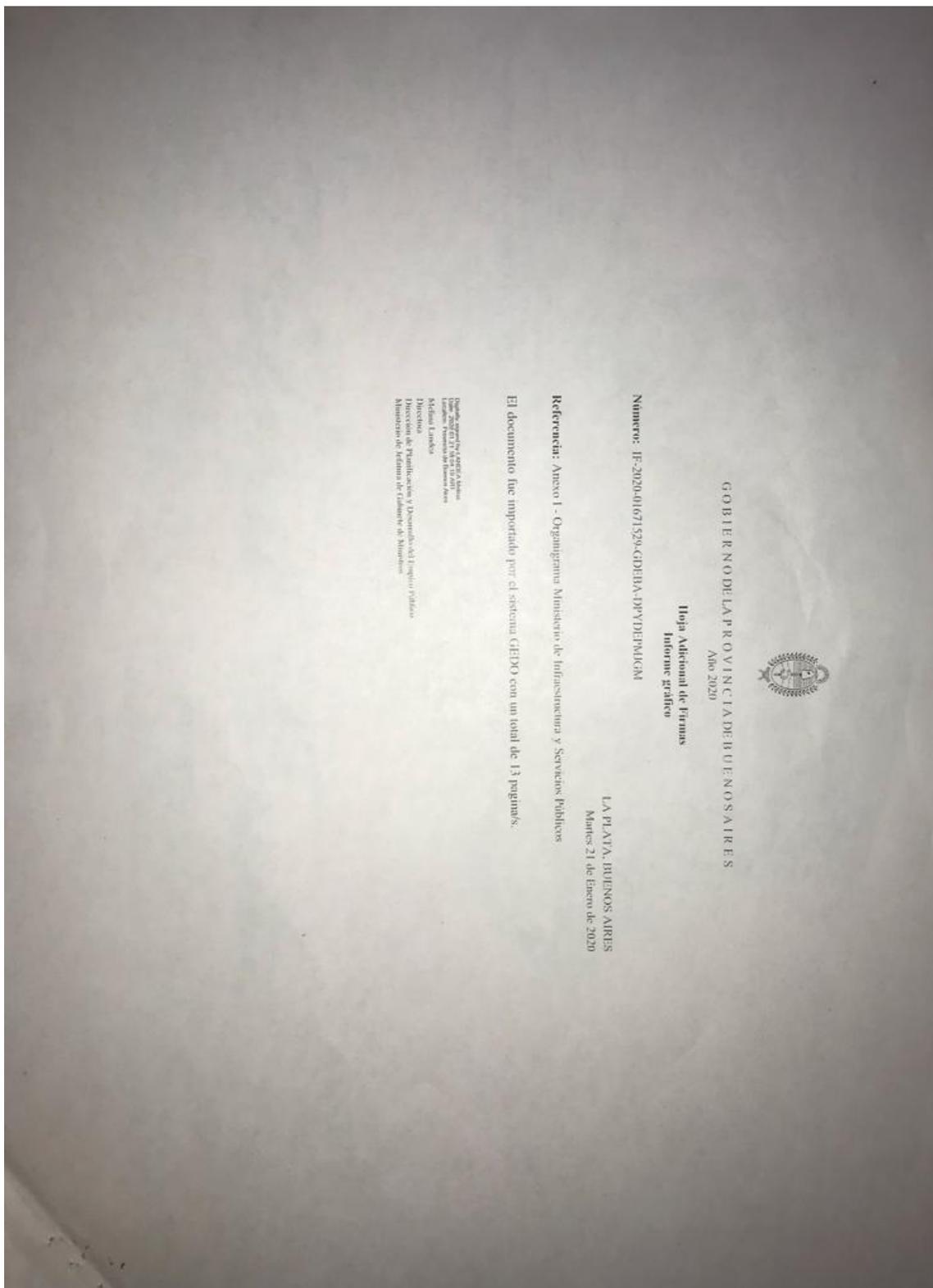




ANEXO I

IF-2020-01671529-GDEBA-DPYDEPMJGM

página 13 de 13



## ANEXO II

### Modelo de encuesta

Estimadxs trabajadorxs del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos de la Pcia. de Buenos Aires (MlySP), el siguiente instrumento tiene como objeto recoger información de su percepción sobre los medios de difusión y transmisión de información utilizados para promover las actividades con perspectiva de género realizadas en el ministerio. Los datos recabados serán utilizados para fines académicos en la elaboración de una tesis titulada “El rol de las RR.PP. en las políticas públicas con perspectiva de género”. La encuesta es anónima y responderla sólo toma unos minutos de su tiempo. Gracias por su colaboración.

#### 1- Género / Identidad autopercebida:

\_\_\_\_\_

#### 2- Edad: \_\_\_\_\_

#### 3- Nivel de Estudios alcanzados: (indique con una x)

a) Primario\_\_\_\_\_

b) Secundario\_\_\_\_\_

c) Terciario\_\_\_\_\_

d) Universitario\_\_\_\_\_

e) Posgrado\_\_\_\_\_

#### 4- Antigüedad laboral \_\_\_\_\_ años

#### 5- Grupo al que pertenece/rol/status: (indique con una x)

a) Personal jerárquico\_\_\_\_\_

b) Personal administrativo\_\_\_\_\_

c) Personal de maestranza\_\_\_\_\_

d) Personal de seguridad\_\_\_\_\_

#### 6-¿Asiste a las actividades con perspectiva de género organizadas por el MlySP?

SI\_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ (si la respuesta es negativa, diga por qué y continúe en la pregunta 12)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**7-¿Las actividades con perspectiva de género realizadas por el MlySP le resultan interesantes?**

SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_ (si la respuesta es negativa, diga por qué)

---

---

---

**8-Ordene las siguientes actividades de acuerdo a su interés en participar en las mismas. (Utilice números del 1 al 5, considerando que 1 es el valor de más interés)**

- Mesa de Mujeres y disidencias\_\_\_\_\_
- Reuniones de género por zoom\_\_\_\_\_
- Capacitación en género (Ley Micaela)\_\_\_\_\_
- Capacitación para implementar el lenguaje inclusivo\_\_\_\_\_
- Elaboración de protocolo con perspectiva de género\_\_\_\_\_

**9-¿Con qué frecuencia asiste a las actividades con perspectiva de género realizadas por el MlySP?**

- a) Una vez al mes\_\_\_\_\_
- b) Eventualmente\_\_\_\_\_
- c) Casi nunca\_\_\_\_\_

**10-¿Cuáles considera que son aspectos positivos de las actividades con perspectiva de género a las que asistió?**

---

---

---

---

---

**11-¿Cuáles considera que son los aspectos negativos de las actividades con perspectiva de género a las que asistió?**

---

---

---

---

---

**12- ¿Qué aspectos incorporaría a las actividades para hacerlas más atractivas / interesantes?**

---

---

---

---

---

**13-¿Qué actividades con perspectiva de género quisiera que se integraran a las que ya se realizan en el MlySP?**

---

---

---

---

---

**14-¿Conoce cuáles son los medios oficiales de difusión de información utilizados por el MlySP?**

SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_ (si la respuesta es negativa, pasar a la pregunta 20).

**15-Nombre alguno de los medios oficiales.**

---

---

---

---

---

**16-Considere el siguiente planteo que se presenta a continuación y mencione si cree que está de acuerdo: “El MlySP brinda información acerca de los eventos, programas, capacitaciones con perspectiva de género que se realizan en el organismo estatal”.**

- a) Totalmente de acuerdo\_\_\_\_\_
- b) Medianamente de acuerdo\_\_\_\_\_
- c) Totalmente en desacuerdo\_\_\_\_\_

**17-¿Considera que la información referente a las actividades con perspectiva de género realizadas, es clara?**

SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

**18-¿Considera que la información referente a las actividades con perspectiva de género realizadas, es completa?**

SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

**19-¿Cómo se entera de los eventos?**

- a) Invitación de compañerxs de trabajo\_\_\_\_\_
- b) Actividad publicada en la página web\_\_\_\_\_
- c) Redes Sociales (Twitter y Facebook)\_\_\_\_\_
- d) Cartelería externa\_\_\_\_\_
- e) Blog\_\_\_\_\_
- f) Medios Impresos\_\_\_\_\_

**20-¿Cuál es el principal medio que utiliza para informarse de los eventos?**

- a) Por compañerxs de trabajo (pasar a la pregunta 23)
- b) Página Web\_\_\_\_\_
- c) Carteles informativos\_\_\_\_\_
- d) Redes Sociales\_\_\_\_\_
- e) Correo electrónico\_\_\_\_\_
- f) Medios impresos\_\_\_\_\_
- g) Blog\_\_\_\_\_

**21-¿Con qué frecuencia accede a este medio?**

- a) Diariamente\_\_\_\_\_
- b) Más de dos veces por semana\_\_\_\_\_
- c) Una vez por semana\_\_\_\_\_
- d) Cada dos semanas\_\_\_\_\_
- e) Una vez al mes\_\_\_\_\_
- f) Casi nunca\_\_\_\_\_

**22-Indique en orden de interés, los medios que utiliza regularmente en su vida cotidiana (utilice los números del 1 al 9 considerando que el 1 es de mayor interés y no coloque nada si no utiliza el medio).**

- Twitter\_\_\_\_\_
- Facebook\_\_\_\_\_
- Instagram\_\_\_\_\_
- YouTube\_\_\_\_\_
- Correo electrónico\_\_\_\_\_

- Aplicaciones\_\_\_\_\_
- Medios impresos\_\_\_\_\_
- Página web y blogs\_\_\_\_\_
- Medios audio-visuales\_\_\_\_\_

**23-¿A través de qué medios le gustaría obtener información sobre las actividades con perspectiva de género realizadas en el MlySP?**

- a) Boletines o medios impresos\_\_\_\_\_
- b) Carteles\_\_\_\_\_
- c) Medios audiovisuales\_\_\_\_\_
- d) Redes Sociales\_\_\_\_\_
- e) Correo Electrónico\_\_\_\_\_
- f) Aplicaciones (tablets y smartphones)\_\_\_\_\_
- g) Otro:\_\_\_\_\_

**24-¿Considera que a las actividades con perspectiva de género realizadas en el MlySP se les está realizando una difusión efectiva?**

SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

**25-¿Conoce con cuánto tiempo de anterioridad se publican las fechas de las actividades con perspectiva de género en el MlySP?**

SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_ (si la respuesta es sí, indique cuanto)

\_\_\_\_\_

**26-¿Con cuánto tiempo de anterioridad le gustaría recibir información de las actividades con perspectiva de género organizadas por el MlySP?**

- a) Un día antes
- b) Una semana antes
- c) Quince días antes
- d) Un mes antes

**27-¿Considera que recibe suficiente información acerca de las actividades con perspectiva de género realizadas en el MlySP?**

SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_



## Resultados de las Encuestas

### 1 Género

	Femenino	Masculino	No binario
1	X		
2	X		
3		X	
4		X	
5	X		
6	X		
7	X		
8	X		
9		X	
10	X		
11	X		
12	X		
13	X		
14	X		
15	X		
16	X		
17	X		
18		X	
19	X		
20	X		
21	X		
22	X		
23	X		
24	X		
25	X		
26		X	
27	X		
28	X		
29	X		
30		X	
31	X		
32		X	
33	X		
34	X		
35	X		
36		X	
37		X	
38	X		
39			
40		X	X
41		X	
42			
43	X		X
44		X	
45			
46		X	X
47		X	
48		X	
49	X		
50		X	
51	X		
52	X		
53	X		
54	X		
55	X		
56		X	
57	X		
58	X		
59	X		
60	X		
61	X		
62		X	
63	X		
64	X		
65	X		
66		X	
67	X		
	<b>45</b> fem.	<b>19</b> masc.	<b>3</b> no binario

## 2 Edad

	19 - 30	31 - 50	Más de 50
1			X
2	X		
3		X	
4		X	
5		X	
6		X	
7	X		
8		X	
9		X	
10		X	
11		X	
12		X	
13	X		
14		X	
15			X
16			X
17		X	
18	X		
19		X	
20		X	
21		X	
22			X
23		X	
24		X	
25		X	
26		X	
27		X	
28		X	
29		X	
30		X	
31	X		
32		X	
33			X
34			X
35			X
36		X	
37		X	
38		X	
39	X		
40	X		
41		X	
42	X		
43	X		
44	X		
45	X		
46	X		
47			
48		X	
49	X		
50		X	
51	X		
52	X		
53	X		
54		X	
55		X	
56		X	
57		X	
58		X	
59			X
60			X
61		X	
62	X		
63	X		
64		X	
65		X	
66		X	
67		X	
	18	39	9
	19-30	31-50	más de 50

### 3 Nivel de estudios alcanzados

	a	b	c	d	e	
	primario	secundario	terciario	universitario	posgrado	
1						
2				X		
3				X		
4						
5				X		
6				X		
7				X		
8				X		
9				X		
10				X		
11		X				
12			X			
13		X				
14		X				
15		X				
16		X				
17		X				
18		X				
19			X			
20				X		
21				X		
22					X	
23		X				
24		X				
25				X		
26		X				
27		X				
28		X				
29				X		
30		X				
31				X		
32		X				
33				X		
34		X				
35		X				
36		X				
37		X				
38				X		
39			X			
40			X			
41				X		
42			X			
43		X				
44		X				
45			X			
46		X				
47						
48		X				
49			X			
50		X				
51				X		
52				X		
53			X			
54		X				
55			X			
56			X			
57			X			
58				X		
59				X		
60				X		
61			X			
62			X			
63			X			
64				X		
65				X		
66					X	
67			X			
	0	24	15	23	4	Totales
	primario	secundario	terciario	universitario	posgrado	

## 4 Antigüedad laboral

Años	de 0 a 10	de 11 a 20	de 21 a 30	Más de 31
1		X		
2	X			
3				
4	X			
5		X		
6		X		
7				
8			X	
9		X		
10		X		
11		X		
12	X			
13	X			
14	X			
15		X		
16			X	
17	X			
18	X			
19			X	
20		X		
21	X			
22			X	
23		X		
24		X		
25			X	
26	X			
27	X			
28		X		
29	X			
30				
31	X			
32	X			
33			X	
34				X
35				X
36		X		
37	X			
38		X		
39	X			
40	X			
41	X			
42	X			
43	X			
44	X			
45	X			
46	X			
47				
48		X		
49	X			
50		X		
51	X			
52	X			
53		X		
54	X			
55	X			
56		X		
57		X		
58		X		
59			X	
60			X	
61		X		
62		X		
63	X			
64	X			
65	X			
66		X		
67		X		
	<b>31</b>	<b>23</b>	<b>8</b>	<b>2</b>
	Antigüedad de 0 a 10	de 11 a 20	de 21 a 30	Más de 31

## 5 Grupo al que pertenece / rol / status

	Grupo:			
	a Jerárquico	b administrativo	c maestranza	d seguridad
1		X		
2		X		
3		X		
4		X		
5	X			
6		X		
7		X		
8		X		
9		X		
10		X		
11		X		
12		X		
13		X		
14		X		
15		X		
16		X		
17		X		
18				X
19		X		
20		X		
21		X		
22		X		
23		X		
24		X		
25		X		
26		X		
27		X		
28		X		
29		X		
30		X		
31			X	
32				X
33		X		
34		X		
35		X		
36		X		
37		X		
38		X		
39	X			
40		X		
41	X			
42		X		
43			X	
44			X	
45		X		
46			X	
47				
48		X		
49		X		
50		X		
51		X		
52		X		
53		X		
54		X		
55				X
56				X
57		X		
58		X		
59		X		
60		X		
61		X		
62		X		
63		X		
64	X			
65		X		
66	X			
67				
<b>Totales</b>	<b>5</b>	<b>52</b>	<b>X</b> <b>5</b>	<b>4</b>
<b>Grupos</b>	<b>Jerárquico</b>	<b>administrativo</b>	<b>maestranza</b>	<b>seguridad</b>

## 6 ¿Asiste a las actividades de género organizadas por el MlySP?

	SI	NO	Si la respuesta es negativa diga el por qué? Y pase a la pregunta 12
1		X	No estaba enterada.
2		X	Porque no me llegó ninguna difusión al respecto.
3		X	No son de mi interés.
4		X	
5		X	No he recibido info de
6		X	Desconozco
7		X	
8		X	
9		X	En general no llegan las convocatorias.
10		X	No me entero.
11	X		
12		X	Porque no tuve conocimiento de esas actividades.
13		X	Nunca me entero.
14		X	Porque no tengo conocimiento de las mismas.
15			
16		X	
17		X	Porque nunca me enteré.
18		X	Porque no estaba enterado.
19		X	No tengo mucha información.
20	X		
21	X		
22		X	
23		X	No conozco las actividades.
24		X	En ocasiones por falta de tiempo.
25		X	No me han invitado.
26		X	No estoy enterado.
27		X	No me interesa.
28		X	Porque no me entero.
29		X	No estaba enterada de esas actividades y tampoco es de mi interés.
30		X	No me entero.
31		X	No tenía conocimiento de que se realizaba.
32	X		
33		X	
34		X	No asisto por falta de tiempo.
35	X		
36		X	No estaba enterado al respecto.
37		X	Porque no me entero cuando son, ni me genera mucho interés.
38		X	No me entero.
39	X		
40		X	No sabía que se hacían.
41	X		
42	X		
43		X	No estaba al tanto.
44		X	No sabía.
45	X		
46		X	No sabía que se hacían.
47		X	
48		X	No tenía idea de esto.
49	X		
50		X	no sabía.
51	X		
52	X		
53		X	No estaba enterada.
54	X		
55		X	No, por falta de tiempo.
56		X	No sabía nada.
57		X	
58		X	
59		X	No, estaba al tanto.
60		X	Nunca me invitaron.
61	X		Solo Ley Micaela
62		X	No sabía de las actividades.
63	X		Ni Una Menos
64	X		
65	X		
66	X		
67		X	No tenía conocimiento.
	<b>18</b>	<b>47</b>	<b>18 afirmativos</b> <b>47 negativos</b>

**7** ¿Las actividades con perspectiva de género realizadas por el MlySP le resultan interesantes? Si la respuesta es negativa diga ¿por qué?

	SI	NO	¿Por qué?
1	x		
2	x		
3			
4			
5			
6	x		
7			
8			
9	x		
10			
11		x	La única a la que nos convocaron fue a la capacitación de la Ley Micaela y considero que no se le dio la importancia que debería tener.
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19		x	No me enteré de ninguna.
20	x		
21	x		
22		x	No se realizan.
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			
31	x		
32	x		
33	x		Sí me parece interesante que se incorpore a actividades cotidianas a visibilizar una perspectiva diferente. No sé, nunca fui a ninguna.
34			
35	x		
36	x		
37			No conozco ni escuché de los temas que se tratan.
38			
39	x		
40			Desconozco.
41	x		
42	x		
43			
44			
45	x		
46			
47			
48			
49	x		
50			
51	x		
52	x		
53			
54	x		
55			No he asistido.
56			Nunca fui.
57			No conozco.
58			No asisti.
59			
60			
61	x		
62			No asisto.
63	x		
64	x		
65	x		
66	x		
67			
	<b>24</b>	<b>3</b>	
			<b>24 afirmativos</b>
			<b>3 negativos</b>

**8** Ordene las siguientes actividades de acuerdo a su interés en participar en las mismas del 1 al 5, siendo 1 el de mayor interés.

	a	b	c	d	e
	Mesa de mujeres y disidencias	Reuniones de género por Zoom	Capacitación en género (Ley Micaela)	Capacitación para impl. Leng. Inclusivo	Elaboración de protocolo c/perspectiva de género
1	2	3	1	5	4
2	1	5	2	4	3
3					
4	3	4	1	5	2
5	3	4	1	5	2
6	3	5	1	4	2
7					
8					
9	1	5	3	4	2
10					
11	1	4	3	5	2
12	3	4	2	5	1
13	2	4	3	5	1
14					
15					
16					
17					
18	5		4	1	5
19	3	4	1	5	2
20	2	5	1	4	3
21	2	4	1	5	3
22	4	1	5	2	3
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31	4	3	1	5	2
32	5	4	1	2	3
33				1	
34	1	5	4	3	2
35					
36	2	4	3	5	1
37	5	1	2	3	4
38					
39	4	5	1	2	3
40					
41			1		2
42				1	2
43	3	4	5		
44					
45	4	5	3	1	2
46					
47					
48					
49	3	4	1	5	2
50					
51	2	4	3	5	1
52	3	4	1	5	2
53					
54	3	4	1	5	2
55					
56					
57					
58					
59					
60					
61	3	4	1	5	2
62					
63	3	4	1	5	2
64	4	3	1	5	2
65	3	4	2	5	1
66	2	4	3	5	1
67					

**9** ¿Con qué frecuencia asiste a las actividades con perspectivas de género realizadas por el MlySP?

	a una vez al mes	b eventualmente	c casi nunca
1			X
2			X
3			
4			
5			X
6		X	
7			
8			
9			X
10			
11		X	
12			X
13			X
14			
15			
16			
17			
18			
19			X
20		X	
21		X	
22			X
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			
31			X
32			X
33			X
34			Nunca
35			X
36			X
37			X
38			
39	X		
40			
41		X	
42		X	
43			
44			
45		X	
46			
47			
48			
49		X	
50			
51		X	
52		X	
53			
54		X	
55			
56			
57			
58			
59			
60			
61		X	
62			
63		X	
64		X	
65		X	
66		X	
67			

		<b>1</b>	una vez al mes	<b>16</b>	eventual	<b>14</b>	casi nunca
--	--	----------	----------------	-----------	----------	-----------	------------

## 10 ¿Cuáles considera que son aspectos positivos de las actividades con perspectiva de género a las que asistió?

1	Visibilización de problemáticas/situaciones/conflictos vividos por las compañeras.
2	
3	
4	
5	Nunca asistí.
6	
7	
8	
9	Informar a empleados y personal jerárquico sobre protocolos.
10	
11	La posibilidad de encuentro con las compañeras interesadas en el tema.
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	Se visibiliza la problemática. Se comparten experiencias y estrategias de abordaje.
21	Visibilizar la temática, encontrarnos entre trabajadoras.
22	No asisto.
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	
31	Conocimiento en defensa personal. Conocimiento del cuerpo femenino.
32	El abordaje a situaciones de género y familiares
33	Asistí a muy pocas, lo interesante es que de a poco se vaya incorporando las personas que están excluidas y que
34	
35	No asistí.
36	Nunca asistí.
37	
38	
39	La información que fluye en el grupo y la retroalimentación. Surgen ideas y propuestas que luego se irán implementando.
40	
41	La concientización de la problemática.
42	La puesta en común de la problemática de género.
43	
44	
45	La escucha.
46	
47	
48	
49	Puesta en común.
50	
51	Visibilizar los problemas de las mujeres.
52	Planteos y propuestas.
53	
54	Reconocernos en los mismos problemas.
55	
56	
57	
58	
59	
60	
61	Capacitación Ley Micaela, estuvo buena pero hay que profundizar en la problemática.
62	
63	Participé de la marcha Ni Una Menos, fue emotiva y nos fortalecimos para seguir avanzando en las capacitaciones.
64	
65	
66	Visibilización y concientización.
67	

## 11 ¿Cuáles considera que son aspectos negativos de las actividades con perspectiva de género a las que asistió?

1	
2	Que sean sólo dirigidas a mujeres. Las masculinidades también deben ser parte de la construcción de nuevas formas de trabajar.
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	Ninguno.
10	
11	La falta de compromiso en la continuidad.
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	No asisto.
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	
31	El lenguaje inclusivo.
32	Que son solamente hacia la mujer.
33	No me gusta cuando se enfoca en exaltar la toma del género femenino menoscabando al género masculino. Pienso que se tienen que complementar.
34	
35	
36	Nunca asistí.
37	
38	
39	Falta más información en la temática.
40	
41	
42	La poca participación del personal de ministerio.
43	
44	
45	Algunas personas no se comprometen con la problemática.
46	
47	
48	
49	
50	
51	
52	
53	
54	Baja participación.
55	
56	
57	
58	
59	Se hace demasiado hincapié en lo feminista.
60	Debería ser una convocatoria más amplia.
61	Poca gente se entera.
62	
63	
64	
65	
66	
67	

## 12 ¿Qué aspectos incorporaría a las actividades para hacerlas más atractivas/ interesantes?

1	Mayor difusión y producción de actividades.
2	Que sean muy difundidas, culturales, interdisciplinarias, que interpelen desde los problemas más cotidianos a los más estructurales.
3	
4	
5	
6	Capacitaciones / cursos o encuentros tipo taller y deben tener difusión.
7	No sabía de la existencia de las actividades de género.
8	No sabía que había actividades con perspectiva de género. Propongo mayor difusión.
9	Generar un ámbito de discusión.
10	Mayor difusión.
11	
12	Más difusión y planificación para que al personal le resulte cómoda la asistencia.
13	
14	
15	
16	
17	No sé, porque no concurro.
18	
19	Encuentros presenciales, charlas a cargo de personas idóneas, audiovisuales.
20	
21	Que sean relacionadas con la tarea para que llegue a más personas.
22	No se.
23	
24	Falta conducción.
25	No se si son o no interesantes porque no participé de ninguna actividad.
26	
27	Brindar más comunicación/información.
28	Más difusión.
29	Más difusión de información.
30	Más difusión de las actividades.
31	
32	La ejemplificación con casos verídicos
33	No sé.
34	
35	
36	Desconozco el tema para incorporar temas a las actividades.
37	
38	No las conozco.
39	Incrementaría las capacitaciones y las actividades de genero.
40	No sé que temas han sido tratados.
41	Que las actividades sean cotidianas.
42	Mayor frecuencia en las charlas y capacitaciones.
43	
44	
45	Mayor compromiso.
46	
47	
48	
49	
50	
51	
52	
53	
54	Talleres y debates.
55	
56	
57	
58	
59	Talleres mixtos para enriquecer el debate.
60	
61	
62	
63	
64	Más capacitaciones.
65	
66	Más continuidad en las capacitaciones.
67	Charlas y talleres para todo el personal.

### 13 ¿Qué actividades con perspectiva de género quisiera que se integraran a las que se realizan en el MlySP?

1	Charlas mensuales/ muestras de arte con perspectiva.
2	Las que vinculen el derecho al hábitat con la feminización de la pobreza, las tareas de cuidado, la deuda, y propuestas y/o líneas de acción para el abordaje en la gestión estatal.
3	
4	
5	Desconozco cuales son las actividades.
6	Capacitaciones / cursos tipo taller.
7	Difusión en las oficinas.
8	No sabía de las actividades salvo marchas 8M.
9	Capacitaciones en ámbitos laborales.
10	Una bolsa de trabajo.
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	Capacitaciones.
20	Capacitaciones en perspectiva de genero.
21	Actividades que promuevan derechos de trabajadoras.
22	No se.
23	
24	Desconozco cuáles son las actividades que se realizan.
25	
26	
27	No tengo información.
28	No estoy al tanto de las actividades que se realizan en el ministerio.
29	No conozco esas actividades con perspectiva de género.
30	No estoy al tanto de las que se realizan en el ministerio.
31	
32	Casos reales.
33	
34	
35	
36	Desconozco el tema.
37	
38	Las desconozco.
39	Que la capacitación en género se masiva y permanente.
40	No cuento con información al respecto.
41	Talleres semanales en las oficinas.
42	Actividades que permitan interactuar con más personas con respecto a las problemáticas de género.
43	No conozco las actividades.
44	Desconozco el tema.
45	Más capacitaciones.
46	Mayor difusión.
47	
48	
49	Charlas y talleres a cargo de Psicologas y medicas.
50	
51	
52	Capacitaciones masivas.
53	No estoy enterada de lo que se hace.
54	Más capacitaciones e implementar el protocolo y hacerlo público.
55	Defensa personal.
56	Defensa personal
57	Charlas y capacitaciones masivas.
58	Actividades y capacitaciones para hombres y mujeres.
59	Protocolo de género.
60	No conozco las actividades que hay.
61	
62	
63	
64	Transversalizar la política de género a la obra pública.
65	Que las actividades convoquen por igual a hombres y mujeres.
66	Sumar más actividades con perspectiva de género.
67	

**14** ¿Conoce cuales son los medios oficiales de difusión de información utilizados por el MlySP? Si la respuesta es negativa pasa a la pregunta 20

	SI	NO
1		X
2		X
3		X
4		X
5		
6		X
7		X
8		X
9		X
10		X
11		X
12		X
13		X
14		X
15		
16		X
17		X
18		X
19		X
20	X	
21	X	
22	X	
23		X
24	X	
25	X	
26	X	
27		X
28		X
29		X
30		X
31		X
32		X
33		X
34		X
35	X	
36		X
37		X
38	X	
39	X	
40	X	
41	X	
42	X	
43		X
44		X
45	X	
46		X
47		X
48		X
49		X
50		X
51		X
52		X
53		X
54	X	
55		X
56		X
57	X	
58	X	
59		X
60		X
61	X	
62		X
63	X	
64	X	
65	X	
66	X	
67		X
	<b>afirmativos 21</b>	<b>44 negativos</b>

## 15 Nombre alguno de los medios oficiales

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	Instagram. Twitter.
21	La página web. Red social en Instagram.
22	Celular. Mail.
23	
24	El Instagram del MlySPGP
25	Carteleras, página web, mails.
26	Boletín Oficial. Pag. Web.
27	
28	
29	
30	
31	
32	
33	
34	
35	Instagram.
36	
37	
38	Página web. Redes Sociales.
39	Boletín Oficial. Pagina web oficial. Instagram del ministerio. Carteleras.
40	Página web.
41	Boletín Oficial. Pagina web. Redes oficiales.
42	Página web.
43	
44	
45	Página web oficial.
46	
47	
48	
49	
50	
51	
52	
53	
54	Página web.
55	
56	
57	Boletín Oficial. Redes oficiales.
58	Boletín oficial. Redes oficiales.
59	
60	
61	Página web oficial. Instagram Oficial.
62	
63	Página web. Redes oficiales.
64	Página web oficial.
65	Instagram oficial.
66	Página web oficial.
67	

**16**

Considere el siguiente planteo que se presenta a continuación y mencione si cree que esta de acuerdo: "El MlySP brinda información acerca de los eventos, programas, capacitaciones con perspectiva de género que se realizan en el organismo estatal"

	<b>a</b> Totalmente de acuerdo	<b>b</b> Medianamente de acuerdo	<b>c</b> Totalmente en desacuerdo
1			X
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19		X	
20		X	
21		X	
22			
23			X
24			
25		X	X
26			
27			
28			
29			
30			
31			
32		X	
33			
34			
35			
36			
37		X	
38		X	
39			
40		X	
41			
42		X	
43			
44			
45		X	
46			
47			
48		X	
49			
50		X	
51			
52			X
53			
54		X	
55		X	
56		X	
57		X	
58		X	X
59			X
60			
61	X		
62		X	
63	X		
64	X		
65	X		
66	X		
67			
	<b>Totalmente de acuerdo</b>	<b>Medianamente de acuerdo</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>
	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>6</b>

**17** ¿Considera que la información referente a las actividades con perspectiva de género realizada, es clara?

	SI	NO
1		
2		
3		X
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		X
20	X	
21	X	
22	X	
23		
24		X
25		X
26		X
27		
28		
29		
30		
31		
32	X	
33		
34		
35	X	
36		X
37	X	
38		X
39	X	
40		X
41	X	
42		X
43		
44		
45		X
46		
47		
48		X
49		
50		X
51		
52		
53		
54	X	
55		
56		
57	X	
58	X	
59		
60		
61	X	
62		
63	X	
64	X	
65	X	
66	X	
67		
	<b>afirmativos</b> <b>16</b>	<b>negativos</b> <b>12</b>

**18** ¿Considera que la información referente a las actividades con perspectiva de género realizada, es completa?

	SI	NO
1		
2		X
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		X
20		X
21		X
22	X	
23		
24		X
25		X
26		X
27		
28		
29		
30		
31		
32		X
33		
34		
35		X
36		
37	X	
38		X
39		X
40		
41		X
42		X
43		
44		
45		X
46		
47		
48		X
49		
50		X
51		
52		
53		
54		X
55		
56		
57		X
58		X
59		X
60		X
61		X
62		
63		X
64	X	
65		X
66		X
67		
	<b>afirmativos</b> <b>3</b>	<b>25</b> <b>negativos</b>

## 19 ¿Cómo se entera de los eventos?

	a	b	c	d	e
	invitación de compañeros de trabajo	actividad publicada en la página web	redes sociales (twitter y facebook)	cartelería externa	medios impresos
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14	x		x	x	x
15					
16					
17					
18					
19	x				
20	x		x		
21	x				
22		x		x	
23					
24	x				
25				x	
26		x			
27					
28					
29					
30					
31					
32			x		
33					
34					
35		x	x		
36	x				
37	x				
38					
39		x	x		
40	x				
41			x		
42	x			x	
43					
44					
45	x			x	
46					
47					
48					
49					
50					
51					
52					
53					
54	x			x	
55	x				
56					
57	x		x		x
58	x		x		x
59	x			x	
60	x			x	
61	x	x	x	x	
62				x	
63	x	x	x	x	
64		x	x		
65		x	x		
66		x	x		
67					
	<b>a</b>	<b>b</b>	<b>c</b>	<b>d</b>	<b>e</b>
	<b>18</b>	<b>9</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>3</b>

## 20 ¿Cuál es el principal medio que utiliza para informarse de los eventos?

	a	b	c	d	e	f
	Por de compañeros de trabajo Pasa a la pregunta 23	página web	carteles informativos	redes sociales (twitter y facebook)	correo electrónico	medios impresos
1	x					
2			x			
3			x			
4	x					
5			x			
6	x		x			
7			x	x		x
8			x	x	x	x
9			x	x		
10	x					
11	x					
12		x				
13						
14			x	x	x	x
15	x		x			
16	x		x	x		
17	x					
18	x					
19	x					
20				x		
21				x		
22			x		x	
23	x		x			
24						
25			x	x	x	
26		x				
27			x	x		
28	x					
29	x					
30		x		x		
31	x					
32		x				
33	x				x	
34		x		x	x	
35		x	x		x	
36	x					
37						
38				x		
39				x		
40	x		x			
41	x			x	x	
42			x	x		
43	x		x			
44	x		x			
45			x	x		
46	x		x			
47						
48	x					
49	x			x		x
50	x					
51	x			x		x
52	x			x		x
53	x		x	x		
54			x	x		
55	x		x	x		
56	x		x	x		
57			x	x		x
58			x	x		x
59	x		x			
60	x		x			
61	x	x	x	x	x	
62	x		x	x		
63	x	x	x	x	x	
64		x		x	x	
65		x		x	x	
66		x		x	x	
67			x	x	x	
	<b>a</b>	<b>b</b>	<b>c</b>	<b>d</b>	<b>e</b>	<b>f</b>
	34	11	33	32	14	8

## 21 ¿Con que frecuencia accede a este medio?

	a	b	c	d	e	f
	Diariamente	Más de 2 veces x	1 vez x semana	Cada 2 semanas	1 vez al mes	Casi nunca
1						
2						x
3						
4	x					
5	x					
6						
7	x					
8	x					
9	x					
10						
11						
12	x					
13						
14	x					
15						
16						
17						
18						
19						
20		x				
21	x					
22						x
23						
24						
25	x					
26				x		
27						x
28						
29						
30	x					
31						
32		x				
33		x				
34	x					
35			x			
36						
37						
38	x					
39	x					
40	x					
41	x					
42	x					
43		x				
44		x				
45	x					
46		x				
47						
48	x					
49		x				
50						
51	x					
52	x					
53	x					
54	x					
55	x					
56		x				
57	x					
58	x					
59	x					
60	x					
61	x					
62		x				
63	x					
64	x					
65	x					
66	x					
67	x					
	<b>a</b>	<b>b</b>	<b>c</b>	<b>d</b>	<b>e</b>	<b>f</b>
	34	9	1	1	0	3

22

Indique el orden de interés, los medios que utiliza regularmente en su vida cotidiana. Utilice los números del 1 al 9 considerando que el 1 es el de mayor interés y no coloque nada si no utiliza el medio.

	a	b	c	d	e	f	g	h	i
	twitter	facebook	Instagram	You Tube	correo electrónico	aplicaciones WhatsApp	medios impresos	página web y blog	medios audiovisuales
1									
2			1						
3	9	9	9	9	1	9	9	2	3
4									
5	5	9	4	8	1	6	7	2	
6									
7			2	3	4				
8			3		1				
9			1		2				
10									3
11									
12	8		1	6	2		3	4	1
13	8	7	1	5	2	3	6	4	2
14	1	9	9	7	9	1	7	3	
15					1				
16			8		2				
17		1	2						5
18									9
19		4	3		2	ws 1			1
20	6	5	2	4	3			1	
21			1		3	2		4	
22					1		2		
23									
24									
25	9	2	1	3	1	3		4	
26	6	7	5	4	2	3	9	1	
27	1		2		3				
28									
29									
30	4	5	1	6	9	3	8	2	
31									8
32	9	9	9	1	1	1	1	9	
33	9	9	8	4	2	5	3		
34		1	2		3				
35		2	1	6	3		5		7
36	9	5	3	3	2			6	
37									5
38	9	2	1	5	3	4	8	4	1
39			1					2	3
40			1				2	3	
41			2		1		2	3	
42			1				2	3	
43			1						2
44			1						2
45			1				3	2	
46			1						2
47									
48					1				
49			1		2		3		
50					1				
51			2		1		3		
52			2		1		3		
53					1		2		
54		5	1		2		3	4	
55		3			1		2		
56					1		2		
57			1		2		3		
58			1		2				
59			2		1			3	
60			2		1			3	
61		1	2		3			4	
62		1	2		3				
63		1	2		3			4	
64			3		2			1	
65		1			2			3	
66			1		2			3	
67		2	1		3				

## 23 ¿A través de que medios le gustaría obtener información sobre las actividades con perspectiva de género realizadas en el MlySP?

	a	b	c	d	e	f
	boletines o medios impresos	carteles	medios audiovisuales	redes sociales	correo electrónico	otros
1		x		x		
2				x		
3					x	
4	x	x	x			
5			x	x	x	
6		x		x		
7		x				
8		x		x	x	
9		x		x		
10					x	
11		x		x		
12	x			x		
13				x		
14	x	x		x	x	
15					x	
16		x			x	
17					x	
18	x					
19		x		x		
20		x			x	
21	x	x	x	x	x	
22		x				
23		x				
24		x		x	x	
25		x		x	x	
26					x	
27				x		
28					x	
29					x	
30		x				
31	x	x	x	x		
32		x				
33					x	
34				x	x	
35	x	x	x			
36		x			x	
37				x		
38				x	x	WS
39		x	x	x		
40	x	x		x		
41				x	x	
42		x		x		
43		x		x		
44		x		x		
45		x		x		
46		x		x		
47						
48		x			x	
49		x		x	x	
50		x			x	
51		x		x	x	
52		x		x	x	
53		x			x	
54		x		x		
55		x			x	
56		x			x	
57		x		x	x	
58		x		x	x	
59		x	x		x	
60		x	x		x	
61		x		x	x	
62		x		x	x	
63		x		x	x	
64		x		x	x	
65		x		x	x	
66		x		x	x	
67		x		x	x	
	<b>a</b>	<b>b</b>	<b>c</b>	<b>d</b>	<b>e</b>	<b>f</b>
	8	48	8	40	39	WS

**24** ¿Considera que a las actividades con perspectiva de género realizadas en el MlySP se les está realizando una difusión efectiva?

	SI	NO
1		X
2		X
3		X
4		X
5		X
6		X
7		X
8		X
9		X
10		X
11		X
12		X
13		X
14		X
15		
16	X	
17		X
18		X
19		X
20		X
21		X
22	X	
23		X
24		X
25		X
26		X
27		X
28		X
29		X
30		X
31	X	
32		X
33		X
34		
35		X
36		X
37		X
38		X
39	X	
40		X
41	X	
42		X
43		X
44		X
45		X
46		X
47		
48		X
49		X
50		X
51		X
52		X
53		X
54		X
55		X
56		X
57		X
58		X
59		X
60		X
61		X
62		X
63		X
64	X	
65		X
66	X	
67		X
	<b>afirmativos 7</b>	<b>negativos 57</b>

**25** ¿Conoce con cuanto tiempo de anterioridad se publican las fechas de las actividades con perspectiva de género en el MlySP?

	SI	NO	Si la respuesta es SI indique ¿cuanto es el tiempo?
1		X	
2		X	
3		X	
4		X	
5		X	
6		X	
7		X	
8		X	
9		X	
10		X	
11		X	
12		X	
13		X	
14		X	
15			
16		X	
17		X	
18		X	
19		X	
20		X	
21		X	
22		X	
23		X	
24		X	
25		X	
26		X	
27		X	
28		X	
29		X	
30		X	
31		X	
32		X	
33		X	
34		X	
35		X	
36		X	
37		X	
38		X	
39		X	
40		X	
41		X	
42		X	
43		X	
44		X	
45		X	
46		X	
47			
48		X	
49		X	
50		X	
51		X	
52		X	
53		X	
54		X	
55		X	
56		X	
57		X	
58		X	
59		X	
60		X	
61		X	
62		X	
63		X	
64		X	
65		X	
66		X	
67		X	

65      0 afirmativo      65 negativos

**26** ¿Con cuanto tiempo de anterioridad le gustaría recibir información de las actividades con perspectiva de género organizadas por el MlySP ?

	<b>a</b> Un día antes	<b>b</b> Una semana antes	<b>c</b> Quince días antes	<b>d</b> Un mes antes
1	x	x		
2		x		
3	x			
4		x		
5	x			
6		x		
7	x			
8		x		
9		x		
10		x		
11	x			
12		x		
13		x		
14		x		
15				
16	x			
17		x		
18		x		
19		x		
20		x		
21		x		
22				x
23		x		
24		x		
25		x		
26		x		
27		x		
28				x
29		x		
30		x		
31	x			
32		x		
33		x		
34		x		
35		x		
36		x		
37		x		
38		x		
39		x		
40	x			
41		x		
42		x		
43		x		
44	x			
45		x		
46		x		
47				
48				
49		x		
50				
51	x			
52		x		
53		x		
54		x		
55		x		
56		x		
57		x		
58		x		
59		x		
60		x		
61		x		
62	x			
63		x		
64		x		
65	x			
66		x		
67	x			
	<b>a</b> 13	<b>b</b> 49	<b>c</b> 0	<b>d</b> 2

**27** ¿Considera que recibe suficiente información acerca de las actividades con perspectiva de género realizadas en el MlySP ?

	SI	NO
1		X
2		X
3		X
4		X
5		X
6		X
7		X
8		X
9		X
10		X
11		X
12		X
13		X
14		X
15		
16		X
17		X
18		X
19		X
20		X
21		X
22	X	
23		X
24		X
25		X
26		X
27		X
28		X
29		X
30		X
31		X
32		X
33		X
34		
35		X
36		X
37		X
38		X
39	X	
40		X
41		X
42		X
43		X
44		X
45		X
46		X
47		
48		X
49		X
50		X
51		X
52		X
53		X
54		X
55		X
56		X
57		X
58		X
59		X
60		X
61		X
62		X
63		X
64		X
65		X
66		X
67		X
	<b>afirmativos 2</b>	<b>62 negativos</b>

## 28 ¿Considera que la información que le llega respecto de las actividades, con perspectiva de género es correcta y oportuna?

	SI	NO	
			Si la respuesta es SI ha terminado el cuestionario y puede pasar a la sugerencia.
1		X	
2		X	
3		X	
4		X	
5		X	
6		X	
7		X	
8		X	
9		X	
10	X		
11		X	
12			
13		X	
14		X	
15			
16		X	
17		X	
18		X	
19		X	
20		X	
21		X	
22	X		
23		X	
24		X	
25		X	
26		X	
27	X		
28		X	
29		X	
30		X	
31		X	
32		X	
33		X	
34			
35	X		
36		X	
37		X	
38		X	
39	X		
40		X	
41		X	
42		X	
43		X	
44		X	
45		X	
46		X	
47			
48		X	
49		X	
50		X	
51		X	
52		X	
53		X	
54		X	
55		X	
56		X	
57		X	
58		X	
59		X	
60		X	
61		X	
62		X	
63		X	
64	X		
65		X	
66		X	
67		X	
	<b>6</b>	<b>57</b>	
			<b>6 afirmativo</b> <b>57 negativos</b>

## 29 ¿Cuáles considera que son las razones por las que no recibe la información de las actividades con perspectiva de género organizadas por el MlySP ?

	a	b	c	d	e	f	g	h
	Tiene poco interés hacia los medios oficiales de difusión de información	Tiene poco interés hacia las actividades que se realizan	La información no es oportuna	Desconocimiento de los medios de difusión de la información.	Hay demasiada información.	Tiene poca accesibilidad a los medios	Poca claridad del lenguaje utilizado	Poco tiempo e intensidad de la promoción de las actividades
1								
2				x				
3					x			
4	x			x				
5				x	x	x		
6			x	x	x			
7				x				
8				x				
9								
10								
11				x				
12				x				
13				x				
14	x		x	x				
15								
16						x		
17				x				
18				x				
19	x	x	x	x				
20	x							
21								
22					x		x	
23	x							
24							x	
25	x							
26	x	x						
27								
28			x					
29								
30	x			x				
31		x	x					
32	x							
33	x							
34			x					
35				x				
36								
37	x							
38			x					
39								
40	x		x					
41			x					
42			x					
43	x		x					x
44	x	x						
45	x	x	x					x
46								
47								
48		x						
49	x							x
50		x						
51	x							x
52	x							x
53	x		x					x
54	x		x					x
55			x	x				x
56	x	x						x
57			x		x			x
58			x		x			x
59				x	x			
60				x	x			
61								x
62				x	x			x
63								
64								
65								
66								x
67	x							x
	22	18	17	19	8	2	2	14

### 30 ¿Cuáles considera que son aspectos positivos de las actividades con perspectiva de género a las que asistió?

1	
2	
3	
4	
5	Realmente son muy importantes, tanto las capacitaciones, como la Ley Micaela- como la generación de un espacio donde se pueda hacer visible.
6	
7	
8	
9	Informar y capacitar en los ámbitos laborales.
10	Me gustaría que tengan una mayor difusión a través de varios medios, así me entero y elijo participar de las actividades ya que son muy interesantes.
11	En el MlySP no se están organizando actividades relacionadas con la temática.
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	Hay que difundir más y por todos los medios, y diversificar temáticas para llegar a más personas.
22	
23	Me gustaría que haya más equidad en cada una de las funciones y dejen de diferenciarse al ser desarrolladas por algún genero en particular.
24	
25	
26	Ninguna.
27	
28	
29	
30	
31	
32	Difusión de eventos de capacitación sean más visibles. El abordaje no sea tan cerrado.
33	La incorporación en las tareas cotidianas o rutinarias. En el cupo de trabajadores del ministerio LGT que se implemente. Que se trate con respeto a todos los ciudadanos.
34	
35	Ví por las redes que este ministerio está abocándose a esta problemática y está tomando gente para trabajar (ví pedidos de currículum) pero no estoy enterada de cómo manejan el resto de la información.
36	
37	
38	Me gustaría involucrarme, pero no conozco dónde, cómo ni cuándo.
39	Más capacitaciones y actividades con perspectiva de género.
40	Más información.
41	Que las capacitaciones se hagan en todas las oficinas del ministerio.
42	Mayor difusión de las actividades.
43	Más información de las actividades.
44	
45	Falta información de capacitaciones con perspectiva de genero.
46	
47	
48	Ninguna.
49	Más y mejor información.
50	Nada.
51	Comunicar las actividades con anticipación.
52	Mayor difusión de las actividades.
53	Más difusión.
54	Más actividades y más difusión de las mismas.
55	
56	
57	Mejorar la comunicación y difusión.
58	Dar a conocer las actividades.
59	Mayor difusión de las actividades.
60	Falta información sobre el tema.
61	
62	
63	
64	
65	
66	
67	

## ANEXO III

### Entrevista (1)

Este instrumento tiene como objeto recoger información sobre las actividades con perspectiva de género realizadas en el Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos de la Pcia. de Buenos Aires (MlySP). Los datos recabados serán utilizados para fines académicos en la elaboración de una tesis titulada “El rol de las RR.PP. en las políticas públicas con perspectiva de género”. La entrevista sólo toma unos minutos de su tiempo. Gracias por su colaboración.

#### **Cra. Natalia Arocena**

**Cargo que desempeña:** Jefa de Gabinete

**1- Presentación personal:** representante del MlySP en la Mesa Interministerial de Mujeres organizada por el Ministerio de Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual.

**2- ¿Qué es la Mesa Interministerial de Mujeres? ¿Cómo se trabaja?** La Mesa Interministerial de Mujeres, convocada por el Ministerio de Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual, se crea con el objetivo de impulsar políticas públicas desde una perspectiva de género y diversidad en los diferentes Ministerios y Organismos que componen el Gobierno de la Pcia. Se convocan a representantes de los distintos Ministerios y Organismos, a fin de conformar mesas de trabajo que abarcan distintas temáticas y problemáticas, que afectan a las mujeres y las diversidades.

**3- En marzo de 2021 se presentó en el MlySP un programa para la equidad de género del cual usted es Coordinadora (AD HOC). Breve reseña de las actividades que se llevan adelante en la temática de género desde el MlySP.** En el MlySP en temática de género y diversidad se llevaron adelante diversas actividades e iniciativas:

-Conformación de un **Equipo Interdisciplinario** de Abordaje de Situaciones de Violencia por Razones de Género para las y los trabajadores del MlySP.

-Implementación de la **Ley Micaela** para autoridades.

-Cumplimiento de la **Ley 14.783 (Cupo Laboral)**, en determinadas Direcciones y Organismos Descentralizados del MlySP. Dicho cumplimiento estuvo acompañado de Jornadas de Sensibilización, articuladas con el Ministerio de Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual.

-**Programa para la Equidad de Género**, con el objetivo de promover la incorporación de mujeres y disidencias a los equipos técnicos del MlySP y sus organismos descentralizados a través de pasantías. Buscando garantizar una mayor equidad en las oportunidades laborales, propiciando ámbitos laborales de respeto y libres de violencias.

-Confeción de un **Proyecto de Resolución** para la incorporación de lineamientos generales sobre la incorporación de la perspectiva de género en contrataciones, proyectos, programas y convenios impulsados por el MlySP.

-Articulación con el Ministerio de Hacienda y Finanzas de la Pcia, a fin de recibir capacitaciones para la elaboración de un **Presupuesto con Perspectiva de Género**.

-Creación de la **Unidad de Promoción de Políticas de Género y Diversidad**, a través del expediente N° EX-2020-01282154-GDEBA-DPCLMIYSPGP, mediante el cual se propicia aprobar la estructura orgánico funcional del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos.

**4- ¿Cuáles son los pasos a seguir al momento de decidir llevar adelante un programa con perspectiva de género, o una actividad?** Para poder elaborar un programa y/o llevar adelante una actividad con perspectiva de género es necesario realizar un diagnóstico de la situación del MlySP, y luego construir una línea de base a partir de la cual se identifican las líneas de acción prioritarias y se elaboran las acciones.

**5- Teniendo en cuenta la Ley de Cupo Laboral, ahora existe el derecho de trabajo estatal para las personas trans y para el colectivo LGTIBQ+, en ese sentido ¿qué medios o canales utilizan en la convocatoria para cubrir esos puestos de trabajo con perspectiva de género? Y ¿Qué respuesta han tenido a esa convocatoria?** A fin de dar cumplimiento a la Ley de Cupo Laboral, desde el MlySP se realizaron dos convocatorias mediante los medios oficiales del Ministerio (página web, redes sociales, mails), recibiendo 328 Curriculum Vitae. Se seleccionaron 17 perfiles acordes a los requisitos laborales de las diferentes áreas del Ministerio.

**6-¿Cree que es importante la difusión de las actividades con perspectiva de género y la convocatoria al personal del MlySP a participar en las mismas?** Tanto la difusión de las actividades, así como la participación del personal del MlySP es sumamente importante para lograr una verdadera transversalización de la perspectiva de género y diversidad en todas las acciones, programas y proyectos que se impulsen desde el MlySP.

**7- ¿El MlySP cuenta con algún programa comunicacional de difusión de las actividades mencionadas?** El Área de Prensa del MlySP se encarga de la difusión de las actividades, iniciativas y Programas con perspectiva de género y diversidad que se llevan adelante.

**8-¿Algún otro aporte que desee realizar?** Considero que la jerarquización y consolidación de una Unidad de Promoción de Políticas de Género y Diversidad dentro del MlySP permitirá la transversalización de la perspectiva de género y diversidad en toda la labor del Ministerio, permitiendo el fortalecimiento de sus políticas públicas.

## Entrevista (2)

Este instrumento tiene como objeto recoger información sobre las actividades con perspectiva de género realizadas en el Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos de la Pcia. de Buenos Aires (MlySP). Los datos recabados serán utilizados para fines académicos en la elaboración de una tesis titulada “El rol de las RR.PP. en las políticas públicas con perspectiva de género”. La entrevista sólo toma unos minutos de su tiempo. Gracias por su colaboración.

**Nayla Siancha:**

**Cargo que desempeña:** Directora Provincial de la Unidad de Coordinación y Ejecución de Proyectos de Obra. (UCEPO). Diciembre 2019 – Septiembre 2021

**1- Breve reseña de las actividades que lleva adelante esta área del MlySP. ¿Cómo diría que se relaciona esta área con la temática de género?**

El área se encarga de la coordinación y ejecución de la cartera de programas y proyectos con financiamiento externo en la órbita del MlySP, sirviendo de enlace entre las áreas técnicas y los organismos financiadores, asistiendo técnicamente para el cumplimiento de los requisitos de los proyectos a financiar, garantizando la aplicación de las políticas de los financiadores en los procesos de contrataciones y adquisiciones y velando por el cumplimiento de los compromisos contractuales.

Si bien el área no tiene funciones en sí relacionadas a género, se toma a la temática como un eje transversal durante la formulación de los proyectos, tratando de identificar indicadores y aportes de los proyectos en la disminución de las brechas de género.

Asimismo, uno de los préstamos de la cartera estaba destinado al Fortalecimiento de la gestión de la obra pública y a propuesta de la Unidad se incorporó un subprograma de Género dentro de ese préstamo que fue denominado “Programa para la Equidad de Género del MlySP”.

**2- En marzo 2021 se presentó el Programa para la Equidad de Género del Ministerio de Infraestructura, ¿En qué consiste este programa?**

El Programa tiene como objetivo promover la representación equitativa de mujeres y hombres y la inclusión de la igualdad de género en la agenda de las discusiones, así como en los planes, programas, proyectos y acciones que sean impulsados desde el Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos, siendo sus objetivos específicos:

a. Impulsar acciones que promuevan la perspectiva de género y la igualdad de oportunidades entre funcionarios, funcionarias y agentes del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos;

- b. Promover la igualdad de oportunidades y la incorporación de la perspectiva de género en el diseño, ejecución y evaluación de las obras y servicios públicos impulsados por el Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos, priorizando las infraestructuras de cuidado, el acceso efectivo al derecho a la vivienda y la generación de empleo en la obra pública por parte de mujeres y diversidades, así como otros ejes que puedan ser propuestos por las áreas técnicas;
- c. Fortalecer, en orden a las competencias del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos, el derecho a la ciudad y los espacios públicos por parte de las mujeres y las diversidades, a fin de volverlos más inclusivos, seguros y sostenibles.

**3- Con respecto al presupuesto para las actividades con perspectiva de género, ¿con qué dinero se cuenta, de donde se obtiene, en qué actividades se ha ido utilizando?**

El presupuesto asignado es de US\$ 500.000, provenientes del Préstamo BID 4435 "Programa de Fortalecimiento de la Capacidad de Gestión de la Provincia de Buenos Aires" y para ser ejecutados mientras dure la vigencia de dicho préstamo, actualmente hasta diciembre de 2023.

Al estar el programa en una fase inicial los recursos se utilizaron principalmente en la conformación del equipo del Programa y del Proyecto de Becas para la incorporación de profesionales mujeres y población trans. Estaba también prevista la partida para el pago de las Becas en sí.

**4- Según su punto de vista considera que ¿Existe un nivel de participación elevado por parte del personal del MlySP con respecto a las actividades con perspectiva de género? ¿A qué lo atribuye?**

Considero que existe un grupo con mayor compromiso que impulsa y participa de todas las actividades, como ser la Mesa de Mujeres que es un espacio autoconvocado de trabajadoras del MlySP.

En relación al resto del personal, en cuanto se los convoca a actividades puntuales participan y demuestran compromiso con dichas actividades, no obstante es una participación esporádica, que no refleja un compromiso permanente con la temática y la transversalización del enfoque en el trabajo cotidiano y en los proyectos que se implementan.

**5- En cuanto a las propuestas de actividades de género, ¿Desde qué áreas del MlySP surgen y qué tipo de actividades son las más sugeridas?**

En general las áreas más propositivas son aquellas lideradas por mujeres, como ser la UCEPO y también la Dirección Provincial de Transporte desde donde se propuso la implementación de capacitaciones a choferes, así como también la realización de una campaña de difusión en el transporte público.

Es de destacar también que desde la Dirección Provincial de Arquitectura se ha demostrado interés, en particular por promover proyectos de infraestructura de ciudades o diseños de espacios públicos con perspectiva de género.

**6- ¿Cuáles son los pasos a seguir al momento de decidir llevar adelante un programa con perspectiva de género, o una actividad?**

Considero que es necesario un análisis profundo del impacto diferencial entre los distintos géneros del proyecto que se quiere promover, así como también garantizar que el diseño del mismo sea inclusivo y no estigmatizante. Para ello, es importante que las distintas iniciativas sean conversadas con el personal del Programa que puede orientar sobre la aplicación de actividades garantizando la perspectiva de derechos.

En caso de que la iniciativa requiera presupuesto, se puede solicitar el costeo al programa. Lo cierto es que hay muchas iniciativas que solo requieren voluntad y compromiso para ser implementadas.

**7-¿Cree que es importante la difusión de las actividades con perspectiva de género y la convocatoria al personal del MlySP a participar en las mismas?**

Me parece fundamental la difusión, no sólo para incrementar la participación, sino también para generar mayor conciencia sobre la relevancia de la temática y la necesidad de incorporarla en el instrumental cotidiano de gestión.

**8-¿Algún otro aporte que desee realizar?**

### **Entrevista (3)**

Este instrumento tiene como objeto recoger información sobre las actividades con perspectiva de género realizadas en el Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos de la Pcia. de Buenos Aires (MlySP). Los datos recabados serán utilizados para fines académicos en la elaboración de una tesis titulada “El rol de las RR.PP. en las políticas públicas con perspectiva de género”. La entrevista sólo toma unos minutos de su tiempo. Gracias por su colaboración.

**Lic. Lucila Martinez**

**Cargo que desempeña:** Directora de Comunicación del MlySP

**1- ¿Cómo definiría el panorama comunicacional que encontró a su llegada al MlySP, haciendo especial hincapié en la comunicación interna?**

Al tratarse de un organismo tan grande, que contaba con varias subsecretarías y organismos autárquicos la comunicación interna se daba de manera muy fragmentada. Hay que tener en cuenta, que el organismo aún no contaba con una Dirección de Comunicación que formara parte de la estructura formalmente, por lo que eso ya da la pauta del lugar que ocupaban los temas relacionados a la comunicación en el funcionamiento del Ministerio. En esta gestión, se está trabajando mucho sobre estos aspectos, con el fin de darle jerarquía a estos temas.

**2- El MlySP está llevando adelante distintas actividades con perspectiva de género, en ese contexto ¿Qué difusión se le está dando a estas actividades?**

En general, se le da mucha importancia a las actividades con perspectiva de género que se realizan. El área de comunicación acompaña cada iniciativa de manera muy activa.

**3- ¿Qué medios y canales utilizan para la difusión?**

Todos los medios y canales con los que contamos. Redes sociales, dónde además luego se publican cómo han sido esas actividades. También a través de los correos electrónicos internos y cartelera.

**4- ¿Desde lo comunicacional, cuentan con algún plan o programa de difusión de actividades con perspectiva de género?**

Desde el área de comunicación, acompañamos los lineamientos que se propone en la Unidad de Género. Esto implica brindar apoyo para todo lo que sea la difusión, así como para la elaboración de documentación para las distintas propuestas que se llevaban adelante desde la Unidad.

**5- ¿Qué herramientas utilizan para medir la retroalimentación del personal del MlySP con respecto a las actividades con perspectiva de género que se**

**han realizado? ¿Cuentan con alguna estadística de participación del personal en las actividades?**

Desde el área de comunicación, aún no tenemos herramientas para medir la participación en las actividades que se proponen.

**6- ¿Con que equipo cuenta en el área de comunicación para llevar adelante la difusión, convocatoria y estadísticas de participación?**

El área siempre pone a disposición el equipo de diseño, redactores, community managers para brindar lo necesario.

**7- Teniendo en cuenta la Ley de Cupo Laboral, ahora existe el derecho de trabajo estatal para las personas trans y para el colectivo LGTIBQ+, en ese sentido ¿qué medios o canales se utilizan en la convocatoria para cubrir esos puestos de trabajo con perspectiva de género? Y ¿Qué respuesta han tenido a esa convocatoria?**

Se utilizaron las redes sociales del Ministerio y la página web. Además se llevó adelante un trabajo de relevamiento de organizaciones y espacios de difusión para llegar a la mayor cantidad posible de personas que les pueda interesar la convocatoria. Si bien no receptionamos las postulaciones que se enviaron desde el área, entiendo que tuvimos muy buena respuesta.

**8-¿Algún otro aporte que desee realizar?**

La idea dentro del Ministerio es que todas las áreas trabajen de manera transversal con la perspectiva de género. Por eso, todos los equipos del área se encuentran capacitándose para tal fin. Por ejemplo, para la utilización de lenguaje inclusivo. Esto me parece importante, porque habla de que la perspectiva de género no es algo que sólo debe delimitarse a las actividades que realicen las áreas designadas para tal fin. Sino que todas las áreas deben trabajar en ese sentido.

Brindar perspectiva de género tiene que ver con visibilizar las desigualdades por razones de género con las que nos encontramos en el ámbito laboral, en todos los sentidos y trabajar para que eso no suceda.



## ANEXO IV

8M

# Día Internacional de las Mujeres Trabajadoras

Las mujeres del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos conmemoramos el Día Internacional de las Mujeres Trabajadoras.  
Lunes 8 de Marzo 2021



El 8M es un día de visibilización y de lucha.

El 8M es un día de visibilización y de lucha.

Las mujeres del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos conmemoramos el Día Internacional de las Mujeres Trabajadoras. El 8M es un

día de visibilización y de lucha, en el que reflexionamos, debatimos y pensamos acciones de prevención para las problemáticas que atravesamos las mujeres y diversidades en el día a día.

Desde el primer día de gestión, el Ministerio de Infraestructura está abocado a la tarea de incorporar la perspectiva de género como eje transversal. Estas iniciativas se verán fortalecidas este año al contar con una asignación presupuestaria específica con la creación del “Programa para la Equidad de Género del MINFRA” en articulación con el Ministerio de las Mujeres, Políticas de Géneros y Diversidad Sexual y tiene como objetivo principal promover la representación equitativa de mujeres y hombres y la inclusión de la igualdad de género en la agenda de las discusiones, así como en los planes, programas, proyectos, y acciones que sean impulsados.

En 2020, se promovió la participación activa de las trabajadoras en una Mesa de Mujeres donde se presentan problemáticas e iniciativas, en un contacto directo y permanente con las autoridades.

A su vez, se trabajó en la detección y acompañamiento de situaciones de violencia por motivos de género en el ámbito laboral, tomando acciones inmediatas ante los casos denunciados.

También se articuló con el Ministerio de las Mujeres, Políticas de Géneros y Diversidad Sexual la implementación de las capacitaciones en Ley Micaela para todos los funcionarios y funcionarias.

Consideramos que un estado presente es lo que necesitamos para poder conseguir la equidad de género por la que luchamos siempre. Hemos logrado muchas conquistas en el último tiempo, pero todavía falta mucho.

Confiamos en el proceso de Construcción de Igualdad que se está realizando a nivel Provincial por decisión política del Gobernador Axel Kicillof.

Recuperado de:

[https://www.gba.gob.ar/infraestructura/noticias/d%C3%ADa\\_internacional\\_de\\_las\\_mujeres\\_trabajadoras](https://www.gba.gob.ar/infraestructura/noticias/d%C3%ADa_internacional_de_las_mujeres_trabajadoras)

## CAPACITACIÓN

# Simone y Estela Díaz abrieron la capacitación de la Ley Micaela en el Ministerio de Infraestructura

Fue el comienzo del curso que se llevará adelante para las autoridades de la cartera.

Martes 11 de Agosto 2020



Simone y Estela Díaz abrieron la capacitación.

La ministra de las Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual, Estela Díaz, junto al ministro de Infraestructura y Servicios Públicos, Agustín Simone, participaron de la apertura al curso de sensibilización en la Ley Micaela para las máximas autoridades del Ministerio de Infraestructura de la Provincia, donde se capacitarán 102 directivos de forma virtual.

La Ley Provincial 15.134, que adhiere a la Ley Nacional Ley 27.499 establece la capacitación obligatoria y permanente en perspectiva de género y prevención de

las violencias por razones de género para todas las personas que se desempeñen en la función pública en todos sus niveles y jerarquías.

En ese sentido, el Ministro Simone expresó: “Es un aprendizaje que tenemos que tener todos, que es necesario y este ministerio tiene un gran desafío porque se considera a la obra pública como un espacio puramente masculino”, y agregó que “es nuestra responsabilidad cambiar esa perspectiva. Es una ley y hay que cumplirla. El gobernador está comprometido con generar condiciones de igualdad en todos sus ministerios”.

Por su parte, Estela Díaz remarcó: “Estamos inaugurando en el Ministerio de Infraestructura la capacitación de la Ley Micaela para funcionarios, gabinete y direcciones. Es una obligación cumplir con la ley y un compromiso político muy fuerte del gobernador y de todo el equipo de gobierno, que es formarnos con perspectiva de género y violencia de género. Es un camino para erradicar las discriminaciones, las violencias y pensar el conjunto de la política desde esa perspectiva de igualdad”.

El Ministerio de las Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual de la Provincia de Buenos Aires es la autoridad de aplicación de la Ley Micaela en el Poder Ejecutivo bonaerense para sus 500.000 trabajadoras y trabajadores.

Los cursos de la Ley Micaela son coordinados desde la Unidad de Formación, Investigación y Políticas Culturales para la Igualdad del Ministerio, por su Directora Paula Belloni, quien trabaja junto al Director de Formación y Capacitación, Néstor “Yuyo” García, padre de Micaela.

Recuperado de:

[https://www.gba.gob.ar/infraestructura/noticias/simone\\_y\\_estela\\_d%C3%ADaz\\_abriendo\\_la\\_capacitaci%C3%B3n\\_de\\_la\\_ley\\_micaela\\_en\\_el](https://www.gba.gob.ar/infraestructura/noticias/simone_y_estela_d%C3%ADaz_abriendo_la_capacitaci%C3%B3n_de_la_ley_micaela_en_el)



minfrapba



# CONVOCATORIA

DEL PROGRAMA DE INCLUSIÓN PARA LA

## EQUIDAD DE GÉNERO

A estudiantes universitarias mujeres y personas del colectivo LGTTTBIQ+

Más info e inscripción:  
[programageneromisp@gmail.com](mailto:programageneromisp@gmail.com)  
Los postulantes deberán enviar CV y carta de intención que no podrá superar una carilla de extensión.

MINISTERIO DE INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS PÚBLICOS

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES



**minfrapba**  
Buenos Aires



## CONVOCATORIA

El Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos de la Provincia de Buenos Aires convoca a **Personas Travesti/Trans** en cumplimiento de la **Ley de Cupo Laboral**



Enviar CV + carta de presentación/intención hasta el 25 de agosto a:  
[programageneromisp@gmail.com](mailto:programageneromisp@gmail.com)



MINISTERIO DE INFRAESTRUCTURA  
Y SERVICIOS PÚBLICOS



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE  
**BUENOS AIRES**

Texto que acompañaba las imágenes antes presentadas.

**minfrapba** El Programa de Inclusión para la igualdad de oportunidades en el ámbito laboral abre una convocatoria para sumar integrantes a los equipos de trabajo de distintas áreas del [@minfrapba](#).

Se buscan perfiles orientados a la abogacía, administración, comunicación, informática, ingeniería, arquitectura. No es condición excluyente contar con formación o experiencia en estos campos.

Quienes estén interesades podrán enviar sus postulaciones a [programageneromisp@gmail.com](mailto:programageneromisp@gmail.com)

[#igualdadenconstrucción](#)

