

RECURSOS PARA EL ESTUDIANTE

MUJERES E IGUALDAD DE GÉNERO DESPUÉS DE 100 AÑOS

LA PREGUNTA CENTRAL:

“¿Qué obstáculos aún impiden alcanzar la igualdad de la mujer en 2021 y en el futuro?”

CONTEXTO:

Desde la ratificación de la Decimonovena Enmienda en 1920, que reconoció a las mujeres el derecho al voto, se produjeron importantes avances en la lucha por la igualdad de las mujeres. Sin embargo, aún quedan muchos obstáculos por superar. Se trata de un asunto importante, porque la falta de igualdad en la sociedad nos afecta a todos. Después de analizar los datos referentes a las mujeres en el mercado laboral, el deporte profesional y el espectáculo, te formularás la pregunta “¿Qué obstáculos aún impiden alcanzar la igualdad de la mujer en 2021 y en el futuro?” y recopilarás tus propios datos para ayudar a responderla.

PASOS A SEGUIR

Consulta los datos que se encuentran a partir de la página 5 de este documento. Ahora que ya cuentas con información de referencia sobre algunos de los problemas que afectan a las mujeres en EE. UU., recopilarás tus propios datos para ayudar a responder la pregunta “¿Qué obstáculos aún impiden alcanzar la igualdad de la mujer en 2021 y en el futuro?”

PASO I:

Después de considerar algunas cuestiones importantes relacionadas con la igualdad de la mujer, trabajarás de forma individual o junto a un grupo pequeño para crear una breve encuesta que te

permita recopilar tus propios datos. El objetivo es recabar información útil que te ayude a comprender mejor la diversidad de experiencias y a reconocer las tendencias o experiencias compartidas. Para ayudarte en la creación, realización y recopilación de datos útiles para tu encuesta, puedes consultar la impresión “Recopilación de datos: Trucos y consejos”.

PASO 2:

Después de crear la encuesta, considera cómo realizarla y quiénes podrían responderla. Para obtener información valiosa y resultados que ayuden a responder la pregunta central, la encuesta debe generar respuestas que sean representativas de la diversidad social y, además, debería ser fácil de completar.

PASO 3:

Una vez realizada la encuesta, considera cómo analizarás los datos. Al revisar los resultados, reflexiona en algunas de las siguientes preguntas:

- ¿Qué descubriste?
- ¿Cómo puede representarse visualmente para que los demás entiendan? ¿Presentar los datos en tablas y gráficos te ayudaría a analizarlos y ver las tendencias?
- ¿Tus datos representan a una gran diversidad de personas? ¿Tu muestreo representa al grupo general de personas que querías estudiar?
- ¿Qué otras preguntas se te ocurren?

PASO 4:

Ahora que ya conoces los resultados, piensa cómo utilizar esta información para lograr un impacto positivo en tu comunidad o tomar medidas fundamentadas en el conocimiento para resolver un problema. Para ello, tómate un momento para analizar las preguntas de la impresión “Reflexión sobre los datos: Resolución de problemas para el futuro”.

RECOPIACIÓN DE DATOS: TRUCOS Y CONSEJOS

ELABORACIÓN DE LA ENCUESTA

Mantener el enfoque de la encuesta

- Recuerda, puede ser difícil lograr que los encuestados respondan a una encuesta extensa. Procura que tu encuesta se concentre en la pregunta de investigación.

Las escalas de respuesta pueden ayudar a determinar la intensidad del sentimiento

- Aunque es correcto utilizar preguntas de tipo “sí/no” o binarias, considera la posibilidad de incluir preguntas que ofrezcan una gama de respuestas estructuradas en función de la intensidad o firmeza de la opinión sobre un tema. Las respuestas pueden variar desde “nunca” o “nada”, hasta “siempre” o “muy”.

Tratar de no hacer preguntas tendenciosas o con respuesta inducida

- Al formular las preguntas, evita los enunciados valorativos o un lenguaje que induzca al encuestado a dar una respuesta concreta o deseada.

Create opportunities to clarify Yes/No Questions

- Crea oportunidades para que los encuestados aclaren por qué respondieron sí o no, incluyendo calificativos como “en qué medida” o “con qué frecuencia”.

Para obtener más información sobre cómo crear una encuesta, visita:

<https://www.qualtrics.com/blog/10-tips-for-building-effective-surveys/>

REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA

Plataforma para encuestas

- Al crear una encuesta, considera cómo realizarla para obtener los mejores resultados. Puedes optar por realizarla en papel y calcular los datos a mano, o puedes utilizar una de las numerosas plataformas digitales para incrementar la productividad. Muchas de estas plataformas son gratuitas y pueden calcular los resultados automáticamente de diversas maneras. Consulta con el docente o con el adulto responsable cuáles son los mejores sitios web que puedes visitar.

Tamaño de la muestra y población

- Es importante recabar respuestas de personas con distintos orígenes, ya que sus experiencias suelen dar lugar a respuestas y perspectivas diferentes. Recabar las perspectivas de grupos diversos puede contribuir a una comprensión más integral de un asunto como la igualdad de la mujer.

*Para obtener más información sobre el tamaño de la muestra, puedes visitar:

[¿Cuántas respuestas a la encuesta necesito para que sea válida estadísticamente? | SurveyMonkey](#)

REFLEXIÓN SOBRE LOS DATOS: RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS PARA EL FUTURO

1. ¿Qué me dicen los datos?
 - a. *¿Qué te sorprendió?*
 - b. *¿Qué esperabas?*
 - c. *¿Notaste algún patrón?*

2. ¿Qué podría haber hecho de otra forma para recopilar datos más **precisos**?
 - a. *¿Cuántas respuestas obtuve?*
 - b. *¿Las respuestas representan un tamaño de muestra válido?*
 - c. *¿Hubo confusión por parte de los encuestados respecto a alguna de mis preguntas?*

3. ¿Cómo me pueden ayudar estos datos a responder la pregunta: *“¿Qué obstáculos aún impiden alcanzar la igualdad de la mujer en 2021 y en el futuro?”*

4. ¿Cuál sería la forma más adecuada de presentar o representar gráficamente estos datos?

5. ¿A quién le podrían servir estos datos?

6. ¿Cómo podría yo u otra persona utilizar estos datos para lograr un impacto positivo o tomar medidas fundamentadas en el conocimiento?

7. ¿Qué otras preguntas te gustaría formular en una futura encuesta?

IMPRESIÓN PARA EL ESTUDIANTE 3

1945

El éxito de The Andrews Sisters “Rum and Coca-Cola” fue una de las canciones más importantes del año; encabezó la lista de las más vendidas en disquerías durante ocho semanas, situando al grupo femenino en la cima del mundo de la música.



1961

The Shirelles se convirtieron en la primera banda femenina en alcanzar el puesto número 1 de la lista Billboard Hot 100 con “Will You Love Me Tomorrow”, y “Crazy” de Patsy Cline permaneció 21 semanas en la lista de canciones country populares.



1975

Olivia Newton-John ganó dos Grammys® por Disco del Año y Mejor Cantante Pop Femenina. Tuvo cinco éxitos en la lista Hot 100 en los años 70 y principios de los 80.



1983

Celine Dion se convirtió en la primera artista canadiense en tener un disco de oro en Francia. Su canción “My Heart Will Go On” ganó el Oscar a la mejor canción original en 1998. El tema también ganó los Grammys® a Disco del Año, Mejor Interpretación Vocal Pop Femenina, Canción del Año y Mejor Canción Escrita para Cine o Televisión.



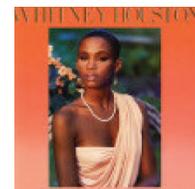
1984

Madonna llegó a las listas musicales con su primer éxito en el Hot 100, “Like a Virgin”. Madonna tiene el récord de más canciones en el Top 10 de la historia de la lista Hot 100, con 38 éxitos.



1985

Whitney Houston inició una carrera récord de siete éxitos consecutivos en el número 1 desde 1985 hasta 1988. Es la única mujer que acumula una permanencia de más de 10 semanas en el número 1 con tres álbumes en la lista Billboard 200.



Fuente: Nielsen, [Día Internacional de la Mujer: Celebrando a las mujeres en la música 2018](#)

IMPRESIÓN PARA EL ESTUDIANTE 3

1990

Mariah Carey consiguió su primer éxito en el Hot 100. Llegó a tener 18 sencillos en el puesto número 1, más que cualquier otro artista, y vendió más de 47 millones de álbumes hasta la fecha.



1997

Shania Twain publicó *Come on Over*, el disco de country más vendido y el más vendido de una artista femenina de cualquier género, desde que Nielsen empezó a hacer un seguimiento de las ventas en 1991.



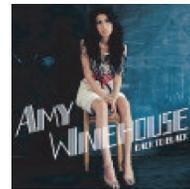
1999

Las siete canciones más destacadas de la lista de fin de año de Billboard son de artistas femeninas o bandas lideradas por mujeres: Cher, TLC, Monica, Whitney Houston, Britney Spears, Sixpence None the Richer y Christina Aguilera ocupan los siete primeros puestos.



2008

Las cinco nominadas a los Grammy® como Mejor Artista Revelación fueron mujeres o bandas lideradas por mujeres, incluida la ganadora Amy Winehouse.



2015

Adele estableció un récord al vender más de 3,3 millones de copias de su álbum *25* en Estados Unidos en una sola semana en 2015. Vendió más de 24,5 millones de discos en Estados Unidos desde su debut.



2017

Taylor Swift se encuentra en una carrera sin precedentes, ya que sus últimos cuatro discos superaron el millón de ventas en Estados Unidos en su primera semana de lanzamiento.



Fuente: Nielsen, [Día Internacional de la Mujer: Celebrando a las mujeres en la música](#) 2018

IMPRESIÓN PARA EL ESTUDIANTE 3

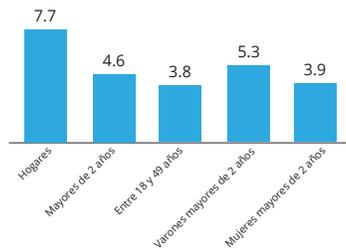
PANORAMA DE LOS MEDIOS: COPA MUNDIAL FEMENINA FIFA 2019



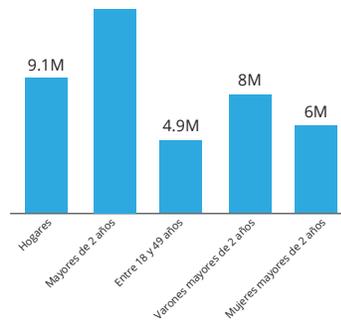
La audiencia televisiva en EE. UU. durante la final de la Copa Mundial Femenina FIFA 2019

Índices de audiencia durante el partido de Estados Unidos contra Holanda del 7 de julio de 2019

Audiencia Promedio de televidentes



Audiencia Promedio de televidentes



14M

Televidentes mayores de 2 años



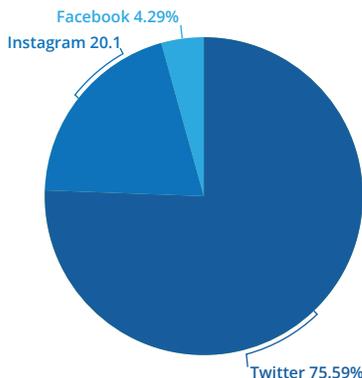
7.7

Audiencia en hogares



Interacciones en redes sociales durante la final de la Copa Mundial Femenina FIFA 2019

4,6 millones de interacciones en Facebook, Twitter e Instagram durante el partido de EE. UU. contra Holanda del 7 de julio de 2019



12:58 PM EST

El momento del partido más popular en redes sociales, en el que los aficionados celebraron la victoria de Estados Unidos.



43,588

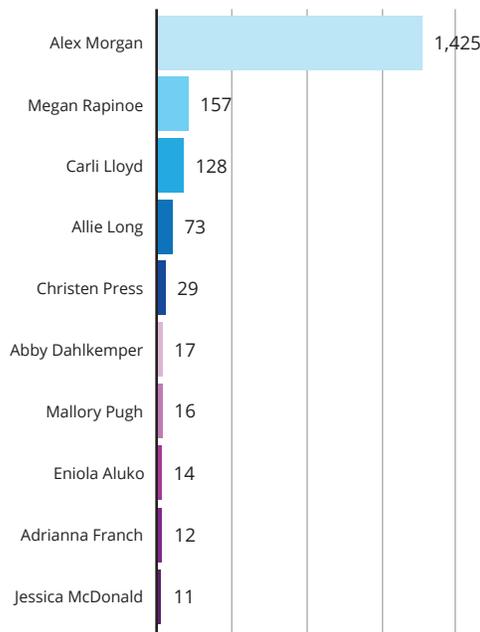
Interacciones en Twitter

IMPRESIÓN PARA EL ESTUDIANTE 3



Las cuentas más destacadas en las redes durante la Copa Mundial Femenina de la FIFA 2019

El veterano futbolista y “bebedor de té” Alex Morgan fue la estrella de las redes sociales durante el torneo.



1,425,000

Interacciones sociales



Alex Morgan

Publicaciones en Instagram

Interacciones



Las publicaciones más destacadas en las redes durante la Copa Mundial Femenina de la FIFA 2019

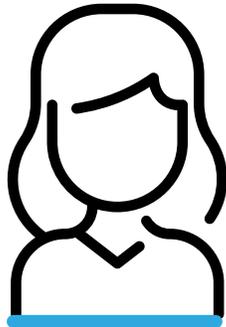
#LFG

Puesto	Cuenta	Red social	Contenido original	Fecha	URL	Interacciones propias
1	Alex Morgan	Instagram	Una copa mundial junto a mis 22 mejores amigos. Viviendo el sueño máximo. LFG!!! #AM13	7/7/19	https://www.instagram.com/p/BznT-57F8sE/	736
2	Alex Morgan	Instagram	Finaliza la fase de grupos HOY #USAVSWE #AM13	6/20/19	https://www.instagram.com/p/By8jh3vF36p/	207
3	Alex Morgan	Instagram	#USAVCHI...LFG!! #AM13	6/16/19	https://www.instagram.com/p/Byxepw8FM8W/	167
4	Carli Lloyd	Instagram	CAMPEONES DEL MUNDO	7/7/19	https://www.instagram.com/p/BzoPlwijQvL/	127
5	Megan Rapinoe	Instagram	aliekrieger ashlynharris24	7/7/19	https://www.instagram.com/p/BzoJlvHjh0/	104

Fuente: Nielsen, [Copa Mundial Femenina FIFA 2019: Panorama de los medios](#), 2019

IMPRESIÓN PARA EL ESTUDIANTE 3

LO QUE AGOBIA A LAS MUJERES ESTADOUNIDENSES



77% afirma que las mujeres líderes deben trabajar más para demostrar su capacidad.

En Estados Unidos, el **38%** de las mujeres ocupan puestos ejecutivos.

En Canadá, el **25%** de las mujeres ocupan puestos de vicepresidente.

63% dice que las mujeres tienen menos posibilidades que los hombres de ser consideradas para puestos de alto nivel.

76% de las mujeres coincide en que la maternidad afecta más a la vida profesional de la mujer que a la de un hombre.

Las mujeres pagan entre un **40-50%** más en bienes y servicios comunes.

93% de las mujeres afirma que tiene la responsabilidad compartida o principal de las compras diarias, las tareas domésticas y la preparación de la comida.

Fuente: Axe the pink tax, Leanin.org. The Canadian Women's Institute, Nielsen Global Diversity and Emerging Q3 2016

IMPRESIÓN PARA EL ESTUDIANTE 3

LOS ESPECIALISTAS EN MERCADEO COMBATEN LA DESIGUALDAD



- CREANDO INNOVACIONES DE GÉNERO NEUTRO
- PUBLICANDO CAMPAÑAS INFORMATIVAS SOBRE EL IMPUESTO ROSA
- COLABORANDO CON LEGISLADORES PARA ELIMINAR EL IMPUESTO ROSA
- AJUSTANDO LOS PRECIOS DE LOS ARTÍCULOS DE LUJO E IMPUESTOS ROSAS INNECESARIOS
- OFRECIENDO REBAJAS A LAS MUJERES EN ARTÍCULOS ALCANZADOS POR EL IMPUESTO ROSA

Fuente: Nielsen, [The Million Dollar Fine](#), 2019