

Módulo 2: El poder de las estadísticas

[00:00:06] Hola colegas. Bienvenidos al Módulo 2 de nuestro curso "Diversidad en las noticias y en las salas de redacción". Mi nombre es Marco Avilés y los voy a guiar en esta clase que tiene dos partes. En la primera vamos a ver de qué manera las organizaciones, las empresas, el Estado están continuamente sometidos a un escrutinio público sobre temas de diversidad o falta de diversidad. Y también vamos a ver de qué manera podemos comenzar a producir estadísticas en nuestros medios para poder mejorar los índices de diversidad. Y para eso vamos a conocer un caso específico.

[00:00:45] Muy bien, vámonos a Filadelfia, año 2018, una mañana dos clientes entran a Starbucks, se sientan a una mesa y deciden esperar. A uno de los trabajadores de la empresa le parece sospechosa esta actitud y llama a la policía. La policía llega un momento después y a pesar de todas las explicaciones que le dan los clientes que estaban esperando a otra persona, la policía decide arrestarlos. El caso, evidentemente, se vuelve un escándalo a nivel nacional, porque es otra muestra de la discriminación continúa constante a la que están sometidas las personas afroamericanas en este país, las personas negras en este país. Lo interesante en este caso es la actitud que asume Starbucks. Primero, no responsabiliza al empleado, sino que la empresa asume la responsabilidad y ofrece disculpas. La segunda actitud interesante es que se decide cerrar todas sus tiendas durante un día para capacitar a los empleados. Y esto es importante porque es reconocer que las personas necesitamos entrenarnos en algo para lo que la vida y probablemente el sistema educativo no nos entrena que es la equidad, el antirracismo, la igualdad. Uno podría discutir sobre si un día es suficiente para capacitar a toda una empresa gigantesca, pero digamos que la actitud de buscar soluciones educativas a un problema como este es para tomarlo en cuenta.

[00:02:36] Las empresas, en general las más grandes, están sometidas a este tipo de escrutinio. Facebook, por ejemplo, en el año 2017, dentro de todas las cosas sobre las que se discutía sobre esta empresa, estaba el tema de su directorio, la composición de su directorio. Ocho, ocho personas que conforman el directorio, que conformaban el directorio en ese momento, de las ocho, ocho eran personas blancas. Y esto, a estas alturas de la vida llamaba mucho la atención. Llamó mucho la atención porque Estados Unidos es un país bastante diverso, donde no solamente hay personas blancas, obviamente, sino personas, personas negras, latinas, asiáticas y de una infinidad de orígenes, - para no hablar de otros aspectos como los que vimos en la primera sesión, como la religión, etcétera. Entonces Facebook decidió, a partir de este escrutinio, contratar a su primer director no blanco, la persona, una persona afroamericana. También uno podría discutir sobre si un director es negro suficiente, ¿no? Si esto es solamente una, digamos, una actitud para el aplauso público. Pero lo que quiero que veamos es que este escrutinio es constante y va a ir creciendo en tanto la sociedad en las empresas, desarrollemos más esta atención a la diversidad. El escrutinio constante en empresas como Google, que habitualmente publican sus reportes de diversidad también, aunque están siendo sometidas a escrutinio. Nadie se salva.

[00:04:34] Y sobre esto quisiera ahora pasar un poco a ver qué cosas podemos hacer en los medios de comunicación. Y para esto ahora nos vamos a Nueva York, donde en el año 2015, la empresa Gimlet Media - que se dedica a producir podcasts, programas de radio - produjo un episodio muy interesante dentro de su podcast llamado StartUp, y el episodio se llamó El reporte de diversidad y el episodio empieza de una manera muy, muy curiosa. Es el año 2015, ojo, y el conductor, que es uno de los, era uno de los socios, Alex Blumberg, dice: "Si visitarás el local de Gimlet, notarías algunas cosas a primera vista.

Primero está repleto como una residencia de estudiantes trajinada. Segundo, la luz es muy mala. No hay muchas ventanas. Tercero, es una empresa blanca". Y no se refiere al color de las paredes, ¿no? "24 de 27 empleados son personas blancas", dice. Y bueno, "y en este episodio, exploraremos la diversidad o la falta de, y trataremos de entender qué debería significar de aquí en adelante", nos dice Blumberg en este episodio.

[00:05:55] Muy bien, vamos a las estadísticas. Entonces en el episodio nos dicen que de 27 trabajadores, 24 son personas blancas, dos personas son asiático-estadounidenses, una es afro-estadounidense. No hay latinos. OK. Esas son las estadísticas año 2015. Las comparamos con el censo de la ciudad de Nueva York, que Blumberg toma como referencia, donde el 42 por ciento de las personas son blancas, 29 por ciento de latinos, 24 por ciento afroamericanos, 14 por ciento asiático-estadounidenses. Si comparamos esas cifras, las de la empresa versus las de la sociedad, pues vemos que hay brechas notorias, no? En Gimlet no hay latinos, mientras que la ciudad de Nueva York está llena de personas de origen latino y latinoamericano. Entonces, esto es lo que empieza a discutir Blumberg en el podcast. Y en una de las conclusiones a la que llega es, su empresa está en crecimiento, él dice: "Si nosotros queremos crecer y servir a una sociedad diversa como la de Nueva York y como la de Estados Unidos, no podemos crecer manteniendo estas estadísticas, va a ser imposible", ¿no? Entonces empieza año tras año, Gimlet empieza a monitorear el incremento de su personal y la diversificación del personal a partir de esta primera base que construye en el año 2015. Entonces en el año 2016, por ejemplo, si en el 2015 eran 88.8 por ciento de personas blancas, para el año 2016 hay ya 79 por ciento. Empiezan a disminuir, no porque las despidan, sino porque la empresa empieza a crecer, pero deciden contratar de manera activa a personas negras, a personas asiáticas, a personas de otras, de otros orígenes. El mismo reporte muestra que hacen también un trabajo para diversificar la empresa en términos de género. En el año 2016, 71 por ciento de las personas eran hombres 29 por ciento de mujeres. Para el año siguiente, 59 por ciento eran hombres y 41 por ciento eran mujeres. Entonces hay un avance. Nuevamente esto no se produce, el avance no se produce a partir de despedir a personal, sino que al tratarse de una empresa que está creciendo, las contrataciones son de manera específicamente activa en estos aspectos, ¿no?

[00:08:50] Gimlet también parte de los reportes que publica compara sus esfuerzos en diversificación con otras empresas, con su competencia con BuzzFeed, con NPR, etcétera. Y esto a mí me parece que es un caso interesante para analizar, porque, no porque se trate de Estados Unidos, porque se trate de una empresa, de una startup, sino porque son estadísticas públicas. En el módulo anterior, en la conversación que tuvimos con Paula Cesarino Costa ella también nos habló de las estadísticas que durante su periodo de gestión en Folha de São Paulo como Editora de Diversidad, se empezaron a producir para medir la diversidad o falta de diversidad del personal, pero también para medir la diversidad de las fuentes y de las personas que son materia de historias del medio. Entonces me gustaría que podamos usar este caso como un ejemplo de lo que podemos hacer en nuestras organizaciones.

[00:09:59] Hasta aquí hemos cubierto el escrutinio al que están sometidas nuestras organizaciones y de qué manera empezamos a producir estadísticas. En el próximo video, en un momento, vamos a hablar de algunos problemas que pueden prevenir, que pueden impedir la producción de estadísticas eficientes, mitos, por ejemplo, como el mestizaje. Y vamos a hablar también un poquito sobre de qué manera diversificar en los múltiples niveles de la cadena de producción de noticias. Muy bien, nos vemos en el siguiente video. Hasta pronto.