

---

## DATA FEMINISM

You have **2** free member-only stories left this month. [Sign up for Medium and get an extra one](#)

# 5 Questions on Data and Feminist Economics with Mercedes D'Alessandro



Catherine D'Ignazio [Follow](#)

Jun 26, 2020 · 25 min read ★



“Inequality isn’t that I’m angry, and I’m complaining. Inequality isn’t a feeling of mine, or a thought. Inequality is something that exists, that we can see, that we can measure,” says Mercedes D’Alessandro.

Mercedes D'Alessandro is an Argentinean economist, writer, and activist based in Buenos Aires, Argentina. She taught economics at the University of Buenos Aires for over a decade before starting a blog called [Economía Femi\(s\)ta](#) (Feminist Economics) in 2015. The blog quickly gained widespread recognition and catapulted the conversation about gender equality into Argentina's mainstream debates about public policy. In 2016, D'Alessandro published *Economía Femi(s)ta* — [the book](#) — which is already in its fifth edition. She was a member of the [Network for Political Innovation in Latin America](#) and

the creator of [Feminindex](#), a voter guide for Argentineans to understand where politicians stand on issues related to gender rights like abortion, sex education and LGBTQ+ rights. Since D'Alessandro and I talked, she has been appointed the [Director of Economics and Gender in the Ministry of Economy](#) in Argentina (a new directorate).

We feature D'Alessandro's work on the Feminindex in the conclusion of *Data Feminism* as an illustration of feminist data science. There, we define data science as a field that "includes more than quantitative methods, more than 'big' data, more than 'artificial' intelligence, and more than 'neutral' displays of information." In addition to those conventional tools of data science, feminist data science takes action to challenge inequality in the world. D'Alessandro's efforts to use counterdata to hold government officials accountable (as well as her work to break down barriers to participating in discussions of economics and to bring a gender lens to economics) are a perfect example of the data work we hope to see much more of in the future. I sat down with D'Alessandro in 2019. What follows is a transcript of our conversation. It has been edited for clarity. ([Skip to the English translation.](#))

\*\*\*\*\*

*Mercedes D'Alessandro es una economista, escritora y activista argentina con sede en Buenos Aires, Argentina. Enseñó economía en la Universidad de Buenos Aires durante más de una década antes de comenzar con un blog llamado [Economía Femi\(s\)ta](#) en 2015. El blog rápidamente ganó un amplio reconocimiento e impulsó la conversación sobre la igualdad de género en los principales debates sobre políticas públicas en Argentina. En 2016, D'Alessandro publicó Economía Femi(s)ta — [el libro](#) — que ya está en su quinta edición. Fue miembro de la [Red de Innovación Política en América Latina](#) y creadora de [Feminindex](#), una guía de votantes para que los argentino(s) comprendan la posición de los políticos sobre aspectos relacionados con los derechos de género como el aborto, la educación sexual y los derechos LGBTQ+. Desde que D'Alessandro y yo conversamos, fue nombrada [Directora Nacional de Economía y Género del Ministerio de Economía](#) de Argentina (una nueva dirección enfocada a la igualdad de género desde una concepción económica)*

*Presentamos el trabajo de D'Alessandro sobre el Feminindex en la conclusión de Data Feminism como una ilustración de la ciencia de datos feminista. En el libro, definimos la ciencia de datos como un área que "incluye más que métodos cuantitativos, más que 'grandes volúmenes' de datos, más que inteligencia 'artificial' y más que pantallas de*

información ‘neutrales’’. Además de estas herramientas convencionales de ciencia de datos, la ciencia de datos feminista toma medidas para desafiar la desigualdad en el mundo. Los esfuerzos de D'Alessandro para usar contradatos — datos colectados por instituciones externas al gobierno- a fin de responsabilizar a los funcionarios del gobierno (así como para derribar las barreras para participar en las discusiones de economía y llevar una perspectiva de género a la economía) son un ejemplo perfecto del trabajo de datos que esperamos ver mucho más en el futuro. Me senté con D'Alessandro en 2019. Lo que sigue es una transcripción de nuestra conversación. Ha sido editada para mayor claridad. ([Saltar a la versión en Español.](#))

\*\*\*\*\*

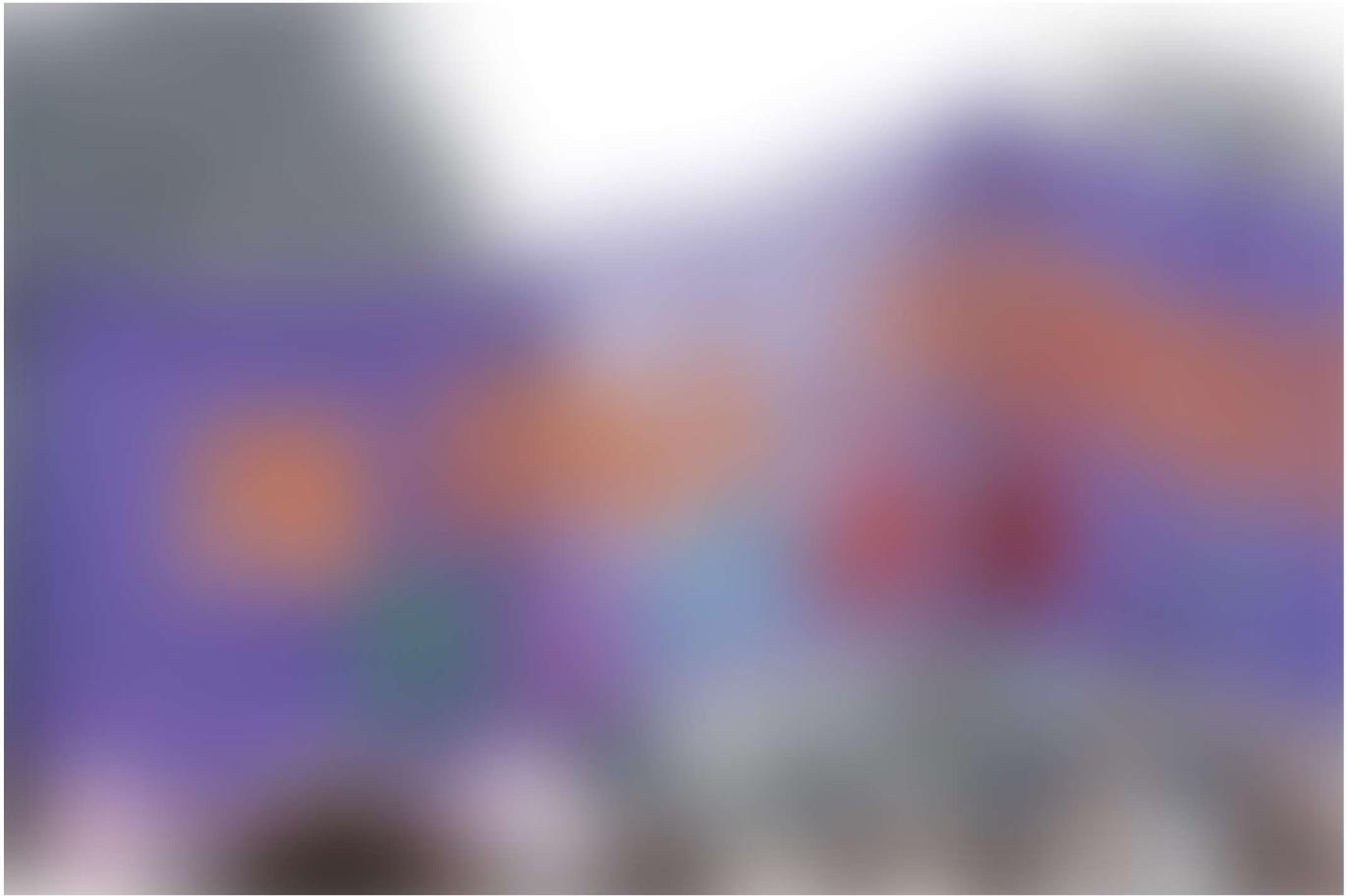
## What is the origin story of Economía Feminista, or Feminist Economics?

I am an economist, a doctor in economics, actually. I have a PhD in Economics. And I am also very active on social networks, on Twitter, Facebook, etcetera. One day I started to discuss issues about the economy on Twitter. I soon discovered that it was only men who were participating in the discussion, and that when I tried to add something about the dollar or inflation — which is a daily topic in Argentina — they did not answer me. They answered another man, or they responded with discriminatory comments.

So, with my colleague and friend, Magalí Brosio, who was in a similar situation to mine — we started talking about the need to have a space in which, as economists, we could debate issues about the economy. It wasn't necessarily intended to be feminist, let's say, but we wanted to talk about the economy, make more women economists visible, and also discuss the role of women in labor in Latin America. Specifically, we were interested in the differences between how a crisis has an impact on women and men. Things like that.

In our discussions — mine and Magalí's — we decided to do just that, and we wrote an article that was titled: “Women earn less than men across the whole planet and your mother too” — like the movie “Y tu mamá también” — and we published that article. Actually, it was highly acclaimed because people immediately said, “How can this happen?” “Is it true?” “No!” All the time, people would say, “It's not true, it's a lie, the method ... “ All sorts of things, but the truth is that it was acclaimed.

People began to ask us more things, and we realized that it was a topic that we could exploit and that we could further explore. And so Feminist Economics was a blog that was going to focus on making women economists visible and to talk about topics dealing with the economy. But somehow it started growing. We opened on the blog in May 2015 and the first “Ni una menos” [“Not one (woman) less”] took place here in June.



A #NiUnaMenos march in 2017 in Buenos Aires. Credit: [Wikipedia user eazarate](#).

## What is “Ni una menos”?

That was a thing that changed the discussion very much here in Argentina. It was about femicides. There was a case of a girl, a very young girl — 16 years old — who was found murdered by her boyfriend of the same age. She was buried in the courtyard of the house. A quite well-known journalist here wrote with desperation, “They’re killing us. We have to do something.” And a demonstration was organized in three weeks.

Hundreds of thousands of women went to the streets against femicide. And that was the first time that there was such a big demonstration with a feminist and gender slogan that involved people who previously did not think of themselves as feminists, including

myself. When I started with the Economía Feminista blog, it was the first time that I used the term “feminist” to refer to a production of mine. “Ni una menos” changed the discussion. It made people start thinking about inequalities. Obviously, physical inequality and violence that ends up in a femicide, but also inequality in terms of access to power and to politics, economic inequality and loads of other things that started being more visible.

## What has the reception to Economía Feminista been?

So we started the blog in that context, just a bit before the first “Ni una menos” took place, which helped the blog to grow. After a year on social networks — debating and talking about the pay gap, unpaid domestic work, why women earn less, and so on — I felt the need to write the book. Because there was plenty of discussion on social media and in articles that we wrote or in textbooks, but they were written in very technical language that could be difficult to understand for a person who hadn’t studied ten years of economics at a university and who could read with quotes, with tables, with graphics, following a paper, and so on.

Given the background that I now had in discussing economics almost every day on social media with people who weren’t economists or scientists — oftentimes they weren’t even feminists. Let’s say they were ordinary, normal people. I realized that many questions didn’t have a clear answer even for me, and so I organized all those discussions, and that became the book.

*Economías Feministas*, the book, was published in December 2016 after all that discussion online, and it was sold out in two weeks. It was reprinted. Again, it was sold out. Again, it was reprinted... It’s already on the fifth edition here, and it was printed in Colombia, in Mexico, and in Spain as well.

## Wonderful! Why do you think it was so well received?

The book’s success is precisely due to what I was saying about language. It brings content from academia [to a wider audience]. Because I’ll tell you: I invented nothing. The only thing that I did was a “translation,” in quotes, of what I felt people were wondering about, with a lot of references linked to cinema, pop culture, literature, and quoting as many women as I could.

I made an extremely conscious effort to include works written by women because that was an issue I had with my education. As an economist, I read Joan Robinson and Rosa Luxemburg, but I didn't read other women. I didn't have economics and gender, for example, in my education. So, for me it was like starting to read stories written by women, economics written by women, political science written by women, to read interviews to women in politics, to read interviews with women economists. I went through a whole journey. And I think that is what made the book successful.

Also, clearly, the need was there in Argentina with the first “Ni una menos,” which started growing. And then in 2017, the International Women’s Strike took place. “Ni una menos” was what opened a new wave in Argentine feminism, which created a lot of interest and curiosity for this type of content.

## **Can you talk about a specific example you use in the book and what sort of impact you've been able to have with it?**

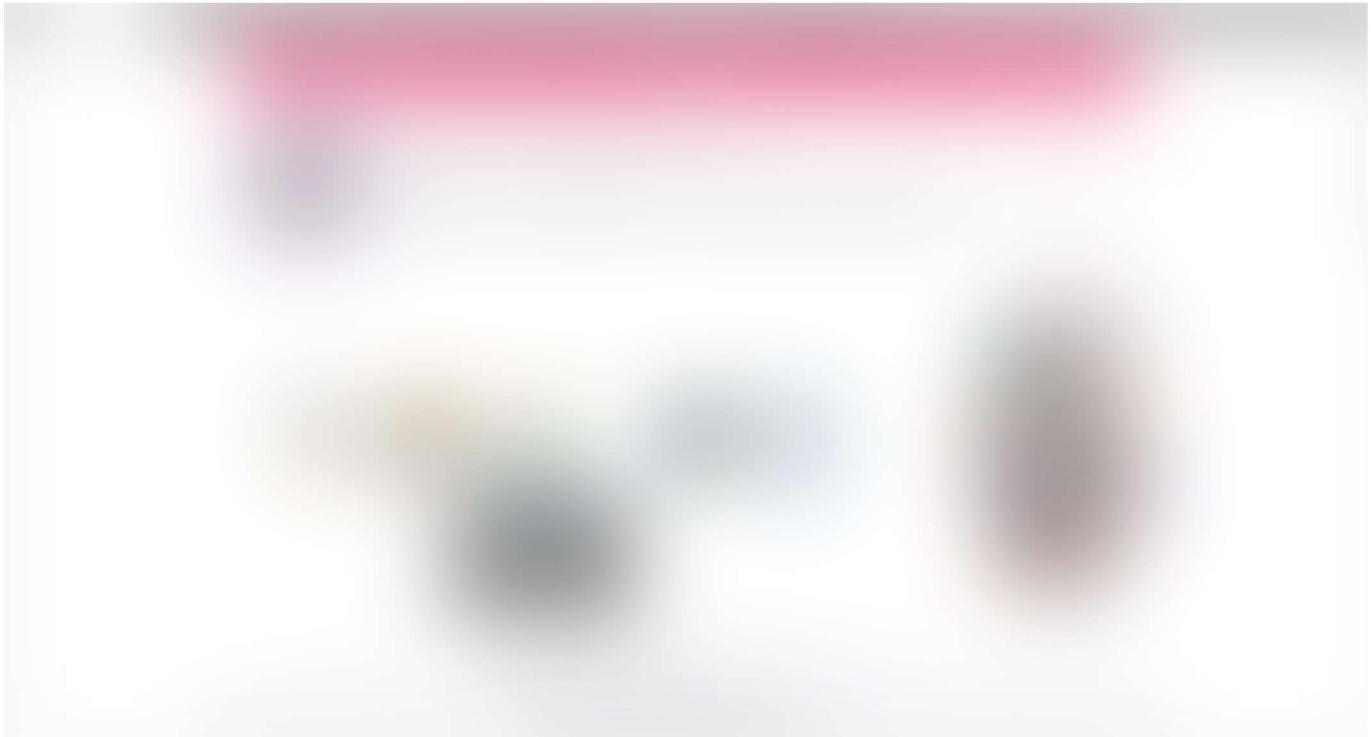
We have a campaign on menstruation. Agostina Mileo was doing research about menstruation, and a couple of girls in the group said, “We want to calculate the cost of menstruating.” So we calculated how much tampons, pads, menstrual cups cost. Basically, how much would a woman spend on menstrual products in Argentina? We made a tampon index that took the prices of supermarkets in different countries and put the exchange rate in each country to show which countries were more or less expensive to menstruate in.

Then, Agostina wanted to collect sanitary napkins, pads, tampons, everything, and take them to women’s shelters. But I was in New York back then, and a week or two earlier, Bill de Blasio had passed a bill to provide elements of menstrual management for free at schools, prisons, and women’s shelters. Plus, Obama was shocked to learn about the “tampon tax” in the United States. So, I told her: “Agostina, let’s not make a collection. Let’s ask taxes to be removed, given that all those products have 21% taxes. Let’s ask taxes to be removed, let’s ask for free provision, and let’s also ask for research about the products with which tampons and sanitary napkins are produced, considering traces of glyphosate and these issues.”

That kicked off the “Menstruación” campaign, which is “Menstrual Action.” “Menstruación.” And with “Menstruación” we joined the Women’s Strike. We went to a corner, we put the giant sign of “Menstruación”, we invited people to take tampons,

sanitary napkins and everything to donate, and we gave out a paper with our recommendations about removing taxes or making a provision for the materials to be free. There was a congresswoman who loved the idea, and she presented a bill at the National Congress, asking for taxes to be removed, asking for free provision. And then the bill was also presented in ten cities in different provinces of Argentina.

None have passed yet, but we're going to present the bill again next year. But that was the start; the campaign was our way to go out to the street together. From there, a larger, more interdisciplinary work group was formed with the same vision that all of us have.



Feminindex (2017) is a tool to view political candidates' positions on a variety of gender and LGBTQ+ issues.

<https://feminindex.com/>.

## **And now you have something called Feminindex. Tell me about that.**

Feminindex is an index that measures the engagement that men and women candidates who stand for elections have in the gender agenda. We send a survey to all candidates who are running for president, vice-president, senators, and deputies (which are like the two chambers of Congress that there are in Argentina). It's a small questionnaire of around ten questions that are related to healthcare and sexual and reproductive rights, to violence against women, feminist economics, participation in politics, women and rights of the LGBTQ+ community.

Based on their responses, we give them a score. We gave a lower score to those who said chauvinist phrases in their speeches, we gave a lower score to those who showed some type of gender-based violence. We gave a higher score to those who used inclusive language, they spoke with “*todos*” and “*todas*” in Spanish. You know that in English it’s different, because “they” and “them” have no gender, but here we use “*ellos*” and “*ellas*,” and these do have a gender.

So the Feminindex gives scores based on how engaged they are with the gender agenda, and it makes a ranking, a visualization. You can enter our website and search for the candidate you like and see how feminist he or she is, and also in what item of this agenda he or she focuses on. Whether he or she is more feminist, but is more concerned by sexual and reproductive rights, or whether he or she is a feminist who is more concerned about violence, or if he or she is completely unconcerned by all these issues.

In the past election [in 2018], one of the questions we put was what they would say if there was a bill to legalize abortion in Argentina. And that’s very interesting for us, because we have 60 people’s answers from 2017. When we see the answers from 2017, a big portion of these people changed their opinion. Many of them started to be in favor, even the former President of Argentina, who was totally against it back then, when this issue was voted upon this past year, she voted for. And many of the people who were presidential candidates, top-official candidates, were also undecided or were against it, and, after all last year’s discussion, they ended up being in favor. Consequently, we saw an impact also on how the discussion at the Congress changed these people’s position. We are enthusiastic about being able to see the difference between two years ago and now.

Feminindex also has a pedagogical part, given that one of the things that we saw when we made it is that lots of candidates did not talk about the gender agenda during their political campaigns. They had no idea about what they could propose, what laws there were, what laws they could promote. And another thing happened: journalists that made interviews to men and women candidates did not ask them anything about this. So, we realized that we also needed to show why this was important and we set up a guide for journalists so that they could ask about gender-related topics. So, we set up a guide — the guide goes, for example: “why is it important to ask about violence against women? Which are the laws in act? Which are the ones being discussed? What could you

ask a candidate regarding this issue?" The same — for instance, in Argentina there's a bill about the transgender hiring quota, which is a quota so that transgender people may work in the state. Because, in Argentina, transgender people have been discriminated against for a long time; they have a lot of health problems; their life expectancy is around 37 years of age; they have a very poor access to healthcare; most of them work in prostitution; they are sex workers. So, a way also of being able to include them and for them to have genuine work without prostituting themselves, is that the state gives them a percentage of their posts by law, which is 1%.

So the Feminindex has many parts: one is the data visualization, another one is the pedagogical part. This year we added an extra thing, which is that you can contact your favorite woman candidate and ask her what she thinks about legal abortion, what she thinks about violence against women, what she thinks about the gender pay gap, what she thinks about unpaid care work. We're going to have a button that takes a user to Twitter or Facebook — or prompts them to call over the phone — so that people may call and contact them directly and ask them what they want.

## **What role do you think data has to play in all of this?**

Data is fundamental in my opinion. In Argentina, when we started to say there is a 27% pay gap, they told us, "No, it cannot be true." "My woman colleague earns more than I do." "My boss is a woman." "My mom works and earns more than my dad." They started telling personal anecdotes. So to have the statistics and say, "Maybe that happens to you, but statistics show a different situation."

We created the slogan, "Inequality can be measured." Inequality can be measured. Inequality isn't that I'm angry, and I'm complaining. Inequality isn't a feeling of mine, or that I thought. Inequality is something that exists, that we can see, that we can measure, and we can measure it at many levels. We can measure inequality within households, in the hours that women spend washing, ironing, cooking, looking after little boys and girls, etc. We can measure it in how much they earn when they work outside their households, we can measure it in how much they earn in the jobs where they are hired. We can measure loads of features that, when we talk about these issues, allow us to remove the sentimental bias that always appears to be linked to women.

Data helps us build arguments to debate this with more authority and reliability. They are also useful for us because if we want to transform our society, we have to diagnose

the problems. The average unemployment rate in Argentina is 10%, and the unemployment rate for young women under the age of 29 is 20%. Why does this happen with women under the age of 29? Maybe it's because they're at a childbearing age, and that makes them withdraw from the labor market; or maybe people don't want to hire them because they'll be absent. And that's important, because it allows us to think how we can improve the access conditions to the labor market for these women, or if there's sufficient provision of childcare.

Having data enables us to formulate diagnosis, and these diagnoses enable us to think about solutions. Data also enables us to measure the impact of the actions we have. So, in my opinion, data is very important when building knowledge, arguments, having authority, generating public policies, being able to assess them, being able to measure the impact, and also because I believe that it's a good narrative strategy. When narrating a reality, providing data enables us also to tell a story and see how in the '60s two women out of ten worked outside of the household. Today there are seven of them who work outside of the household. That allows us to say: "Oh, what happened in the middle?" It's a way to describe situations over time. And that's why data is really important.

*You can follow Mercedes D'Alessandro ([@dalesmm](#)) and Economía Feminista ([@EcoFeminita](#)) on Twitter. (D'Alessandro is no longer directly involved in Economía Feminista. She now serves as the Director of Economics and Gender in Argentina's Ministry of Economy, a new position that she says was created as a result of the debate and activism covered in this interview. Her latest report for that position is available [here](#).) Recently, D'Alessandro participated in the design and implementation of a [Universal Basic Income program](#) oriented towards precaritized workers from middle class who have lost their jobs due to COVID-19.*

\*\*\*\*\*

## ¿Cuál es la historia de origen de Economía Feminista?

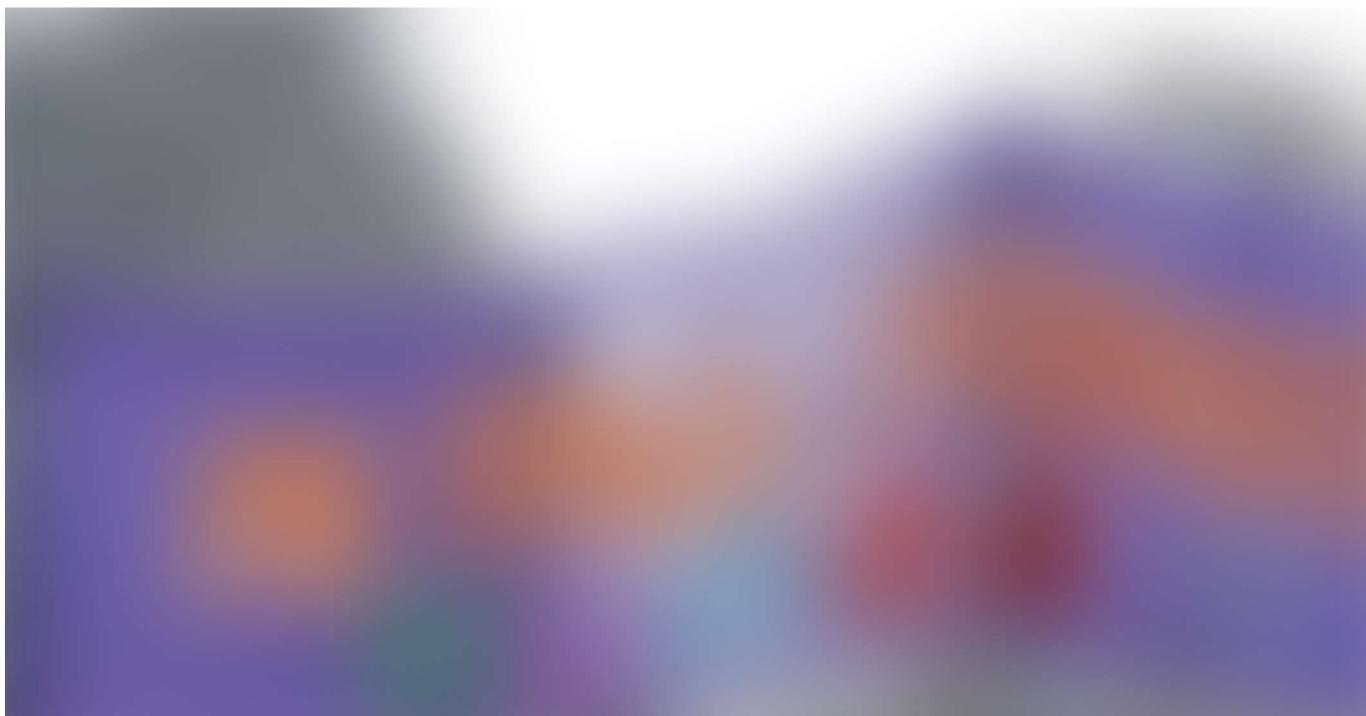
Yo soy economista, Doctora en Economía, tengo un PhD en *Economics*. Soy muy activa en redes sociales, en Twitter, Facebook, etcetera. Empecé a discutir cuestiones de economía en Twitter. De pronto, me encontré con que eran todos varones discutiendo, y cuando trataba de discutir algo sobre el dólar o la inflación — que en Argentina es un

tema cotidiano — no me contestaban, contestaban a otro varón o contestaban con comentarios discriminatorias.

Entonces, con una compañera y amiga, Magalí Brosio, que estaba en una situación similar a la mía, empezamos a hablar sobre la necesidad de tener un espacio en el que, como economistas, pudiéramos debatir temas de economía, visibilizar más mujeres economistas, y también discutir el rol laboral de las mujeres en América Latina. En particular, estábamos interesadas en las diferencias de cómo impacta una crisis a las mujeres y a los varones, temas semejantes.

Entre nuestras conversaciones, Magali y yo, decidimos que queríamos hacer algo así y escribimos una nota llamada “Las mujeres ganan menos que los varones en todo el planeta, y tu mamá también”, como la película “Y tu mamá también”, y publicamos esa nota. De verdad que tuvo muy buena recepción porque rápidamente la gente dijo: “¿Cómo pasa esto?” “¿Es cierto?” “¡No!” Muchas veces decían: “no es cierto, es mentira, el método...” Diferentes reacciones, pero la verdad es que fue muy aclamada.

A la gente le interesó, nos empezaron a preguntar más cosas, y nos dimos cuenta de que era un tema que podíamos explotar y explorar más. Entonces, Economía Feminista era un blog que se iba a dedicar a visibilizar mujeres economistas y a hablar de temas de economía, de alguna manera eso fue creciendo. El blog se abrió en mayo de 2015 y en junio fue el primer “Ni una menos” en Argentina.





Marcha #NiUnaMenos en 2017 en Buenos Aires. Credito: [Wikipedia user ezarate](#).

## ¿Qué es “Ni una menos”?

La primera manifestación de “Ni una menos” fue un evento que cambió mucho la discusión aquí en Argentina, se trataba de feminicidios. Fue el caso de una niña, una joven de 16 años, que fue encontrada asesinada por su novio de la misma edad y enterrada en el patio de la casa. Una periodista bastante conocida aquí escribió muy desesperada: “nos están matando, tenemos que hacer algo.” Y se organizó rápidamente, en tres semanas, una movilización.

Cientos de miles de mujeres salieron a las calles en contra del femicidio. Y esa fue la primera vez que hubo una movilización tan grande con una consigna feminista y de género, que involucró personas que antes no se reconocían a sí mismas como feministas, incluso yo misma. Cuando empecé con el blog de Economía Feminista fue la primera vez que usé el término “feminista” para referirme a alguna producción mía. “Ni una menos” cambió la discusión, hizo que la gente empezara a pensar en las desigualdades, la desigualdad obviamente física y la violencia que termina en un femicidio. Pero también, la desigualdad en términos del acceso al poder y a la política, la desigualdad económica, y también un montón de cosas que empezaron a estar más visibles.

## ¿Cuál ha sido la recepción de Economía Feminista?

Entonces empezamos el blog en ese contexto, un poco antes del primer “Ni una menos”, eso ayudó a que el blog creciera. Después de un año de estar en las redes sociales — debatiendo y hablando de la brecha salarial, del trabajo doméstico no remunerado, de por qué las mujeres ganan menos, etcétera — sentí la necesidad de escribir el libro. Esto sucedió porque había un montón de discusiones que estaban en las redes sociales, en los artículos que escribíamos, o en libros, pero todos estaban escritos en un lenguaje muy técnico para que lo pudiera leer otra persona que no fuera una que había estudiado diez años de economía en una universidad y que sabe leer con citas, cuadros, gráficos, siguiendo un *paper*, etcétera.

Teniendo en cuenta los antecedentes que tenía discutiendo todos los días en redes sociales, con personas que no son ni economista, ni científicas, algunas veces tampoco eran feministas. Digamos con personas comunes y corrientes, normales, ese fue un ejercicio muy interesante, porque me di cuenta de que muchas preguntas no tenían una respuesta tan clara incluso para mí, y de alguna manera organicé todas esas discusiones, de las cuales salió el libro.

El libro, Economía Feminista, se publicó en diciembre de 2016 después de toda la discusión online de un año y agotó en dos semanas. Se volvió a reimprimir y de nuevo se volvió a agotar; de nuevo se a reimprimir ... y ya va por la quinta edición aquí. También se imprimió en Colombia, México y España.

## **¡Maravilloso! ¿Por qué crees que tuvo tan buena acogida?**

El éxito del libro se debe justamente a esto que te decía del lenguaje, de traer contenidos que son de la academia a una audiencia general. Porque te digo: yo no inventé nada. Lo único que hice fue una “traducción”, entre comillas, de lo que yo sentía que la gente estaba preguntándose y con muchas referencias al cine, a la cultura pop, a la literatura, y citando a todas las mujeres que podía.

Hice un esfuerzo muy grande y consciente de buscar bibliografía escrita por mujeres, porque ese es otro problema que yo tuve con mi formación. Es decir, como economista leía a Joan Robinson y a Rosa Luxemburgo, pero no leí otras mujeres. No tuve economía y género, por ejemplo, en mi formación. Entonces para mí también fue como ponerme a leer historias escritas por mujeres, economía escrita por mujeres, ciencias políticas escritas por mujeres, leer entrevistas a mujeres en la política y leer entrevistas a mujeres economistas. Hice todo un recorrido en este sentido y creo que fue lo que hizo que el libro fuera exitoso.

También, obviamente, la necesidad estaba allí en Argentina con el primer “Ni una menos”, que comenzó a crecer hasta que en 2017 se hizo el paro internacional de mujeres. “Ni una menos” abrió una nueva ventana, una nueva ola, una nueva etapa en el feminismo argentino, que generó inquietud y curiosidad en este tipo de contenido.

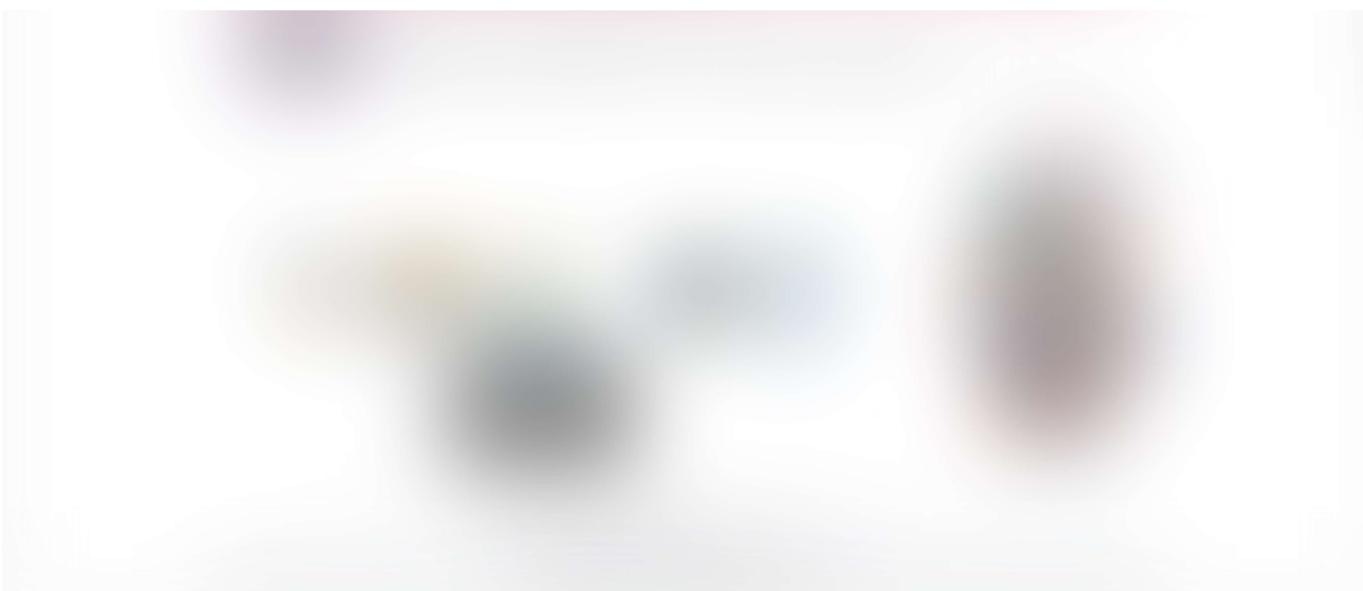
## **¿Puedes hablar sobre un ejemplo específico que uses en el libro y qué tipo de impacto has podido tener con él?**

Nosotros tenemos una campaña sobre menstruación. Agostina Mileo estaba estudiando sobre menstruación y un par de chicas del grupo dicen: “queremos calcular el costo de menstruar”. Entonces calculamos cuánto costaban los tampones, los *pads* y la copa menstrual, básicamente cuánto más o menos gastaría una mujer en Argentina en productos menstruales. Hicimos un índice del tampón que tomó los precios de los supermercados de distintos países y se puso el tipo de cambio en cada país para mostrar en qué país era más caro y más barato menstruar.

Entonces, Agostina quiso hacer una colecta sobre toallitas, *pads*, tampones, todo y llevarlos a refugios de mujeres. Pero yo estaba justo en Nueva York, y una o dos semanas antes, Bill de Blasio había aprobado un *bill* para provisión gratuita de elementos de gestión menstrual, en escuelas, cárceles y refugios de mujeres a los cuales le habían quitado el impuesto. Además, Obama se sorprendió al enterarse del “impuesto al tampón” en los Estados Unidos. Entonces, yo le dije: “Agostina, no hagamos una colecta, pidamos que se eliminen los impuestos, dado que todos estos productos tienen 21% de impuestos. Pidamos que se eliminen los impuestos, pidamos provisión gratuita y además pidamos investigación sobre los productos con los que se fabrican los tampones y las toallitas, considerando los restos de glifosato y sus consecuencias.”

Bueno y ahí surgió la campaña sobre Menstruación, que es *Menstrual Action*. Y con Menstruación nos sumamos al paro de mujeres. Fuimos a una esquina, pusimos el cartel gigante de Menstruación, invitamos a que la gente llevara tampones, toallitas, y todo para donar, y repartimos una hoja diciendo que queríamos la eliminación del IVA, la provisión gratuita, etcétera. Hubo una diputada, una *Congresswoman*, que le encantó la idea y ella presentó un proyecto de ley en el Congreso de la Nación pidiendo la eliminación de los impuestos y la provisión gratuita. Y luego, el proyecto de ley fue presentado en diez ciudades de distintas provincias de Argentina.

Ninguna todavía pasó, pero lo vamos a volver a presentar el año que viene. Así fue el inicio de todo, la campaña fue nuestra manera de salir a la calle todas juntas también. A partir de eso, se armó un grupo de trabajo más grande y mucho más interdisciplinario con la misma visión todas teníamos.



Feminindex (2017) es una herramienta para ver las posiciones de los candidatos políticos en una variedad de cuestiones de género y LGBTQ+. <https://feminindex.com/>.

## Y ahora tienes algo llamado Feminindex. Cuéntame sobre eso.

El Feminindex es un índice que mide el compromiso que tienen los candidatos y candidatas que se presentan a las elecciones en la agenda de género. Nosotros enviamos una encuesta a todos candidatos y candidatas que se presentan a ser presidente, vicepresidente, senadores y diputados, que son como las dos cámaras que hay en la Argentina. Es un cuestionario pequeño, de alrededor de diez preguntas que están relacionadas con la salud y los derechos sexuales y reproductivos, con la violencia machista, la economía feminista, la participación política, las mujeres y los derechos de la comunidad LGBTQ+.

Basado en las respuestas les pusimos puntajes, descontábamos puntos a quienes decían frases machistas en sus discursos, también descontábamos puntos a quienes tenían algún tipo de manifestación de violencia de género. Le sumábamos puntos a quienes usaban un lenguaje inclusivo, hablaban de *todos* y *todas* como en español. En inglés, sabes, es diferente porque *they* o *them* no tiene género, pero aquí se usa *ellos* y *ellas*, y eso sí tiene género.

De esta manera, el Feminindex asigna puntajes en función del compromiso que tienen con la agenda de género y hace un ranking, que es una visualización. Puedes entrar a nuestro sitio web y buscar el candidato que te guste y ver cuán feminista es. Y además en qué ítem de esta agenda se destaca. Si es más feminista, pero más preocupado por los

derechos sexuales y reproductivos, o si es más feminista preocupado por la violencia, o si es totalmente despreocupado por todos estos temas.

En la elección anterior, una de las preguntas que pusimos fue qué diría si llegara un proyecto para legalizar el aborto en la Argentina. Esto fue muy interesante para nosotras porque teníamos la respuesta de 60 personas en 2017, y el aborto se discutió en 2018. Cuando vemos hoy las respuestas de 2017, gran parte de esas personas cambiaron de opinión. Muchos de ellos se pusieron a favor, incluso la expresidenta de Argentina, que en ese momento estaba totalmente en contra, cuando se votó este último año, votó a favor. Y muchos que eran candidatos para presidente o para altos cargos también estaban indecisos o estaban en contra, y después de toda la discusión del año pasado terminaron estando a favor, con lo cual también vimos un impacto de cómo la discusión en el Congreso cambió la posición de estas personas. Nosotras estuvimos entusiasmadas de poder tener ese corte de dos años atrás y ver hoy.

El Feminindex tiene parte pedagógica porque una de las cosas que nosotras vimos cuando hicimos el Feminindex es que muchas personas no hablaban en sus campañas políticas sobre la agenda de género. No tenían idea acerca de qué podían proponer, qué leyes había, qué leyes podían llevar adelante. Y también pasaba que los periodistas que hacían entrevistas a candidatos y candidatas no les preguntaban nada sobre esto. Entonces, nos dimos cuenta que también necesitábamos mostrar por qué era importante esto y armamos una guía para periodistas para que puedan preguntar cuestiones de género. Así, hicimos una guía, la guía es, por ejemplo: “¿por qué es importante preguntar sobre violencia machista? ¿Cuáles son las leyes que hay? ¿Cuáles son las que están en discusión? ¿Qué le podrías preguntar a un candidato en torno a este problema?” Lo mismo, por ejemplo, en Argentina hay una propuesta de ley sobre el cupo laboral trans, que es una cuota para que las personas transgénero puedan trabajar en el estado. Porque en Argentina las personas transgénero fueron discriminadas durante mucho tiempo, tienen muchos problemas de salud, su esperanza de vida es de 37 años, tienen un muy pobre acceso a la salud, la mayor parte de ellas trabaja en la prostitución, son trabajadoras sexuales. Entonces, una forma también de poder incluir y que tengan un trabajo genuino, y no tengan que prostituirse, es que el estado le dé un porcentaje de sus cargos por ley, que es el 1%.

Bueno, el Feminindex tiene muchas partes: una es la visualización de datos, otra es la parte pedagógica. Este año, además, agregamos una cosa extra que es que puedes contactar a tu candidata favorita y le puedes preguntar qué piensa sobre el aborto legal, qué piensa sobre la violencia machista, qué piensa sobre el *gender gap* en los salarios, qué piensa sobre los trabajos de cuidados no remunerados. Vamos a tener un botón que las va a llevar a la cuenta de Twitter, de Facebook o llamar por teléfono, para que las personas puedan llamar y contactarlas directamente y preguntarles lo que quieran.

## ¿Qué rol crees que juegan los datos en todo esto?

Para mí los datos son fundamentales. En Argentina, cuando nosotras empezamos a decir “hay una brecha salarial del 27 por ciento”, nos decían: “no, no puede ser” “yo gano más que — mi compañera de trabajo gana más que yo”, “yo tengo una jefa mujer” o “mi mamá trabaja y gana más que mi papá”, y empezaban a contar anécdotas personales. Entonces, para tener las estadísticas y decir “no, eso quizás te pasa a vos”, pero la estadística, los datos generales nos muestran esta situación.

Nosotras creamos el slogan: “la desigualdad se puede medir”. La desigualdad se puede medir, la desigualdad no es que estoy enojada y me estoy quejando, la desigualdad no es una sensación que tengo o pensé. La desigualdad es algo que está, que la podemos ver, que la podemos medir, y la podemos medir en muchos planos. Podemos medir la desigualdad del interior de los hogares, en las horas que las mujeres dedican a lavar, planchar, cocinar, cuidar a los niños y niñas pequeñas, etcétera. Podemos medirla en cuánto ganan cuando trabajan fuera de sus hogares, podemos medir en cuánto ganan en los empleos que ellas toman, es decir, podemos medir un montón de características que nos permiten, cuando hablamos de estas cuestiones, sacarle el sesgo sentimental que siempre parece asociado a las mujeres.

Los datos nos ayudan a construir argumentos que nos permiten debatir esto con mayor solidez y solvencia y, además, también nos sirven porque si nosotras queremos transformar nuestra sociedad tenemos que diagnosticar los problemas. El promedio de desempleo en Argentina es 10%, y el desempleo de las jóvenes menores de 29 es de 20%. Entonces, ¿por qué pasa esto con las mujeres menores de 29 años? Tal vez, una respuesta es porque están en edad de tener hijos y eso hace que se retiren del mercado laboral o que la gente no las quiera emplear porque van a faltar debido al embarazo. Y eso es importante, porque nos permite pensar cómo podemos mejorar las condiciones de

acceso al mercado laboral para estas mujeres, o si hay suficiente provisión de escuelas de doble jornada, o de guarderías, o lugares donde cuidar a los niños y niñas.

De alguna manera tener datos nos permite formular diagnósticos y estos diagnósticos nos permiten pensar en posibles soluciones. Nos permite medir el impacto de las acciones que tenemos. En mi opinión, los datos son muy importantes a la hora de construir conocimientos, argumentos, de tener solidez, de generar políticas públicas, de poder evaluarlas, de poder medir el impacto, y también porque creo que es una buena estrategia narrativa. En la narración de una realidad, establecer los datos nos permite también contar una historia y ver cómo en los '60s dos de cada diez mujeres trabajaban fuera del hogar. Hoy son siete las que trabajan fuera del hogar. Eso nos permite decir: "uy, ¿qué pasó en el medio?". Y es una forma también, de relatar situaciones a lo largo del tiempo. Por eso para mí son importantísimos.

*Puedes seguir a Mercedes D'Alessandro ([@dalesmm](#)) y Economía Feminista ([@EcoFeminita](#)) en Twitter. (D'Alessandro ya no está directamente involucrado en Economía Feminista. Ahora se desempeña como Directora Nacional de Economía y Género en el Ministerio de Economía de Argentina, un nuevo puesto que, según ella, se creó como resultado del debate y el activismo cubiertos en esta entrevista. Su último informe para ese puesto está disponible [aquí](#).) Recientemente, D'Alessandro participó en el diseño e implementación del programa Ingreso Familiar de Emergencia (IFE) orientado a trabajadores precarios de clase media que han perdido sus empleos debido a COVID-19.*

Feminism    Economics    Data Science    Gender    Español

About   Help   Legal

Get the Medium app

