

Mujeres tutoras

● El rezago escolar afecta a miles de estudiantes de nuestro país. Muchos niños y niñas quedan atrás en sus aprendizajes desde temprana edad, lo que no solo impacta su rendimiento académico, sino también su autoestima y confianza. En este contexto, tutorías personalizadas se han transformado en una herramienta concreta para disminuir brechas, y que hoy, gracias a la tecnología, pueden alcanzar los más diversos rincones del país.

De nuestros 2.500 tutores anuales, el 70% son mujeres. Estudiantes, profesionales y voluntarias que, de manera comprometida, dedican su tiempo a acompañar a niños, niñas y adolescentes en su proceso formativo.

Su dedicación, su motivación, los vínculos emocionales que generan con los estudiantes, son clave para ampliar las oportunidades de miles de niños y niñas. Las mujeres son vitales en este desafiante proceso.

*Francisca Lewin, directora ejecutiva
Fundación Conectado Aprendo*

Liderazgo femenino TP

● El futuro de Chile se está decidiendo en las aulas y talleres de la Educación Superior Técnico-Profesional (TP), que rediseñan el mapa de la movilidad social y concentran una parte sus-

tantiva de la formación de nuestro país. La gestión de instituciones de educación superior exige sensibilidad territorial y capacidad para traducir necesidades locales en propuestas formativas pertinentes. La presencia femenina en los equipos directivos ha aportado un pragmatismo transformador, orientada a la flexibilidad curricular, la vinculación con la industria y el acompañamiento a estudiantes con responsabilidades de cuidado.

No es solo una cuestión de paridad: es una forma de liderazgo que entiende la educación técnica como una herramienta de autonomía económica y de inclusión social. Pero celebrar avances no basta. Por eso, en este Mes de la Mujer hacemos un llamado público y concreto: a las autoridades, a las empresas y a la sociedad civil para que trabajemos en conjunto por tres prioridades. Primero, garantizar recursos estables y equitativos que permitan a las instituciones TP sostener calidad y pertinencia territorial. Segundo, promover políticas que aceleren la participación femenina en todos los espacios de decisión académica, productiva y gubernamental. Y tercero, consolidar la articulación entre formación y empleo mediante alianzas público-privadas que multipliquen oportunidades para mujeres en sectores estratégicos.

El liderazgo femenino en la alta dirección de la educación superior TP no es un asunto simbólico: es una con-

dición habilitante para que el desarrollo económico tenga rostro humano, regional y justo.

*Anamari Martínez, Carla Aceituno,
Carmen Versluys, Gloria Iturra, Ingrid Luna, Ivette Monsalves, Mónica Verzini y Trinidad Riesco. Rectoras
del Consejo de Rectores Vertebral*

Mujer en la publicidad

● En el Día Internacional de la Mujer, fecha de debate público y compromisos de avance, nos parece importante abordar la representación de la mujer en la publicidad, pero con un foco no tan revisado: los estereotipos y su impacto en niñas, niños y adolescentes. Recientemente un artículo de The Wall Street Journal dio cuenta del despegue de la industria del maquillaje para niñas. Y qué duda cabe, en un entorno saturado por los contenidos de las redes sociales, la publicidad puede sumar presión y expectativas irreales, o, por el contrario, aportar a que los niños de hoy crezcan con modelos más amplios de autoestima, identidad y proyecto de vida. No se trata de evitar temas, sino de representarlos con responsabilidad: referentes positivos, diversidad real, capacidades, autonomía y dignidad, sin reducir el valor personal a la apariencia o a la aprobación externa.

El Código Chileno de Ética Publici-