

LA SEGREGACIÓN VERTICAL EN LAS EMPRESAS EDITORAS DE PERIÓDICOS: PERCEPCIÓN DE LAS DIRECTIVAS DE SEIS DIARIOS ANDALUCES¹

Caro, González, Francisco J.
Departamento de Administración de Empresas y Marketing
Universidad de Sevilla
fjcaro@us.es

García, Gordillo, María del Mar
Periodismo II
Universidad de Sevilla
marggordillo@us.es

Rodríguez, Rey, Ana
Periodismo II
Universidad de Sevilla
anarodrey@gmail.es

RESUMEN

Las facultades de comunicación de toda España están repletas de mujeres desde la década de los ochenta (el porcentaje medio está en torno al 70%), no obstante esta realidad no es la que encontramos en los cuadros directivos medios y altos de los diarios impresos, donde los porcentajes de mujeres son nimios. Esta ausencia femenina en dichos puestos repercute no sólo en los modos de gestión sino en las realidades representadas por dichos medios, es decir en su forma de contar el acontecer diario. Pretendemos desentrañar las claves que determinan que las mujeres no alcancen los puestos superiores del organigrama. Para ello hemos optado por entrevistar a aquellas mujeres que ocupan dichos cargos de gestión: doce mujeres de seis diarios impresos andaluces. De esta manera podremos conocer no sólo sus experiencias personales sino las percepciones que tienen sobre la incorporación de las mujeres a la vida profesional y la compatibilidad de ésta con la vida personal y familiar. El procesamiento de estas entrevistas se ha llevado a cabo con el apoyo del software de análisis de datos cualitativos ATLAS.TI.

PALABRAS CLAVE

Segregación vertical, techo de cristal, empresa periodística, género, mujeres directivas.

¹ Este artículo es parte del proyecto de investigación con referencia: 41/07 "SANIMUEI", Satisfacción de las Necesidades Informativas de las Mujeres en las Empresas Informativas (2007-2010), financiado por el Ministerio de Asuntos Sociales y gestionado por el Instituto de la Mujer.

INTRODUCCIÓN

Mujeres y hombres estamos en permanente contacto en nuestras vidas personales y profesionales. Estamos obligados a entendernos en el ámbito personal y laboral. No obstante, nuestras visiones del mundo son distintas aunque complementarias, tenemos jerarquías de valores diferentes, entendemos las situaciones de modos diversos y resolvemos conflictos también de distintas maneras. Nuestras escalas de valores y nuestra percepción sobre la trascendencia de las cosas que acontecen a diario también es distinta.

Esto, que podría referirse en exclusiva a las interacciones personales o profesionales, cobra una importancia superior cuando la profesión de la que hablamos y a la que nos referimos es la periodística. ¿Por qué? Porque los periodistas dan forma al mundo, conforman el acontecer diario. Deciden qué pasa y qué no, y de aquello que han considerado relevante establecen con qué importancia ha pasado con respecto al resto de acontecimientos diarios. Es decir, jerarquizan la actualidad. Establecen el menú diario con el que nos desayunamos, la carta de noticias con las que almorzamos y los platos de la cena. Si como acabamos de decir hombres y mujeres miran al mundo de modo distinto, resulta relevante quién realice esta labor, o que no se realice de modo compartido por unos y otras, porque como veremos a lo largo de este artículo, el mundo es contado y su acontecer jerarquizado por hombres. Por tanto, todos recibimos una visión y una versión masculina del mundo. Porque olvidamos en demasiadas ocasiones que lo importante de los medios no es tanto que nos digan qué debemos pensar sobre un determinado tema, sino que nos determinen sobre qué temas debemos hacerlo. Y esto, a fecha de hoy, lo hacen mayoritariamente hombres, y no mujeres.

Varios son los autores que han tratado este extremo (Garrido, 2008; Rivero Santamaría, 2010; Simelio Solá, 2009; Soriano et al, 2005) y aunque han llegado a conclusiones similares han partido desde puntos diversos. Unos han iniciado su estudio a partir del perfil de los estudiantes de periodismo para llegar a las estructuras de las redacciones de los periódicos y sus staff, otros se han centrado en la anatomía de la profesión para entender sus peculiaridades y las causas estructurales que permiten entender el motivo por el que escasean las mujeres en los cuadros directivos de los medios; los últimos se han centrado en el análisis de contenidos para ver la presencia de las mujeres en los medios como objeto representado, cuantitativa y cualitativamente. Todos han llegado a conclusiones que se aproximan a éstas:

"Nos conformamos con un modelo de información elegido por los varones carente, muchas veces, de sensibilidad hacia algunos asuntos femeninos y que, casi siempre, presenta un modelo de mujer anclado en el pasado, incapaz de reflejar los cambios que ha experimentado la vida de las mujeres y repleto de prejuicios y estereotipos" (Garrido, 2008:133) en (Rivero Santamaría, 2010)

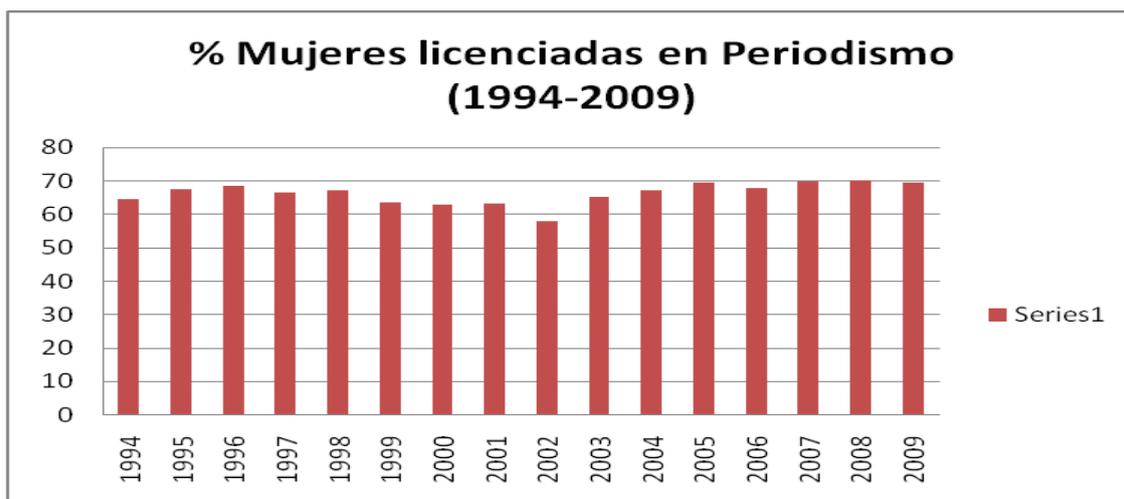
"Las mujeres aparecen como agentes pasivos, raramente son enfocadas como representantes públicas y son relegadas a la esfera privada". (Simelio Sola, 2009)

"Si nos detenemos a reflexionar sobre la presencia de las mujeres en las noticias, se destaca fundamentalmente su ausencia como protagonistas, algo que se ha llegado a denominar "aniquilación simbólica". (Menéndez, 2003)

"La representación, enfoque, y tratamiento de las mujeres en las noticias es, a menudo, estereotipada, con particular énfasis sobre el aspecto físico y los vínculos familiares" (Simelio Sola, 2009).

ESTUDIOS ANTERIORES

Según el *Informe Anual de la Profesión Periodística* de 2009, editado por la Asociación de la Prensa de Madrid (pp.107-126) desde que se iniciaron los estudios de periodismo en 1972 más de 69.000 licenciados han egresado de las aulas de los 36 centros en los que se imparte el nuevo grado o la licenciatura. Este año se han incorporado 2.500 nuevos licenciados al mercado laboral y los alumnos matriculados en dichos estudios han pasado de 29.895 en el curso 1995-1996 a 48.899 en el curso 2008-2009. Pues bien, este incremento considerable en el número de alumnos matriculados en los centros no ha repercutido en la curva porcentual de las mujeres que han egresado de los centros universitarios, ya que han pasado de un 64,4% en 1994 a un 69,6% en 2009, cinco puntos superior ahora que entonces.



Fuente: Encuestas de la APM facultades, septiembre 2009. INE 2008. Consejo de Coordinación Universitaria 2009 (Publicado en Informe Anual de la Profesión Periodística 2009)

Según Rivero Santamaría (2010) en un estudio realizado sobre los estudiantes de la Universidad del País Vasco: *"Los porcentajes muestran con claridad que en los últimos diez años un 67% de las personas que concluyeron sus estudios de periodismo en la UPV-EHU han sido mujeres frente al 33% de hombres. De manera que podemos establecer sin lugar a dudas que los estudios de periodismo están claramente feminizados, más aún si encajamos este dato dentro de la orquilla del 31% al 42% de mujeres que optan por cursar estudios "sociales" en la UPV-EHU. En definitiva, la carrera de periodismo supera en 25 puntos la media de mujeres que lo cursan en comparación con otras carreras catalogadas como "sociales" y en las que la propia universidad ya nos advertía de una feminización de las mismas"*.

Pero no se trata únicamente de presencia, según los estudios realizados por esta autora, las mujeres además realizan un aprovechamiento superior de la misma y sus calificaciones son también más altas, *"(...) de cada uno de los cursos académicos se han extraído los quince mejores resultados en función de sexo. Del total de los ciento cincuenta alumnos/as que componen este ranking un 73% son mujeres y un 27%, hombres. Con estos porcentajes en la mano parece confirmarse la hipótesis de que las mujeres obtienen un mayor aprovechamiento y resultados de su paso por la universidad"*.

Viendo el gráfico anterior, podría afirmarse que los estudios de periodismo tienen un marcado carácter femenino desde hace al menos tres lustros, lo que justificaría que las licenciadas de entonces, ahora rondando la cuarentena, se encontraran en un porcentaje similar entre los

cuadros directivos medio/alto de los distintos medios de comunicación, sin embargo como iremos viendo esto no ocurre.

LA PROFESIÓN DE PERIODISTA

Llegados a este punto cabría preguntarse ¿qué ocurre con los egresados una vez finalizados sus estudios?, ¿Se trasladan estos porcentajes de representatividad a las redacciones de los medios de comunicación? ¿Y a sus cuadros directivos?

La investigadora nórdica Djerf-Pierre sienta las bases de la profesión periodísticas y de la situación de la mujer en la misma. Para empezar: "(...) *journalism originated as a male domain, to which women were denied access*" (Djerf-Pierre, 2007; p.83). Y es que en nuestro imaginario colectivo la profesión es masculina, hombres y más hombres encerrados durante horas en las redacciones, cubiertos por una nube de humo de cigarrillo y una copa próxima, discutiendo, sin horarios, arrogantes, preguntones, indiscretos, intrépidos,... Siempre fracasados en lo personal o con sufridas esposas esperando en casa. Desde el lado femenino, ellas triunfadoras profesionales siempre serán una fracasadas personales. Así es como una gran parte de la sociedad imagina la profesión.

Pero vayamos a lo práctico, Djerf-Pierre plantea cómo hay que estudiar la profesión:

"The first is, what places and positions have men and women, respectively, occupied in the field of journalism. The second concerns recruitment to the professional and the kinds of capital women and men have accumulated. The third question is the degree to which the definition of 'good' journalism is gendered. Which professional position, media and genres have conferred status in the different periods, and has this status had a gender dimension? The fourth question concerns the forms the struggle between men and women in the field has taken; what strategies have proven effective? Have there been 'battles of the sexes', and if so, what were the issues involved?" (Djerf-Pierre, 2007; p 82)

Parte del primer punto y el segundo lo hemos planteado en el apartado anterior, y lo seguiremos desarrollando ahora. El estudio de las estructuras jerárquicas de la prensa escrita española muestran los siguientes datos:

1. En el Primer Nivel, la Dirección, las mujeres ocupan un 9% de los puestos directivos.
2. En los puestos de Segundo Nivel, Subdirectores y Direcciones Adjuntas, sólo disfrutan de una cuota del 7%.
3. En los cargos de Tercer Nivel, Redactores/as jefe, hay un 15% de periodistas mujeres.
4. En los puestos de Cuarto Nivel, Jefaturas de Sección, las mujeres ocupan el 18% de los puestos

En cuanto a la segmentación por tipo de información, las cifras no son mejores:

1. En los diarios de información deportiva, las mujeres ocupan un 8% de los puestos de dirección, teniendo en cuenta los cuatro niveles de estratificación.
2. En los diarios especializados en información económica, el porcentaje asciende a un 14%.
3. En los diarios de información general el porcentaje es el mismo: 14%. (Rivero Santamaría 2010).

Este freno profesional, la falta de presencia de la mujer en los puestos de decisión es lo que se ha venido a denominar "techo de cristal", expresión metafórica que alude al acercamiento de la mujer a la cumbre, de la que incluso atisba la cima. Sin embargo, es incapaz de alcanzarla, ya que se encuentra con una barrera irracional e invisible, sobre todo socialmente, que no puede romper. Algunos autores han llegado a modificar el término para denominarlo "techo de cemento", o lo que es lo mismo: infranqueable; el cristal a veces se quiebra el cemento no.

Para explicar esta ausencia de mujeres en los cargos de responsabilidad de los medios de comunicación se han realizado varios estudios cuyos resultados pueden agruparse en dos grandes bloques. Por una parte, están aquellos que defienden que se trata de una exclusión coyuntural, es decir, es la consecuencia lógica de la tardía incorporación de las mujeres a los estudios universitarios y al mundo laboral. Por otra, encontramos a aquellos que defienden que se debe a causas estructurales, en las que en un entramado de dominación masculino son los propios hombres los que toman las decisiones y deciden perpetuar este sistema de desigualdad. De hecho, existen estudios que demuestran que en aquellos medios dirigidos por mujeres, se observan porcentajes más elevados de mujeres en los puestos directivos. Y decididamente, esta ausencia en los puestos de dirección va a repercutir en el tratamiento de la información

En un reportaje publicado en ECCUS, periódico universitario quincenal y gratuito, de 15 de marzo de 2010 y titulado *La igualdad de los periodistas se queda en las aulas universitarias* se hace un análisis global de la situación partiéndose del dato de que a pesar del mayor número de licenciadas sobre licenciados, en ejercicio hay un 47,5% de mujeres sobre un 52,2% de hombres. Esto se debe, según la coordinadora del estudio Marisol Gómez, a que *"en la actualidad ocurren dos fenómenos, por un lado, hay una mayor presencia de mujeres jóvenes y, por otro, se pone de manifiesto las dificultades de las profesionales con mayor experiencia para mantenerse activas en los medios, lo cual representa una importante pérdida de talento"*.

Según Soriano (2005, p. 47) las mujeres se concentran principalmente en los cargos de poca responsabilidad, como es la figura genérica del redactor, y también son más numerosas las mujeres en los sectores de medios definidos como "otras prensas". ¿Qué son otras prensas?, pues según el autor aquellos espacios considerados tradicionalmente como periféricos, como pueden ser las revistas muy especializadas o publicaciones institucionales, los gabinetes de comunicación, o la prensa local.

Ciertamente las cuestiones personales, familiares, etc., son el motivo de abandono de la profesión de muchas mujeres, como se ha apuntado en algunas investigaciones (Canel, 2000; Ortega y Humanes, 2000). Muchas periodistas viven como un problema la compatibilización entre la vida laboral y la vida privada. Una percepción apenas presente en el caso de los periodistas varones. Esta situación se percibe de forma más acuciante en las periodistas que son madres y las jornadas maratónicas con principio pero sin fin imposibilitan compaginar las rutinas a las que obliga la educación de los hijos.

Soriano apunta como rasgos de la incorporación de la mujer en las labores periodísticas que: a) la presencia de las mujeres en la profesión se caracteriza por una alta tasa de abandonos en comparación con la de los hombres; b) en las empresas ocupan posiciones de escasa responsabilidad; c) tienen mayor presencia en sectores de la comunicación considerados periféricos o de escasa influencia social; y d) sus trayectorias profesionales están marcadas por los cambios hacia espacios profesionales menos visibles pero más compatibles con su vida privada (Soriano, 2009; 50).

La conciliación de la vida laboral y personal en un trabajo que figura en los estudios como uno de aquellos que genera más índices de adicción y que por tanto obligan a pasar más horas

dedicados al mismo para poder competir con los compañeros es una labor imposible. Y a fecha de hoy esto obliga a elegir. Entre los principales motivos de esta desigualdad se apuntan: cargas familiares de las mujeres, tradición masculina en la organización de las empresas, sistemas de ascensos poco formalizados y reglados y la desconfianza del personal directivo en la capacidad de liderazgo de las mujeres.

Según Burke (2009, p.452 y ss), la mayoría de las personas adictas al trabajo son hombre. Y, mientras que algunos autores ven este tipo de adicción como algo positivo, otros sin embargo lo consideran negativo, ya que en los estudios realizados hasta la fecha no queda claro si la adicción al trabajo tiene consecuencias importantes, positivas o negativas, en las estructuras organizativas empresariales. Sería importante pues estudiar este tipo de adicciones en las mujeres para establecer posibles diferencias de género (Burke and Mattis, 2005, Davidson and Burke, 2004). Vistas algunas diferencias apuntadas a lo largo de este trabajo, esta necesidad vital de los hombres puede repercutir en el acceso a los cargos directivos de las mujeres.

"Females were younger, earned lower incomes and had been in their present jobs and with their present employers for shorter periods of time (...) Females are typically younger, less likely to be married and if married less likely to have children, to have less job and organizational tenure, be at lower organizational levels and earn less income (...) "The profession of journalism is one that allows individuals considerable autonomy making it likely that workaholic tendencies may play a role in the conduct and completion of one's job". (Burke,2009; p. 459-460)

Por tanto, cabría añadir en este momento que puesto que como se acaba de informar el trabajo que se desarrolla en la labor periodística es uno de los que permite una mayor autonomía individual, esto debería permitir que la incorporación de las nuevas tecnologías de la información a las rutinas productivas flexibilizara en cuanto a horarios el trabajo y por tanto facilitaría la conciliación. Aunque como afirma Rivero Santamaría (2010) *"La igualdad de género se convertirá en prioridad (en la profesión periodística) en el momento en el que los periodistas no deban preocuparse por otros aspectos que afectan al conjunto de la profesión"*.

ESTUDIO DE LA PERCEPCIÓN SOBRE LA SEGREGACIÓN VERTICAL EN EMPRESAS INFORMATIVAS:

OBJETIVOS:

El estudio de las barreras percibidas por las mujeres directivas en empresas editoras de prensa a la hora de progresar dentro de las redacciones nos ha llevado a plantearnos los siguientes objetivos:

O.1. Desentrañar cuáles son las características estructurales de la profesión periodísticas que dificultan el ascenso profesional femenino.

O.2. Identificar las rutinas productivas de los distintos medios que impiden que la mujer suba escalones en la redacción al mismo tiempo que los hombres.

METODOLOGÍA

Para realizar este estudio hemos seleccionado a informantes clave para realizar entrevistas. Mujeres directivas de diferentes niveles jerárquicos pertenecientes a los departamentos de redacción de empresas periodísticas de tamaño pequeño.

La pertenencia a los diferentes niveles organizativos nos ofrece percepciones distintas de la realidad empresarial en función del nivel jerárquico ocupado. Nos centramos en las redacciones,

ya que son las profesionales que trabajan en ellas las que tienen más dificultad de conciliar la vida laboral y la familiar dada la naturaleza del producto informativo.

Se entrevistaron a 12 mujeres directivas pertenecientes a las 6 empresas editoras de diarios locales que hemos denominado A, B, C, D, E y F. De ellas dos son directoras de redacción (D), una subdirectora (SD), tres redactoras jefe (RJ) y seis jefas de sección (JS). Tan sólo cuatro de ellas tienen hijos. Las edades de las entrevistadas oscilan entre los 27 años y los 50.

CARGO	EMPRESA	HIJOS	EDAD
RJ1	C	No	36-40
RJ2	C	No	41-45
SD	D	No	41-45
JS1	B	Si	46-50
JS6	B	No	36-40
D1	A	Si	46-50
JS2	F	Si	36-40
D2	F	No	36-40
JS3	A	No	26-30
JS4	D	No	26-30
RJ3	E	Si	46-50
JS5	E	No	26-30

Las visitas al lugar de trabajo para realizar las entrevistas, fueron aprovechadas para tomar nota de información relevante en un cuaderno de campo. Las entrevistas tuvieron una duración media de 40'.

Los datos han sido analizados con el apoyo del programa de análisis de datos cualitativos ATLAS.ti que presenta ventajas notables en cuanto al ahorro de tiempo, permite la exploración y codificación intuitiva y sistemática además de la modelización y visualización analítica (Caro y Díez, 2005). El programa nos ha permitido reducir la información y clasificarla en función de códigos y categorías. Las categorías emergentes del análisis de los datos e integradas en el estudio teórico han sido: segregación vertical de mandos intermedio, segregación en la alta dirección, la complicidad de género y autoexigencia de las directivas.

ESTUDIO DE LA PERCEPCIÓN SOBRE LA SEGREGACIÓN VERTICAL EN EMPRESAS INFORMATIVAS: RESULTADOS

Vamos a presentar algunas evidencias de la percepción que tienen las mujeres entrevistadas sobre las dificultades de acceso a puestos de poder en las empresas estudiadas.

De forma resumida las principales barreras a la carrera profesional de las mujeres son las siguientes:

1. Una profesión organizada desde la perspectiva del género masculino.
 - o La complicidad de género.
 - o Invisibilidad de las mujeres en puestos directivos.
2. La falta de igualdad en el hogar.

3. El nivel de auto exigencia de las mujeres.

- CASO A

El techo de cristal es una realidad en el caso A. Una de las entrevistadas ha logrado el puesto de directora tras un largo recorrido profesional, por lo que su experiencia es clave para comprender la situación en estas organizaciones y conocer si el techo de cristal se está resquebrajando con la creciente presencia de las mujeres en las empresas.

En opinión de las entrevistadas el periodismo es una profesión machista que resulta difícil conciliar con la vida personal y familiar, esta dificultad es mayor si las mujeres pretenden promocionar en la organización. Las condiciones laborales en que se ejerce el periodismo acaban expulsando a aquellas que quieren formar una familia. Deben renunciar a su carrera y aceptan puestos inferiores a su categoría y experiencia. La otra opción es dejar la información diaria para trabajar en gabinetes de empresas.

Otro freno es el elevado número de hombres directivos que prefieren promocionar a otros hombres en lo que se denomina complicidad de género.

Por otro lado las entrevistadas expresan como, en comparación con sus compañeros varones, ellas mismas se minusvaloran (baja autoestima) y en muchas ocasiones les cuesta creer que se merecen el ascenso.

La dedicación que supone ocupar un puesto directivo en las empresas periodísticas es plena, el nivel de renuncia a la vida personal es muy elevado y las mujeres llegan a sentirse culpables si no pueden atender todas las esferas de su vida. Los hombres parecen asumir con más facilidad ese nivel de renuncia del ámbito privado.

La directora de A aceptó el puesto una vez que sus hijos son mayores y su marido estaba prejubilado. Ya no necesitaba tanto tiempo para ocuparse de tareas domésticas.

En cualquier caso opinan que es relativamente fácil acceder a mandos intermedios, lo complicado es superar determinado nivel, como es la dirección de un diario, donde el techo de cristal se vuelve más grueso.

Algunas de las citas de las entrevistadas:

“Pues el techo de cristal, yo lo he sufrido toda mi vida. El periodismo es profundamente machista e impone un ritmo de vida que es muy difícil de conciliar con una vida personal, no hablo ya de la familiar...”

“Yo creo que siempre se han nombrado hombres y que éstos nombran a otros hombres porque así se sienten mucho más seguros, más cómodos y se fían más”.

“Cualquier hombre periodista tiene más facilidad para estar encantado de conocerse más que una mujer. Esto es un problema para las mujeres porque nos arrollan y nosotras estamos todo el día culpabilizándonos, todo el día pensando que deberíamos de hacer más, quiero llegar a todo...”

“Esto me ha venido en un momento muy bueno, tengo un hijo con 13 años pero mi marido está prejubilado. Pagan un coste personal altísimo, también lo pagan ellos pero no en la misma medida. Yo soñé el otro día que tenía un hijo y no sabía cómo se llamaba...”

- CASO B

En el caso B se plantea una nueva causa del techo de cristal. Una de las entrevistadas opina que en ocasiones no se promociona a las mujeres a determinados puestos por cuestiones de

reputación o de credibilidad como cabeza visible. Las mujeres están infrarrepresentadas en los puestos directivos.

Los hijos son un freno. Una de las entrevistadas, madre divorciada, opina que las mujeres deben hacerse cargo de los hijos y eso implica renunciar al crecimiento profesional. Pueden permitirse promocionar una vez que los hijos son mayores, y en cualquier caso el nivel de exigencia en la esfera laboral personal y laboral es tal que tienen que asumir el estereotipo de superwoman. Una vez logrado un determinado nivel jerárquico deben demostrar que se lo merecen constantemente. La solución a este problema pasaría por la corresponsabilidad en las tareas domésticas y el cumplimiento de los horarios de trabajo en las redacciones.

En opinión de las entrevistadas el acceso a los mandos intermedios ya está superado, el paso más complicado es acceder al ápice estratégico. El hecho de que ya estén ocupando las bases hace suponer que en el futuro la igualdad efectiva entre hombres y mujeres tendrá lugar en los puestos de dirección. El periodismo es una profesión práctica y en la medida en que las mujeres sean capaces de resolver irán ocupando puestos de decisión.

Algunas de las citas de las entrevistadas:

"En cuanto a los altos niveles, podría haber más recelos a colocar a una mujer porque ésta se tendría que mover en un ambiente que pudiera no verlo con buenos ojos, no sólo por la empresa sino por el exterior, que también hay que cuidarlo. Si resulta que tú pones a una persona que crea dudas en ese puesto..."

"En mi periódico yo creo que ya somos la mitad, ... creo que algún punto puede que hasta seamos mayoría pero sí que estamos infra representadas en el ámbito de jefatura, puestos de dirección y demás, esto ves, sí que creo que es más difícil que cambie".

"La mujer se ha incorporado desde el ámbito doméstico pero el hombre no, ella se tiene que convertir en una superwoman. Yo antes de ir a trabajar tengo que dejar la lavadora puesta, el niño preparado... y no lo digo desde el cabreo, no, lo digo desde la pura realidad. Yo ahora he podido asumir una cierta responsabilidad porque ya mi hijo tiene una edad en la que se puede cuidar solo si él hubiese sido más pequeño no lo hubiese hecho".

"¿Cómo se resuelve esta situación? Es difícil, primero el hombre se tiene que volcar más hacia el lado de lo doméstico, es importante también que haya una verdadera conciliación que pase por que la jornada se cumpla porque si no la mujer seguirá resignando cosas personales, ascensos..."

- CASO C

En C las entrevistadas ponen de manifiesto la existencia del techo de cristal. La primera razón que mencionan es la complicidad de género. En igualdad de condiciones los directivos tendrán preferencia por promocionar a otros hombres y a las mujeres nunca se le ofrece esa opción. Cuando las mujeres ascienden es porque no hay un hombre que pueda desempeñar ese trabajo, y aún estos casos se pueden escuchar comentarios machistas acerca de las mujeres promocionadas del tipo "¿y está buena o no está buena?"

Las entrevistadas perciben cierto temor de los responsables de Recursos Humanos a contratar y promocionar a mujeres por temor a que queden embarazadas y esto afecte a su desempeño profesional.

Sin embargo, la capacidad de trabajo hace que las mujeres promocionen hasta cierto nivel jerárquico, y que permanezcan junto un jefe de alto rango, pero de ahí no pasan. El techo de cristal a ciertos niveles se vuelve de cemento.

Las que logran promocionar tienen que apostar por su vida profesional renunciando a la personal, su nivel de dedicación y exigencia es mucho mayor que el de los hombres. Las que deciden tener hijos suelen abandonar la profesión.

Las mujeres entrevistadas opinan que sus superiores las tratan de forma discriminatoria en relación a sus compañeros del mismo nivel. Se limita su capacidad de actuación y su visibilidad de cara al exterior de la organización.

En este diario no existe ninguna política de género explícita y el número de mujeres en el staff es muy reducido (tan sólo una).

Algunas de las citas de las entrevistadas:

"A la hora de ver a quién hacer Jefe de Sección ves a mujeres que podrían haber ocupado esos puestos y nunca se los ofrecieron y ves que sí se los ofrecen a sus compañeros, que a lo mejor lo merecen igualmente".

"Pero ya tocamos techo. Llega un punto en que ya tienes un jefe que es un hombre y siempre tienes que reportar ya no puedes si quiera salir fuera en ciertos entornos. Todos los pasos que doy me los miden y me los limitan, en todo lo que voy a decir o lo que voy a hacer. Esto a los hombres no les pasa para nada".

"Yo lo que sí puedo decir es que lo he notado [la discriminación por sexo], no en el periodo de formación ni en las prácticas, pero a la hora de apostar porque sea una mujer la que se encargue de una sección sí".

"Hay gente que ha apostado por mí, pero también han apostado porque no les quedaba más remedio, han visto que saco las castañas del fuego y que mi trabajo lo hago bien".

- CASO D

En el caso D, la subdirectora del periódico opina que logró ascender en la empresa gracias a que dominaba las herramientas informáticas y en aquella época pocas personas tenían esos conocimientos. Entró en una sección (diseño y maquetación) que no interesaba a los hombres al considerarla como de trabajos manuales, de labores.

Una de las entrevistadas opina si bien durante los primeros años en la profesión si notó un trato paternalista por el hecho de ser mujer, en la actualidad no percibe ningún tipo de limitación en la carrera profesional de las mujeres.

En este caso D las mujeres entrevistadas no detectan la segregación vertical en su organización, aunque si perciben cierta discriminación de género en las relaciones diarias con sus compañeros y subordinados.

Algunas de las citas de las entrevistadas:

"Yo cuento una anécdota, cuando empezamos tenía un director que cuando entrábamos nos daba... creo que por aquella época eran cinco duros. Era un director ya mayor y bueno, a veces las mujeres esas actitudes paternalistas pues también las sufrimos".

"Yo no me he sentido nunca discriminada. Aquí no hay diferencias, trabajamos personas y punto".

"Ahora ya no pasa eso pero en aquella época sí. Yo era la que lo resolvía todo, yo llegué al staff del periódico por un camino que en aquel entonces a los hombres no les interesaba, era algo así como más de trabajos manuales, de labores".

- CASO E

En E las mujeres sí detectan la segregación vertical. Las mujeres deben demostrar su valía más que los hombres para poder ascender en la organización.

Los puestos de poder de la empresa están ocupados por hombres y estos prefieren promocionar a otros hombres. En su opinión existe una tendencia natural a escoger a los de tu mismo sexo, bien sea por seguridad, comodidad o complicidad.

Además, piensan que los responsables de las empresas frenan el desarrollo profesional de las mujeres porque creen que cuando crean una familia ya no se dedican en pleno al trabajo y disminuye el rendimiento. Con respecto a los hombres no tienen esa creencia.

Una de las entrevistadas cuenta como también existe un problema de visibilidad de cara al exterior. Se invisibiliza a la mujer cuando es la cabeza visible de la organización, parece que ofrecen menos credibilidad frente a los agentes externos. En uno de los medios en los que trabajó, tras sustituir al director, nunca se le reconocía oficialmente ese cargo.

Algunas de las citas de las entrevistadas:

"Sobre todo porque los centros de decisión siguen siendo masculinos. Entonces, si las personas que eligen a los que van a ascender son hombres, tienen tendencia a escoger a un hombre".

"Ahí sí que entra en juego el miedo que aún tienen las empresas de ascender a mujeres, por eso mismo, por sí ellas tienden más a ocuparse de su familia que un hombre".

"Se fue un primer director, un segundo, un tercero... y me quedé yo a cargo de todo pero no tenía un cargo de director. Ese cargo desapareció y se convirtió en jefe de contenidos y no sé qué".

"Yo en ese sentido sí creo que la mujer tiene que demostrar más que un hombre para llegar al mismo sitio. Eso sí que lo veo".

- CASO F

F es otra de las empresas que tiene directora. En esta organización la mayoría de los miembros de redacción son mujeres y la mayoría de los mandos también.

El ascenso a la dirección de una mujer contribuyó a que otras mujeres ascendieran en el escalafón, en esta ocasión la complicidad de género es favorable a las mujeres.

La directora opina que llegó al puesto por una suma de casualidades, que lo hubiera tenido difícil en otras circunstancias por la estructura masculina del diario. En cualquier caso reivindica su esfuerzo y su trabajo y rehúsa cualquier suposición (machista) de que ha logrado el puesto por ser mujer.

También se pone de manifiesto la baja autoestima y humildad de las mujeres para asumir cargos de responsabilidad, la directora en ningún momento pensó ella podría ser la elegida para ocupar el cargo, se sorprendió de la decisión de sus superiores.

Otras de las directivas del caso sí han manifestado en sus inicios profesionales cierto trato discriminatorio por parte de compañeros varones y reconocen que la única forma de promocionar es renunciando a una vida personal plena, independientemente de que se tengan hijos o no.

La maternidad supone un freno para las mujeres que aspiran a puestos de poder ya que no pueden dedicar el tiempo que requiere la profesión.

Como dato relevante positivo indicar que una de las entrevistadas fue promocionada a Jefa de Sección cuando había anunciado que estaba embarazada.

Algunas de las citas de las entrevistadas:

“La estructura que se puso en este periódico era muy masculina, desde el punto de vista de directivo: el director era un hombre, los subdirectores eran dos compañeros, el gerente hombre... Era una estructura muy similar a la de cualquier otro periódico muy masculinizado: muchas mujeres en la redacción y el techo de cristal, los directivos todos hombres”.

“Después tienes la opción, como es mi caso, de agarrarte a la reducción de jornada, pero esto tiene inconvenientes como el de que yo no puedo desempeñar funciones que sí haría con mi horario normal”.

“No creo que haya ninguna mujer ahora mismo al frente de un periódico que esté por ser mujer; ni creo que lo admitiéramos porque hemos luchado mucho para ser periodistas en igualdad y hemos entrado en periódicos donde hemos trabajado como periodistas en igualdad”.

- TABLA RESUMEN

En la siguiente tabla resumimos las evidencias más importantes acerca de este tema. Los títulos de las columnas son:

1. Segregación en mandos intermedios
2. Segregación en puestos directivos
3. Complicidad de género
4. Autoexigencia de las mujeres (autoestima)

	1	2	3	4	
A	Sí	Sí	sí	sí	- Cualquier hombre periodista tiene más facilidad para estar encantado de conocerse más que una mujer. Esto es un problema para las mujeres porque nos arrollan y nosotras estamos todo el día culpabilizándonos, todo el día pensando que deberíamos de hacer más, quiero llegar a todo...
B	No	Sí	sí	sí	- ¿Cómo se resuelve esta situación? Es difícil, primero el hombre se tiene que volcar más hacia el lado de lo doméstico, es importante también que haya una verdadera conciliación que pase por que la jornada se cumpla porque si no la mujer seguirá resignando cosas personales, ascensos...
C	Sí	Sí	sí	sí	- Pero ya tocamos techo. Llega un punto en que ya tienes un jefe que es un hombre y siempre tienes que reportar ya no puedes si quiera salir fuera en ciertos entornos. Todos los pasos que doy me los miden y me los limitan, en todo lo que voy a decir o lo que voy a hacer. Esto a los hombres no les pasa para nada.
D	No	No	no	sí	- Yo no me he sentido nunca discriminada. Aquí no hay diferencias, trabajamos personas y punto.
E	No	Sí	sí	sí	- Sobre todo porque los centro de decisión siguen siendo masculinos. Entonces, si las personas que eligen a los que van a ascender son hombres, tienen tendencia a escoger a un hombre.
F	No	Sí	sí	sí	- la estructura que se puso en este periódico era muy masculina, desde el punto de vista de directivo: el director era un hombre, los subdirectores eran dos compañeros, el gerente hombre... Era una estructura muy similar a la de cualquier otro periódico muy masculinizado: muchas mujeres en la redacción y el techo de cristal, los directivos todos hombres

CONCLUSIONES

Las conclusiones a las que llegamos después del análisis de la información son las siguientes. Las mujeres perciben a la profesión periodística como machista, cuya organización y rutinas dificultan la conciliación de la vida profesional y laboral. La mayoría de las mujeres (sobre todos las de mayor edad) consideran que existen barreras a la promoción en las redacciones y las han experimentado a lo largo de su trayectoria profesional.

Uno de los principales frenos reside en el corporativismo masculino. Los hombres prefieren promocionar a otros hombres, y como la mayoría de los cargos están ocupados por ellos la situación es un círculo vicioso en el que, a pesar del incremento de mujeres en las redacciones, se perpetua el género masculino en los puestos clave de las organizaciones.

Al mismo tiempo las mujeres muestran unas actitudes diferentes en el trabajo y se exigen más de lo que lo harían los hombres. La autoestima de las mujeres directivas es menor y les cuesta creer (a pesar de su experiencia y capacitación) que se merecen ocupar el cargo que desempeñan.

Estas conclusiones nos animan a pensar que la Ley de Igualdad y el desarrollo de la paridad en los puestos directivos pueden contribuir a cambiar una realidad, hoy por hoy, dominada por el punto de vista masculino del trabajo periodístico.

El acceso de las mujeres a los puestos que deciden sobre los objetivos, estrategias y filosofía de las empresas puede jugar un papel clave en el cambio de la forma de trabajar y en los contenidos que se ofertan desde estos soportes.

BIBLIOGRAFÍA

Burke, R., Matthiesen, S (2009): "Workaholism among Norwegian journalists: gender differences" en *Equal Opportunities International*, Vol. 28, nº 6.

Djerf-Pierre, Monika (2007): "The Gender of Journalis. The Structure and Logic of the field in the Twentieth Century" in *Nordicom Review*, pp. 81-104.

Farias Batlle, Pedro (Director) (2009): *Informe anual de la profesión Periodística 2009*, Asociación de la Prensa de Madrid.

García Ana y García Soledad (2001): "La igualdad de los periodistas se queda en las aulas" en *Eccu*, 15 de marzo, pp. 6-7.

Garrido, C. (2008). "La dura realidad profesional de las mujeres periodistas" En Cristina Fraga (Ed.): *Agencias de género: comunicadoras en el mundo*. Madrid: Ameco, p. 121-134.

Rivero Santamaría, Diana (2010): La feminización de los estudios de periodismo: análisis del caso de la UPV/EHU, en *II Jornadas Mujer y Medios de Comunicación*, pág. 85-104.

Simelio Solá, Nuria (2009): La representación de la smujeres en la prensa diaria general, en *Jornadas de Mujer y Médios de Comunicación*.

Soriano, Jaume, Cantón, María José y Díez, Mercè (2005): "La pseudofeminización de la profesión periodística en España", en *Zer*, 19, p. 35-52.