

### 3. LA OTRA MIRADA. MUJERES QUE TRABAJAN EN LOS MEDIOS

*Trinidad Núñez Domínguez  
Universidad de Sevilla*

#### **1 Algunas reflexiones previas**

El capítulo que presentamos es el resumen de una de las líneas de trabajo del Proyecto denominado *Andalucía en e-Igualdad*; un Proyecto e-Qual (2003-2004) en el que han participado tanto entidades públicas (Universidad de Sevilla, Diputación Provincial de Córdoba, Colegio Oficial de Psicología, Sevilla Siglo XXI) como entidades privadas (Fundación Directa, Lider@Red, Asociación de Empresarias de Sevilla, Asociación de Mujeres Empresarias de Cádiz, Cibersur). Todas ellas bajo la supervisión y el apoyo de la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico de la Junta de Andalucía, con la coordinación general de Araceli Estebananz (Universidad de Sevilla) y M<sup>a</sup> Ángeles Sallé (Fundación Directa). Cabe subrayar que dichas entidades comparten un horizonte común: ayudar en la construcción de una verdadera igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres; ayudar en el trazado de un camino sólido que permita alcanzar una sociedad plural real (no sólo legal) donde se respete la diversidad también en el ámbito laboral.

Para el desarrollo de esta parte del Proyecto, incluido en el *Observatorio de Andaluzas que abren caminos*, nos han guiado preguntas como las siguientes: ¿Cómo se desenvuelve la mujer directiva andaluza en el ámbito público y en el privado? ¿Logra un equilibrio entre ambos? ¿Qué formas de liderazgo pone en marcha? ¿Qué situaciones le resultan estresantes? ¿Están cambiando los roles de hombres y mujeres en sus ámbitos vitales? ¿Se están arrinconando estereotipos prejuiciosos sobre hombres y mujeres en puestos de decisión?

Y más específicamente ¿Cómo viven el liderazgo las mujeres directivas? ¿Pueden hablar de liderazgo femenino? ¿El liderazgo femenino es una página en construcción? Aunque, especialmente, quisimos preguntarnos qué pasa con las mujeres que desempeñan puestos de responsabilidad en el mundo del periodismo? El Observatorio se ha desarrollado en tres provincias andaluzas, que suponen el 50% de la población

total andaluza, nos referimos a Cádiz, Córdoba y Sevilla. Para esta parte del proyecto nos ha interesado estudiar a mujeres que están desempeñando puestos de responsabilidad en nueve campos profesionales: política, empresa, educación, sanidad, justicia, cultura y arte, desarrollo social, deporte y comunicación.

En la siguiente tabla podemos ver de manera más clara nuestros intereses al seleccionar la muestra:

CAMPOS	ÁMBITOS
Deporte	Deportistas de élite, juezas, entrenadoras, directivas de instituciones deportivas.
Educación y Ciencia	Rectoras, vicerrectoras, catedráticas, directoras de grupos de investigación, directoras de IES, CEIS o escuelas infantiles.
Política	Alcaldesas, concejales, consejeras, Diputadas, Senadoras, Ministras.
Mundo judicial	Juezas y magistradas, abogadas, fiscales, notarias, procuradoras, secretarías
Sanidad	Directoras de hospital, médicas con especialidades tradicionalmente ocupadas por hombres, jefas de sección.
Empresa	Productoras de televisión, directoras de departamento, directoras de consultorías, directoras de agencias de viajes, etc.
Arte y Cultura	Pintoras, galeristas, directoras de cine, Actrices, imagineras, bailaoras.
Desarrollo Social	Sindicalistas, Coordinadoras de ONGs, Presidentas de Asociaciones, etc.
Comunicación	Directoras, jefas de redacción o sección de prensa escrita, editoras de informativos de televisión, presidentas de asociaciones profesionales, directoras de Agencias, etc.

El trabajo se estructuró en torno a tres estudios: uno cualitativo y dos cuantitativos cuyas características resumimos en la tabla siguiente:

ESTUDIO	Tipo	OBJETIVOS	MUESTRA
Cualitativo	---	Conocer lo que sienten y piensan mujeres que han logrado romper el techo de cristal y han conseguido metas de alto nivel en cuanto a categoría profesional y al desempeño de funciones directivas	Han sido seleccionadas 80 mujeres que ocupan puestos de responsabilidad en sus respectivas empresas o realizan, como autónomas, un trabajo tradicionalmente de hombres.
Cuantitativo	Comprobatorio	Identificar y definir modelos de liderazgo a los que contribuyen ciertas características de las formas de pensar, sentir y actuar de las mujeres.  Definir y describir maneras de conciliar la vida familiar, profesional, social y personal.  Ofrecer una visualización de modelos de rol que faciliten la transformación de la sociedad hacia nuevos valores.	Mujeres que ocupan puestos directivos en el ámbito laboral. Se estudian 320 cuestionarios
	Sondeo	Identificar tendencias y expectativas ante el mercado laboral de las jóvenes.  Conocer los esquemas referenciales de las jóvenes respecto a roles, liderazgo, etc.	Universitarias de últimos cursos. Se estudian un total de 95 cuestionarios que pudieron ser agrupados en dos grandes áreas de conocimientos: CC. SS. y Humanidades y Ciencia e Ingeniería

## 2 El caso de las mujeres periodistas. Algunos datos generales.

¿Cómo viven y expresan estas cuestiones las mujeres que tienen puestos de responsabilidad en los medios de comunicación? Queremos comenzar señalando/denunciando una situación de partida desigual entre hombres y mujeres que trabajan en los medios de comunicación. A pesar de que se licencian más mujeres en las diferentes facultades de Ciencias de la Información del territorio español, el poder en las empresas de comunicación está, fundamentalmente, en manos de los hombres.

Un ejemplo: en 2003 se estudian 129 diarios de todas las CC.AA. y se puede concluir que la responsabilidad y la capacidad de decisión de las mujeres llega sólo al 14% (Y se llega a ese porcentaje porque se incluyó en poder de cuarto nivel: Jefatura de Sección). Si analizamos los puestos de responsabilidad en la prensa escrita de nuestra Comunidad, los datos son muy similares: 14,6% de mujeres frente al 85,3% de hombres. En

CanalSur TV, el porcentaje de personas en puestos de decisión (Dirección Secretaría General, Dirección de Comunicación, Dirección Comercial, Dirección Económica-financiera, Dirección Técnica, Dirección de Antena, Dirección de Informativos, Jefatura de Audiencia...) es de 88% hombres y 12% de mujeres.

Estos ejemplos que mencionamos son muy claros. Sin embargo se deben tener en cuenta otros donde los datos que se barajan son más sutiles y por ello nos dan la pista de que el *techo de cristal* existe en los medios de comunicación. Concretamente en RNE, podemos apreciar que el porcentaje de responsables de los diferentes programas está relativamente equilibrado en cuestión de género o por lo menos no existen unas diferencias dramáticas (59% de hombres frente al 41% de mujeres en puestos de responsabilidad). Ahora bien, si vamos más allá nos encontramos con que ese equilibrio es un poco tramposo porque las mujeres básicamente están al frente de programas culturales (denominados blandos) mientras que los hombres lo están de programas socio-políticos (denominados duros). Pero las mujeres que presentamos en este estudio cualitativo, sí han roto el techo de cristal, están en puestos de responsabilidad y afrontan de manera asertiva la conciliación de sus vidas: personal, familiar, laboral y social. *Demasiadas vidas por vivir*, nos decía una colega.

### **3 Rompiendo barreras para superar el techo de cristal y el techo de cemento.**

Como sabemos, fue durante la década de los ochenta cuando se acuña el término "techo de cristal" por sociólogas anglosajonas. Es una alusión metafórica a las barreras transparentes que impiden a muchas mujeres, con sobrada capacidad personal y profesional, alcanzar posiciones de responsabilidad y decisión en los entornos directivos y promocionarse dentro de ellos. A pesar de no existir una legislación discriminatoria ni una carencia formativa, las mujeres no logran el poder. Pero esas barreras dificultan no sólo el desarrollo profesional de las mujeres, sino que perjudican también a las organizaciones porque impiden el aprovechamiento máximo del potencial laboral que ellas ofrecen.

Como hemos dicho en otro momento citando a Shein y Müller, existen algunas explicaciones que intentan justificar el mantenimiento de ese techo de cristal. Entre otras, se considera que las personas responsables de la selección de personal en las empresas tienden a asegurarse con aquello que hasta ahora conocen y les ha ido bien:

elegir a hombres. Elegir a una mujer para un puesto directivo supone un mayor riesgo *subjetivo* por existir escasos referentes. Los estereotipos prejuiciosos sobre la capacidad de liderazgo de las mujeres o su falta de ambición han sido determinantes barreras para su promoción (Núñez et al, 2007). Junto al concepto antes mencionado aparece el concepto “techo de cemento” para nombrar esas normas autoimpuestas por las propias mujeres que la hacen rechazar la promoción a puestos directivos, por entenderlos más rígidos y exigentes.

Son muchas las investigaciones latinoamericanas y europeas que demuestran que el estado civil, la edad y la situación reproductiva se constituyen en un elemento de relevancia para las trayectorias profesionales de las mujeres. Se llega a observar una alta proporción de solteras y divorciadas entre las que desempeñan cargos directivos y, a la vez, un bajo número de mujeres que son madres (Arango, 1998; Delfino, 2005, etc.). Chinchilla, Poelmans y León (2005), después de entrevistar a 145 ejecutivas, concluyen que el criterio que más condiciona la toma de decisiones de las directivas es el equilibrio entre la vida personal/familiar y profesional. El 68% de estas mujeres consideran muy importante poder conseguirlo antes de decidirse a promocionar. Igualmente, para la mayoría de estas mujeres, la prioridad máxima es su propia descendencia; después quedan la pareja, la familia y... en cuarto lugar se encontraría el proyecto profesional.

Es más, los datos demuestran que las mujeres que están en puestos de dirección suelen renunciar a su baja maternal (a la que indudablemente tienen derecho). En cambio, el 12% de los directivos varones la están tomando. La explicación que ofrecen las autoras antes mencionadas es que a las mujeres les preocupa las repercusiones laborales de estas bajas. Todo lo contrario pasa con el hombre. Para ellos, el hecho de atender a su descendencia, y que la empresa conozca, supone un *extra* de reconocimiento social.

Entendemos que el *techo de cemento* es un “efecto secundario” de uno de los estereotipos **prejuiciosos** que recaen sobre las mujeres y que logramos delimitar en otro trabajo: *las mujeres pueden salir al mundo público (tener un trabajo remunerado) siempre que no abandonen el mundo privado, que es el suyo, el que le corresponde naturalmente* (Loscertales y Núñez, 2002). Esta creencia, en muchos casos asumida y trabada en el inconsciente colectivo de las mujeres, es realmente perjudicial para su salud laboral y personal (Núñez y Loscertales, 2005). Las mujeres, como una forma de

auto-protegerse, renuncian al ascenso, a tener poder ejecutivo. Y no es por miedo o por incompetencia sino por exceso de responsabilidad; de celo: quieren hacer muy bien su trabajo dentro y fuera (el reproductivo y el productivo) y como piensan que puede resultar complicado, deciden renunciar a aspiraciones laborales. Chinchilla, en una entrevista concedida a El País (22 de mayo de 2007 en [www.Elpais.com](http://www.Elpais.com)) es muy explícita cuando dice: “Las empresas van a pagar ese techo de cemento que se ponen las mujeres y ahora también algunos hombres jóvenes que no quieren tener esos horarios porque, al final, sólo conseguirán directivos que son máquinas de trabajar y que no ven al empleado sino como una máquina de trabajar. ¿Qué obtienen?: gente desmotivada?”

Como ha quedado dicho, los estereotipos son creencias compartidas que un grupo tiene sobre otro grupo. Los estereotipos (y los estereotipos prejuiciosos como el que hemos citado) tienen dos efectos directos: uno en el grupo de estereotipadores, el otro en el grupo de estereotipados. A su vez, en el grupo de estereotipados (en el caso citado: las mujeres) pueden darse dos efectos:

- a) El primer efecto que se encuentra es el de la acomodación. De esta manera, las personas terminan por comportarse tal como se espera de ellas. Son las expectativas de autocumplimiento.
- b) El segundo es intentar demostrar que el estereotipo es erróneo.

Ambos efectos son nefastos para la salud social del grupo estereotipado. En el primer caso, y refiriéndonos a las mujeres, éstas terminarían por identificarse con lo que se espera de ellas. Si lo que se les piden es que sean buenas profesionales y buenas madres, intentarán exigirse lo máximo, no descansar con tal de conseguirlo (*ser superwoman*). Sintiendo muy culpables si no lo logran. En el segundo caso, nombremos como ejemplo a aquellas mujeres que por demostrar que pueden ser tan buenas líderes como los hombres, terminan renunciando a ser femeninas, comportándose con un estilo masculinizado de dirección.

En una ocasión la política Amparo Rubiales señalaba que *el poder ha sido cosa de hombres*. Estas palabras pueden unirse a otra tesis: las mujeres seguimos respondiendo de manera refleja a muchos siglos de reprobación y censura sobre lo que sentimos o sabemos. Ambas ideas contribuyen fuertemente a mantener (y, seguramente, a perpetuar) una elevada autoexigencia personal y profesional. De tal manera que la severidad con que la

sociedad juzga las acciones profesionales y familiares de las mujeres las hemos hecho nuestra, la hemos internalizado y nos lleva a actuar pidiéndonos siempre más y viviendo con culpa los posibles errores. Por otro lado, estos contundentes planteamientos llevan a reflexionar sobre la importancia que adquiere el que las mujeres puedan estar presentes en puestos donde se toman decisiones de envergadura, perdiendo el miedo al éxito. Porque también parece que la mujer lo “vive” como una trasgresión a la norma puesto que lo “normal” es que sea el hombre el que aspire al éxito profesional (Coria, 1996)

#### 4 ¿Cómo trabajar en los medios de comunicación y no morir en el intento?

Hemos elegido a siete mujeres de las provincias de Cádiz, Córdoba y Sevilla que están desempeñando puestos directivos en el ámbito profesional de los medios de los medios de comunicación, concretamente de prensa, radio y televisión (Núñez y Loscertales, 2005).

Nos referimos (y las nombro por orden alfabético) a:

ENTREVISTADA	CARGO
<b>Lola Álvarez</b>	Ha sido Directora General de la Cadena de Televisión ATB de Bolivia y actualmente es la Directora General de la Agencia de Noticias EFE.
<b>Nani Carvajal</b>	Periodista de TVE (en Andalucía). Presidenta de la Asociación Andaluza de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación y, en la actualidad, Presidenta de la Asociación Sevillana de la Prensa.
<b>Lalia González-Santiago</b>	Ha sido subdirectora del <i>Diario de Cádiz</i> , actualmente es la Directora de la <i>Voz</i> de Cádiz
<b>Blanca Juste</b>	Directora de la <i>Cadena Ser</i> en Cádiz
<b>Rosa Luque</b>	Jefa de Sección en el diario <i>Córdoba</i>
<b>Inmaculada Navarrete</b>	Jefa de Redacción en <i>ABC</i> de Sevilla
<b>Esperanza Torres</b>	Editora del informativo local en CanaSur TV

Todas estas mujeres entrevistadas están, por tanto, en puestos de decisión, ejerciéndolo con todas sus consecuencias y asumiendo el poder con absoluta responsabilidad. Todas han llegado a ese puesto después de demostrar muy bien su valía profesional. No han tenido muchos modelos a los que seguir y por ese motivo han ido ellas mismas abriendo caminos, convirtiéndose en modelos para otras mujeres. Somos conscientes de que no están todas las que son, afortunadamente, en este campo profesional existen otras mujeres a las que podemos considerar *modelo a seguir* por su trayectoria profesional. Pero sin duda son todas las que están. Reconocemos en ésta una frase bastante manoseada, es recurrente, poco ingeniosa pero creemos que expresa muy bien lo que nos hemos encontrado: mujeres responsables, valientes, trabajadoras y divertidas.

Como perfil de conjunto les podemos decir de estas siete mujeres que:

- Conceden gran valor a la familia, a la propia y a la de origen.
- Han renunciado a muchas “cosas”: Todas a disponer de tiempo de ocio (a vida personal); algunas a tener pareja o hijos (no se nos escapa que casi la mitad de este grupo de mujeres no los tiene y que dos de las cuatro que están casadas lo están con colegas). Y cuando hemos preguntado a mujeres periodistas más jóvenes, abiertamente nos han dicho que es difícil mantener una pareja o decidirse a tener hijos en una profesión como esta.
- Las mujeres que les presentamos han sido muy precoces trabajando: todas simultanearon estudios y trabajo.
- Como dato particular, recuerdan con especial emoción la transición política española: les interesan los temas “duros”.
- Y, desde luego, nos hemos encontrado con mujeres responsables, valientes, con cierto sentido del humor (por tanto con una estimable salud mental), comprometidas con su género y fuertes para romper barreras.

A lo largo de su trayectoria profesional se han encontrado con muchas trabas, que han sabido sortear. Por ejemplo, el tema de la conciliación en este campo profesional es especialmente difícil. Como una de ellas nos decía, *la información no tiene hora de cierre*. Esta consideración nos permite entender las otras que les exponemos.

*El ejercicio de esta profesión conlleva una falta absoluta de horarios, de vivir con la espada de Damocles de “lo imprevisto” a todas horas. Construir una relación de pareja, una familia...requiere tiempo y dedicación. Si tienes suerte*



*de que tu pareja lo entiende, pues fantástico. Pero, para qué engañarnos, eso no suele ser lo común. Mi carrera me ha llevado a tener que optar en muchísimas ocasiones, a elegir entre mi vida personal y mi vida profesional. Y en cada momento, con las luces que tienes, optas. (L.A.M)*

Pero, además, son conscientes de que existe todavía una presión especial sobre las mujeres trabajadoras. Nos referimos a una consideración que se mantiene en el inconsciente colectivo: a la mujer puede salir al campo profesional siempre que no descuide “su” casa. Estas mujeres, en cambio, son claramente sensibles a este tema y denuncian (con su pluma y su palabra) una presión social absolutamente perversa sobre las mujeres.

*Yo creo que debemos plantear las cosas como son. No hay que obstaculizar la maternidad ni que el derecho a ella sea, como lo es hoy, casi incompatible con la vida profesional. No me des 100 € al mes por cada hijo, dame dos horas menos de trabajo y que ello no afecte a mi curriculum profesional. Un poco por ahí. Más horas libres no sólo para que cuides de la familia sino para que también te cuides, ¿me entiendes? (INC)*

Igual que denuncian los malabarismos horarios que tienen que hacer para responder a lo que se espera de ellas.

*Ayer, por ejemplo, fui a presentar un libro y después me quedé cenando con compañeros de mesa un rato y me decía a mí misma: -bueno!! es que no me lo puedo creer, que sea yo, que esté aquí delante de un gin tonic; me parece imposible.*

*Tengo muy poquito tiempo realmente para mí. Yo digo que el único sitio mío es el asiento de mi coche. Que te pones el cinturón de seguridad y estás contigo misma a solas (E GS-G)*

Y es que todo está pensado, como nos dicen, desde el concepto patriarcal de familia.

## **5 Conciliación y liderazgo: sentido (común) y sensibilidad.... sin olvidar el humor.**

¿Cómo viven las mujeres que están en puestos de responsabilidad la conciliación?

Estas mujeres, desde luego, nos han enseñado que el desencuentro entre la vida privada y la pública hay que afrontarlo con sentido del humor, siendo capaces de distanciarse

irónicamente del problema para reflexionar sobre él, valorarlo y evitar que las deje paralizadas.

*Yo nunca en la vida he ido con mi marido al ginecólogo, ni me ha hecho falta, además ni se me ha pasado por la cabeza. Tú te das cuenta de que has hecho un poquito el primo por querer ser tan heroica cuando en el fondo da exactamente igual, y a parte que forma parte de tu vida, con mucho orgullo, y lo tienes que poner encima de la mesa. Es como el Día del Orgullo Gay, ¿sabes? Hay que hacerlo como el Orgullo Gay, sacar todas tus plumas y todas tus cosas, y esto es lo que hay y ya está, y yo soy así. Y si os gusta bien, y si no... (E.GS-G.)*

Estas mujeres, a pesar de los sentimientos de culpa que les genera estar muchas horas fuera de casa, son capaces de progresar, de tener ambición (que nos habían dicho que eso era cosa de hombres y no se podía desear)

*A los hombres les falta iniciativa, ganas de colaborar. De machista se vive tan bien... Son pocos todavía los que por si mismos saben que tienen que quitar la mesa, que hay que lavar ropa, planchar, tender, ordenar los armarios, poner las cosas en su sitio, organizar el menú de la semana, comprar, vestir a los niños... y un sin fin de situaciones que no se hacen solas. Algunos creen que con llevar el carrito del supermercado ya han cumplido (NCL)*

Posiblemente las mujeres con hijos se diferencien, también, de sus compañeras sin hijos en uno de los sentimientos que experimentan a lo largo del día. Y es que el sentimiento de culpa aparece sin ningún pudor en ellas. Otros sentimientos, en cambio, son compartidos por todas como mujeres-trabajadoras. Uno de esos sentimientos compartidos por nuestras entrevistadas es, precisamente, el de inseguridad; una inseguridad que entendemos muy unida a la falta de autoestima. Quizá en el imaginario colectivo todavía están demasiado instalados y arraigados valores absolutamente prejuiciosos (de dependencia, de pedir permiso, de discreción, etc.) que se nos vuelven en contra como profecía de auto-cumplimiento.

Según los comentarios de 75 directivas que recoge la profesora García de León (1995) fruto de una investigación sobre el empresariado español, las empresas creen que la mujer es: débil, superficial, no tiene deseos de ascender, no es capaz de tomar decisiones. Por otro lado, respecto a las mujeres empresarias hay que decir que se

debaten entre una especie de esquizofrenia social porque se espera de ellas que sean muy femeninas ejerciendo su profesión (que vayan bien vestidas y que tengan buena imagen) y muy masculinas ejerciendo el poder (que sean frías, duras, calculadoras y que cuenten con todo el tiempo del mundo para reuniones importantes).

En la Unión Europea, como reconoce Verdú (2002), a pesar de que las madres siguen pasando, al menos, el doble de tiempo que los padres con sus hijos, se está revisando el sentido del trabajo y de la dedicación a la familia tanto por parte de hombres como de mujeres, en la convicción de que las *cosas no deben ser así*. Sin embargo, lo que me parece destacable de las reflexiones de este sociólogo no es tanto esa consideración de que las cosas no deben ser así –que es más que evidente– sino su idea de que la sociedad se está feminizando y que ello conduce a una desvalorización del éxito y del dinero (ambos en relación con el trabajo). Por otro lado, adquiere una alta consideración el equilibrio entre la vida privada y la pública y la importancia del cultivo de las aficiones. Así pues, la idea de triunfar y de tener dinero pierde fuerza en la ciudadanía de la unión europea frente al disfrute con la familia y con las amistades. Al menos esta parece ser la tendencia y a esto es a lo que Verdú denomina “feminización de la sociedad”.

El *trabajo por encima de todo* deja paso a la consideración de que el trabajo es importante como lo es el descanso, el tiempo para el ocio y el tiempo para compartir con la familia. Y las mujeres nos debemos sentir responsables e impulsoras de la propuesta de un nuevo contrato social; debemos sentirnos responsables de pedir una nueva forma de organización social donde el trabajo está, como poco, al mismo nivel que la familia y que el ocio. Pero, además, debemos reconocer que la participación activa de la mujer en la vida ciudadana ha potenciado que se produzca un salto cualitativo de las mujeres, que han pasado de lo privado a lo público, que han pasado de ser receptoras y pasivas a querer saber, querer decidir o querer disfrutar de recursos y beneficios sociales.

Los propios medios de comunicación se han hecho eco en los últimos tiempos de la conciliación entre la vida familiar y profesional porque este problema ha dejado de ser particular para convertirse en un asunto de interés macro-social. Ello está requiriendo una intervención a nivel socio-político y a nivel jurídico y ha trascendido como tema de agenda, destacándose como actualidad. Entendemos como algo positivo el que “hablen”

(y no silencien) de esta dificultad entre la vida privada y la pública, entre lo familiar y lo profesional porque participamos del presupuesto de que la realidad no es tal si no está narrada por los medios; que lo que ellos no cuentan no existe. Por lo tanto, tiene gran valor que el tema de conciliación no entre en una espiral de silencio sino que, al contrario, sea subrayado y visibilizado. Por otro lado, sólo para lo que existe (sólo si la dificultad es reconocida) es posible buscar salidas o soluciones.

Esto es interesante porque, en demasiadas ocasiones, y como nos recuerda Verdes (2003), los medios (y sus profesionales) presentan una sociedad que no es la real a pesar de que, afortunadamente, logros y pasos hacia delante existen. En demasiadas ocasiones, los medios presentan una sociedad anclada en estereotipos prejuiciosos cuando se sigue atribuyendo a los hombres el ámbito público y a las mujeres el ámbito privado; cuando se representa a la mujer como objeto y al hombre como sujeto del deseo; cuando el mundo de la acción se le adjudica al hombre en exclusividad. Otro de los datos que se ofrece es la preferencia de las mujeres españolas a trabajar en el sector público, justificado porque existe más facilidad que en el privado para disfrutar de permisos de maternidad y de horarios previsibles (horarios acotados).

La televisión también ha tratado la conciliación. De hecho, en los primeros días de 2004, algunos informativos diarios se hicieron eco de estudios que cuantifican las horas de trabajo diarias que las mujeres dedican a la casa y el tiempo (infinitamente inferior) que dedican los hombres a las tareas domésticas. Pero, además, los informativos no diarios también dedican tiempo de programación a reflexionar sobre el tema. En las series de televisión también es posible encontrar mujeres que ostentan el mando de verdad, no en las pequeñas cosas. Es el caso de *Cazatesoros*, emitida por Tele 5: la protagonista es una mujer, profesora universitaria, fuerte, decidida, inteligente y su acompañante es un hombre sensible, blando, cariñoso y dubitativo.

Amanda Lotz (2004) ha estudiado las series de televisión y el género y demuestra cómo en los años noventa del siglo pasado salen a la luz unos guiones que destacan a la mujer como protagonista. *Ally McBeal*, *Sexo en Nueva York* presenta a mujeres que tienen vida pública y privada. También han llegado super-heroínas a la pequeña pantalla: *Buffy Cazavampiros* o *Xena, la princesa guerrera*. Son buenas señales de cambio si tenemos en cuenta la importancia que tienen los mensajes sutiles (ante los que estamos desnudos

como personas) en la población y en la población juvenil especialmente sensible y en plena formación de valores y de estereotipos sociales. No obstante, y como señala con cierto aire irónico Lotz, en el cambio han participado los ejecutivos de televisión que se han percatado del valor de la audiencia femenina. A pesar de los cambios, siempre queda algún prejuicio que subrayar: Ally McBeal no deja de ser “rara” y “neurótica”

El cine, en concreto, no ha hecho siempre un tratamiento adecuado del género en relación con el poder y la autoridad. Centrándonos en protagonistas, pocas veces son las mujeres las que conducen una película y, en todo caso, a lo máximo que se llega es a que una mujer comparta el protagonismo. En una investigación sobre cine y violencia en las aulas que presentamos en 2001 (Loscertales y Núñez, 2001), de las 73 películas analizadas, sólo en ocho se contaba con una mujer como protagonista, en tres casos el protagonismo estaba compartido con un hombre, como en la película *Tesis* (1996) o en *El amor tiene dos caras* y en cinco se daba un protagonismo femenino claro: nos referimos a *Mentes peligrosas* (1995) protagonizada por Michael Pfeiffer; *Contracorriente* (1967) protagonizada por Sandy Dennis; *En el nombre del hijo* (1983) protagonizada por Helen Mirren; *La calumnia* (1956), protagonizada por Audrey Hepburn y Shirley McLaine y *La profesora* (1990) protagonizada por Amanda Donohoe. En el resto (65 películas de 73) las mujeres eran presentadas como *ayudantes* eficaces, señoras antipáticas, seguidoras implacables de las normas o, sencillamente, personaje de relleno pero sin contar con un papel de importancia.

Nuestras entrevistadas, diferencian muy bien entre liderazgo femenino y masculino.

*Pero no he tenido jefes hombres, que a una capacidad intelectual, a un conocimiento de su trabajo, sume una línea de cercanía y de sensibilidad personal. No estoy hablando de ser íntimos de tus colaboradores, estoy hablando de saber que son gente, y que en algún momento hay que dar un achuchón, aunque dos minutos antes le hayas dicho “me voy a cagar en tus mulas”. Pero saben que al poco tiempo o al día siguiente le dices “tío eres lo más grande que me ha pasado, o yo no lo hubiera hecho mejor”. Yo creo que, en ese sentido, somos mejores directoras las mujeres, mejores líderes, porque tenemos las facetas del liderazgo mejor integradas (L.A-M)*

Y consideran que la gestión adecuada del tiempo es un tema importante en el mundo empresarial.

*A mí me parece imprescindible tener flexibilidad, dentro de unos límites. Por ejemplo aquí lo aplico. Creo que la gente debe estar a gusto trabajando. Eso no quiere decir que hagas dejación de tus funciones, está claro. El programa tiene que salir todos los días y eso tiene que funcionar, y tiene que funcionar como una máquina. Pero aquí hay mucho desgaste personal, porque hay mucha entrega, porque estamos a expensas de lo que pasa fuera. Es muy difícil decirle a alguien que tiene que estar de 8 de la mañana a 3 de la tarde. Hoy, por ejemplo, tenemos gente en Rota, con unidades móviles porque están saliendo barcos. ¿Y yo qué le digo a este señor cuando vuelve? Le tengo que decir: tranquilo, vete a tu casa y ya vendrás mañana. Es necesario que la máquina funcione, pero no hay que forzarla (BJP).*

Igualmente hemos aprendido de ellas que no hay que tener miedo a expresar los sentimientos, aunque estos sean de insatisfacción o de inseguridad. Manejan muy bien su inteligencia emocional. Y ello no las hace más vulnerables sino más fuertes. Es importante recordar algo que las caracteriza: la valentía y el compromiso con las cuestiones de género. A ninguna le ha temblado la mano o la voz (según el medio en el que trabajan) cuando han tenido que reivindicar derechos laborales o sociales de las mujeres. Y se han convertido en eco, en amplificadoras de muchas situaciones injustas para las mujeres.

## **6 Para finalizar...**

Las mujeres de nuestro estudio tienen muy claro que la socialización y la educación desde la perspectiva de género son pilares fundamentales para una mejor sociedad. Y nunca se olvidan de mantener un espíritu crítico en su casa y en su trabajo, por eso son andaluzas que abren caminos. Como dicen Heredia et al (2002): *Es necesario coeducar a la sociedad desde las aulas, desde los medios de comunicación y desde el propio contexto familiar para poder escoger y desarrollar en libertad la propia identidad individual.*

Pero debemos hacer una reflexión más. Con mujeres como éstas, se gana siempre. No debemos de obviar que a las propias empresas le interesa (incluso aunque sea por puro

mercantilismo) contar con todo el potencial de las personas, sean hombres o mujeres. Llopis (2007), fundadora de Open Bank, del Grupo Santander y Consejera de dicho Grupo desde 1993 a 2000, apoyada en diferentes estudios, reconoce que la mujer “positiviza” la economía de los países y los resultados de las empresas. Por ese motivo, identificar y cuantificar la brecha de género en el acceso y la promoción puede servir para ofrecer argumentos que mejoren significativamente el potencial económico, político y social de un país. Pensar sobre estas cuestiones puede seguir animando a la clase política y ayudarla a fortalecer la idea de *empoderamiento* de las mujeres y a seguir potenciando una verdadera igualdad de género.