

LA MUJER

EN EL ESPEJO MEDIÁTICO:

sexo, género y comunicación

Rosalba Mancinas Chávez (coordinadora)



COLECCIÓN ÁMBITOS
PARA LA COMUNICACIÓN

Serie digital #2

2. LA SEGREGACIÓN HORIZONTAL EN LAS EMPRESAS EDITORAS DE PERIÓDICOS: PERCEPCIÓN DE LAS DIRECTIVAS DE SEIS DIARIOS ANDALUCES

Francisco J. Caro González

Departamento de Administración de Empresas y Marketing
Universidad de Sevilla
fjcaro@us.es

María del Mar García Gordillo

Periodismo II
Universidad de Sevilla
marggordillo@us.es

Ana Rodríguez Rey

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.

2.1 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. 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 capítulo, 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)

2.2 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.

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.

2.3 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 profession 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)

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 cuatros 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

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”.*

2.4 Estudio de la percepción sobre la segregación horizontal en las empresas informativas

El estudio de las barreras percibidas por las mujeres directivas en empresas editoras de prensa a la hora de desarrollar su profesión en los distintos departamentos, de igual escala, dentro de las redacciones nos ha llevado a plantearnos los siguientes objetivos:

O.1. Perfilar cuáles son las características estructurales de la profesión periodísticas que dificultan el desarrollo profesional del periodismo por las mujeres en todas las secciones de los diarios.

O.2. Identificar las rutinas productivas de los distintos medios que impiden que la mujer pueda ocuparse de secciones, temas y trabajos periodísticos que sólo realizan hombres, ostentando la misma formación académica y capacitación profesional.

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

Ilustración 1: Características de las entrevistadas

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.

2.5 Estudio de la percepción sobre la segregación horizontal en las empresas informativas: resultados

A continuación se presentan algunas de las opiniones, que se desprenden de las entrevistas realizadas para el presente estudio, de las directivas de medios de comunicación impresos sobre la concentración de mujeres en determinadas secciones del diario, lo que corresponde desarrollo de la segregación horizontal en el trabajo periodístico.

5.1 CASO A

En este caso, consideran que si bien existe cierta tendencia a encasillar a las mujeres en las secciones más blandas como cultura, educación y asuntos sociales, la realidad es que las mujeres se van incorporando de forma natural a otros campos.

No creen por tanto que exista la segregación entre mujeres y hombres, al menos en este diario, donde, por ejemplo, Deportes y Economía están supervisados por mujeres.

Algunas de las citas de las entrevistadas:

“Ha habido una cierta tendencia a encasillar a las mujeres en ciertas áreas informativas, por supuesto. En política, las carteras de cultura, asuntos sociales, educación... son las que les dan a las mujeres. La cosa está cambiando y cada vez es más igualitaria. Sí que es verdad que hay perfiles y perfiles... pero no están tan asociados al sexo como a la capacidad de los propios periodistas.”

“Aquí en A, Deportes lo lleva una mujer, Economía lo está llevando una mujer también... Todo se mueve mucho, ya no tenemos tanto en cuenta el sexo a la hora de decidir, va en cuestión de lo que a cada uno le guste más o tenga más formación, fuentes, predisposición...”

5.2 CASO B

En el caso B, las mujeres opinan que no existe una segregación en las secciones. Las mujeres pueden trabajar en cualquier sección y hacerlo en niveles de igualdad con los hombres.

Nuevamente se vuelve a mencionar el caso de Deportes, que es tradicionalmente masculino pero en el que poco a poco van ocupando

posiciones las mujeres con excelente acogida por parte de los lectores y de los compañeros.

Una de las entrevistadas piensa que si existe cierta segregación, se debe a factores culturales que hacen que las mujeres tengan preferencias por ciertos temas, al igual que eligen más determinadas carreras o les gustan actividades diferentes.

Destaca el hecho de que la falta de igualdad en el hogar y en los cuidados de los niños condiciona el que las mujeres puedan desempeñar puestos de trabajo que exijan movilidad y pasar largas temporadas fuera del hogar, como es el caso de los corresponsales. En este caso la igualdad real entre hombres y mujeres contribuiría a superar este hándicap.

Algunas de las citas de las entrevistadas:

“Entonces quizás sí que para ciertos niveles sigamos teniendo una etiqueta de “para esto sí y para esto no”. Por ejemplo, yo empecé de jefa de Sociedad a mí no se me hubiera ocurrido nunca de Deportes, esto no lo achaco tanto a una limitación como a una preferencia. Las mujeres tienen otro tipo de inquietudes ¿no? Pero hoy ya hay chicas que hacen Deportes”.

“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... Imagina un ejemplo, una mujer que trabaja en un medio grande y que puede ir a hacer de corresponsal, tiene que pensar con quién deja el niño, preparar equipaje para todo el mundo...”

5.3 CASO C

Las entrevistadas del caso C opinan que sí existe segregación horizontal en los diarios, las mujeres se encuentran en las secciones de sociedad y quedan apartadas de las secciones más duras como economía y política.

Deportes sigue siendo un gueto masculino en el que las mujeres se encuentran excluidas.

La causa de esta exclusión no está muy clara ya que puede deberse a que las mujeres se autoexcluyen al no querer trabajar en un entorno de hombres, o bien que los directivos de estas secciones vetan a las mujeres. En cualquier caso consideran que las mujeres son tan capaces como los hombres para elaborar cualquier tipo de información.

Algunas de las citas de las entrevistadas:

“¿Dónde están las mujeres? en sanidad, educación... Esto se corresponde con el área de Sociedad. Este año en Deportes se ha producido un hito, por primera vez hay tres becarias. Han sido ellas las que lo han pedido y es curioso, parece que las cosas están empezando a cambiar porque las chicas no solían pedir Deportes.”

“Yo conozco gente por ahí que entiende, que le gusta el fútbol... pero tienen eso de que son secciones muy masculinizadas, que se van a sentir discriminadas, les van a dar tareas de menor relevancia... pero no sé hasta qué punto es leyenda o prejuicios propios de las mujeres y esto les coarta mucho”

“Puede que haya mujeres muy válidas por las que no se apuesta por que a la hora de hacer un tema económico prefieren que sea un hombre, y puede ser que ella tenga más formación o más experiencia.”

5.4 CASO D

En D las entrevistadas opinan que no existe discriminación por cuestión de sexo en las secciones. Consideran que las mujeres pueden trabajar en cualquier sección, incluso en Deportes, si bien reconocen que es aquí donde resulta más complicada la integración.

Una entrevistada considera que si esa sección la dirigiese una mujer los resultados podrían ser mejores incluso que bajo la supervisión actual, por el enfoque diferente que tiene ella.

Con respecto a otras secciones como Economía o Política, en este diario hay mujeres trabajando en ellas y dirigiéndolas y no existe ningún problema de discriminación y realizan su trabajo de forma excelente.

Algunas de las citas de las entrevistadas:

“Yo tengo una jefa de España y Mundo al lado que sería una extraordinaria jefa de Deportes, mejor que el que hay y mira que es bueno. ¿Por qué? Porque tiene otra mirada. Es una chica que sabe mucho de deporte y le gusta mucho el deporte, y después es capaz de mirarlo como si no fuera una cosa tan seria, porque esta gente son... digo yo: “¿no se puede ser de la sección de Deportes sin ser un forofo?”. Te hago una crítica a la sección de Deportes que es buenísima y se vende muchísimo. Pero te aseguro que lo leería mucha más gente.”

“Para nada, la mejor en Política también es una jefa. ... las mujeres somos más largas que los hombres. Bueno esto ya son tópicos pero lo cierto es que también hay que caer en ellos alguna vez.”

5.5 CASO E

En E las entrevistadas opinan que no existe una información que puedan hacer mejor los hombres que las mujeres, el sexo no discrimina la capacidad de informar sobre cualquier tema. Se trata de tópicos que se extrapolan del rol social que tradicionalmente ha desempeñado la mujer relacionado con la vida privada.

En este diario la mayoría de los redactores son hombres y sin embargo, las tareas administrativas están desempeñadas en su mayoría por mujeres.

Algunas de las citas de las entrevistadas:

“Se suele decir que la mujer trata más los temas sociales, colectivos marginales... Que a lo mejor es a lo que tira más la gente. Yo creo que lo pueden hacer exactamente igual un hombre y una mujer.”

“Sí es que eso son tópicos totales. Deportes, un hombre; Economía, un hombre... es que no.”

“Yo nunca he hecho temas sociales. Yo he hecho política, economía, urbanismo, ayuntamiento...”

“Yo creo que esto pasa mucho por la percepción social que se tiene del papel tradicional de la mujer, la mujer va con el cuidado de la casa, los hijos... Es realmente lo mismo: temas sociales ¿no?”

5.6 CASO F

No existen diferencias entre mujeres y hombres a la hora de trabajar en una sección u otra.

Existen sensibilidades distintas a la hora de afrontar la información. La cultura, la tradición, la inercia contribuyen a que se mantengan ciertos feudos masculinos, pero es algo que se está modificando de forma natural al mismo tiempo que las mujeres ocupan la mayoría de los puestos de redacción. La directora pone un ejemplo de deportes en el que a la mujer que llega la relegan a informar sobre el deporte de base (cosa que hace muy bien en opinión de la directora)

En el caso de F, en el que las mujeres son mayoría en la redacción (redactoras y jefas) las secciones la ocupan en su mayoría mujeres, que desarrollan excelentes trabajos en cualquiera de los temas: deportes, urbanismo, política internacional o economía.

Puede cambiar el enfoque de la información en el caso de que la elaboren hombres o mujeres, pero no la calidad.

Algunas de las citas de las entrevistadas:

“Yo creo que no. Si hay alguna diferencia es de tipo cultural y heredada, y deberíamos luchar contra ello. No tenemos ningún gen que haga que elaboremos información de forma diferente o que nos guste un tipo de información diferente”

“¿Piensa que a nivel de redacción hay temas que tratan mejor las mujeres? Mi opinión es que no. Yo tengo a María que antes estaba en Deporte. Qué pasa, que cuando llega una mujer a esta sección la colocan en deporte base, bueno pues yo creo que jamás se ha hecho una información mejor de deporte base que cuando la ha hecho ella.”

“También hay que tener en cuenta que como yo aquí tengo tantas redactoras mujeres... Mira, todo el tema económico lo lleva Luisa, en esta ciudad no hay nadie que lleve la economía como ella. Y más duro que eso... porque son temas de cajas, bancos, fusiones, etc.”

5.7 CONCRETANDO DATOS

Para concentrar los resultados del análisis y poder disponer de ellos de una forma más analítica, a continuación se disponen en una tabla en la que las columnas hacen referencia a las siguientes categorías:

1. Existen capacidades diferenciadas a la hora de informar de distintos temas
2. Perciben segregación en su empresa

	1	2	
A	No	No	Aquí en A, Deportes lo lleva una mujer, Economía lo está llevando una mujer también... Todo se mueve mucho, ya no tenemos tanto en cuenta el sexo a la hora de decidir, va en cuestión de lo que a cada uno le guste más o tenga más formación, fuentes, predisposición...
B	No	Si	Yo creo que las mujeres por una cuestión de preferencias tiran más hacia ciertos temas. Por ejemplo, ¿has visto que a las mujeres les interesan más los temas sociales? Los

			temas deportivos o de urbanismo les interesan más a los varones.
C	No	Sí	Puede que haya mujeres muy válidas por las que no se apuesta por que a la hora de hacer un tema económico prefieren que sea un hombre, y puede ser que ella tenga más formación o más experiencia
D	No	No	La mejor en Política también es una jefa. ... las mujeres somos más largas que los hombres. Bueno esto ya son tópicos pero lo cierto es que también hay que caer en ellos alguna vez.
E	No	No	Se suele decir que la mujer trata más los temas sociales, colectivos marginales... Que a lo mejor es a lo que tira más la gente. Yo creo que lo pueden hacer exactamente igual un hombre y una mujer.
F	No	No	Todo el tema económico lo lleva Luisa, en esta ciudad no hay nadie que lleve la economía como ella. Y más duro que eso... porque son temas de cajas, bancos, fusiones, etc.

2.6 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 los 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 *I 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