

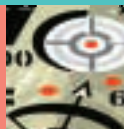
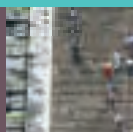
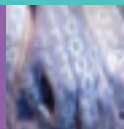
Aprender de otras

Mujeres Andaluzas

el Camino de la

igualdad

Araceli Estebaranz García
Trinidad Núñez Domínguez
(Coordinadoras)



Instituto Andaluz de la Mujer
CONSEJERÍA PARA LA IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL



Aprender de otras Mujeres Andaluzas

• el Camino de la *Igualdad*

Araceli Estebaranz García
Trinidad Núñez Domínguez
(Coordinadoras)



Proyecto subvencionado por el Instituto Andaluz de la Mujer, en la Convocatoria de subvenciones a las Universidades Públicas de Andalucía..., para la realización de actividades en materia de Igualdad de Género, para el año 2009. Resolución de 21 de enero del Instituto Andaluz de la Mujer (BOJA nº 23, de 4 de febrero).

Coordinadoras:

Araceli Estebaranz García
Trinidad Núñez Domínguez

Autoras:

Araceli Estebaranz García
Trinidad Núñez Domínguez
Pilar Mingorance Díaz
Felicidad Loscertales Abril
M^a Jesús Balbás Ortega
Manuela Barcia Moreno
Beatriz Gallego Noche

© y Edición: Instituto Andaluz de la Mujer. Consejería para la Igualdad y Bienestar Social

I.S.B.N: 978-84-693-2662-6

Depósito legal: SE-2.999-2010

Diseño, maquetación e impresión: Tecnographic, s.l.

presentación



Desde el Gobierno de Andalucía se han realizado las actuaciones necesarias para dar cumplimiento a lo establecido en la Ley 12/2007, aprobando el I Plan Estratégico para la Igualdad de Mujeres y Hombres en Andalucía 2010-2013 (IMHA). Un plan que tiene el propósito de incidir en las distintas dimensiones de la discriminación por razón de sexo, tanto de carácter estructural como coyuntural, y que pretende abordar de forma prioritaria la creación de condiciones y estructuras para que la igualdad de oportunidades entre las mujeres y hombres se convierta en una realidad en nuestra comunidad autónoma.

Una de las tres directrices estratégicas definidas en el Plan es el empoderamiento de las mujeres, como estrategia de profundización en el desarrollo democrático, incorporando las perspectivas, necesidades e intereses de las mujeres, facilitando el ejercicio activo de sus derechos y su acceso a la toma de decisiones.

Pero a la par del desarrollo normativo hace falta un cambio de mentalidades que nos ayuden a derribar los pilares de la desigualdad, en el que la educación se convierte en un instrumento imprescindible como agente socializador y como orientador académico y profesional para ofrecer un amplio abanico de posibilidades formativas al alumnado, sin estereotipos de género.

Con esta idea, presentamos esta publicación, que se enmarca dentro de la Convocatoria de subvenciones a las Universidades Públicas de Andalucía realizada por el Instituto Andaluz de la Mujer, y que pone en valor a las mujeres de distintos ámbitos, que ocupan puestos de alta responsabilidad en los espacios públicos, rompiendo con el “techo de cristal” para acceder laboralmente a puestos, ocupados tradicionalmente por hombres, y que están relacionados con la toma de decisiones.

El equipo investigador, de reconocida trayectoria profesional, ha realizado este material didáctico, titulado “Aprender de otras Mujeres Andaluzas el Camino de la Igualdad” dirigido al profesorado de Educación Secundaria, y especialmente a las y los responsables del Plan de Igualdad, Departamentos de Orientación y Profesorado que imparte la materia optativa Cambios Sociales y Género, con la finalidad de facilitarles recursos orientados a la educación para la igualdad.

Ver qué dificultades y barreras han tenido que superar las mujeres en distintos campos profesionales, qué formación han recibido o qué capacidades han desarrollado, facilita el trabajo en el ámbito educativo, ofreciendo al alumnado un espacio de reflexión desde donde hombres y mujeres puedan diseñar su propia trayectoria formativa y profesional con una visión más amplia e igualitaria.

Espero que esta publicación sea de utilidad para construir, desde la educación, una sociedad más equilibrada con representación de mujeres y hombres en distintos ámbitos y categorías profesionales en igualdad de condiciones.

Micaela Navarro Garzón
Consejera para la Igualdad y Bienestar Social

introducción

El logro de la democracia supone una auténtica asociación entre hombres y mujeres para la buena marcha de los asuntos públicos, de modo que tanto los hombres como las mujeres actúen en igualdad y complementariedad, obteniendo un enriquecimiento mutuo a partir de sus diferencias (Declaración Universal sobre la Democracia. UNESCO, Consejo Interparlamentario. El Cairo, 1997).

El camino hacia la Igualdad es imparable. Es el esfuerzo de muchas personas e instituciones por construir la sociedad a la que aspiramos. Y en esa construcción juega un papel fundamental la educación. Como símbolo de este progreso tenemos un dato: por primera vez, una mujer, Elinor Ostrom, ha recibido el *Premio Nobel de Economía* 2009, si bien de forma compartida con Oliver E. Williamson, por sus trabajos en materia de gobierno económico. Un premio Nobel que supone un avance personal y cultural importante porque es el reconocimiento del saber de una mujer, en una parcela de poder aún casi exclusiva de los hombres.

Este libro pretende ser un material didáctico orientador y de apoyo a la educación para la Igualdad¹. Se dirige, en primer lugar, a las **personas responsables de la Igualdad** en los Centros Educativos, y a las diferentes funciones profesionales (orientación, diseño curricular, enseñanza, asesoramiento, evaluación) de los Institutos de Educación Secundaria.

Entendemos la Igualdad como un valor transversal, inherente a la posibilidad de existencia de una sociedad democrática, que exige potenciar el desarrollo de todas las capacidades de cada persona, a la vez que su singularidad, cultivando la *igualdad en la diferencia* y la valoración de cada persona, del yo y de las demás, en toda su realidad actual y posible. Por ello, la Igualdad se asienta sobre otros valores, tales como la motivación, el conocimiento y la valoración propia y de las otras personas; el respeto a la diversidad y la cooperación en la actividad social, y la educación lo es. Educar en Igualdad y para la Igualdad es un objetivo para las chicas tanto como para los chicos, y no se logrará sin la integración de ambos sexos en el pensamiento, en las acciones y en las valoraciones. Integrar ideas, competencias y valores es un activo con el que puede contar la sociedad en estas aspiraciones de cambio. Integrar personas es la posibilidad de aprender y llevarlo a cabo.

¹ <http://www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/-Coeducacion-.html>

Por eso **es un material para el cambio social**, que pretende servir de recurso para diferentes estrategias educativas orientadas a la *Visibilidad, Transversalidad, e Inclusión* de la visión de género en los programas educativos. Es la razón por la que comienza por hacer visible la existencia y aportación de mujeres profesionales que han logrado situarse y desempeñar puestos de alto nivel de categoría profesional y de dirección empresarial e institucional, rompiendo barreras y provocando cambios en la manera de pensar, de actuar, de relacionarse con otras personas, de organizar y organizarse, de decidir, y de conciliar roles diversos. Porque ellas son un ejemplo para aprender el valor de la Igualdad. Tradicionalmente hemos contado con la visión y el ejemplo de los hombres, y es hora de integrar ejemplos de competencias y valores.

Estructura del libro

Es un libro colectivo compuesto por 11 capítulos. El primero presenta el planteamiento teórico y sirve como hilo conductor del conjunto de la obra, definiendo los objetivos, las áreas educativas de aplicación, la metodología didáctica, y los recursos generales disponibles, tales como textos, películas, páginas web, etc.. Los otros diez capítulos están contruidos en forma de **Guía didáctica** sobre cada uno de los campos profesionales elegidos (el Deporte; la Empresa; la Sanidad; la Educación y la Ciencia; la Comunicación; el Derecho; el Arte y la Cultura; el Desarrollo Social; y la Política), que desarrollan de manera específica las orientaciones del primer capítulo. El núcleo de cada uno de estos capítulos es la presentación de la aportación de muchas andaluzas al progreso de la participación de las mujeres en los espacios públicos, y a la toma de decisiones que afectan a la vida social y personal; un proceso lento, gota a gota, pero creciente. Un proceso creador, que ha ido cambiando las estructuras y la cultura subyacente a las formas de organización y funcionamiento social. Un proceso que abre el camino hacia la igualdad entre hombres y mujeres, que ha ido surcando un terreno bien asentado durante siglos.

Previamente, el capítulo segundo ofrece una muestra de mujeres andaluzas en la Historia, porque es obligado reconocer la herencia que nos legaron otras mujeres pioneras, y aprender de sus logros en condiciones socioculturales y económicas más difíciles; ellas son un estímulo potente para este aprendizaje.

Partimos del material disponible publicado como historias de vida en la obra *Andaluzas ayer, hoy y mañana abriendo caminos* (2004), que ofrecemos en CD-ROM como Anexo a este libro; pero además hemos incluido otras mujeres que conocimos en nuestro estudio sobre mujeres directivas en grandes y medianas empresas andaluzas en 2007. Ambos son producto de la investigación realizada en el contexto de los proyectos Equal del Fondo Social Europeo (2002-2007). Este libro, *Aprender de otras mujeres andaluzas el camino de la Igualdad*, presenta en ficha las experiencias de cada una de las mujeres seleccionadas para hacer más accesible la lectura y más fácilmente perceptibles por las/los adolescentes los valores, remitiendo al CD para la lectura de las historias de vida, narraciones que, por otra parte, pueden interesar a muchas personas, tanto al profesorado como al alumnado.

Índice

Páginas

Capítulo I. Un material didáctico para aprender el camino de la Igualdad <i>Araceli Estebaranz García y Trinidad Núñez Domínguez</i>	11
Capítulo II. Aprender la igualdad de andaluzas de ayer <i>Felicidad Loscertales Abril</i>	57
Capítulo III. Aprender la igualdad de mujeres andaluzas que abren caminos en el deporte <i>Beatriz Gallego Noche</i>	77
Capítulo IV. Aprender la igualdad de mujeres que abren caminos en la empresa <i>Araceli Estebaranz García</i>	103
Capítulo V. Aprender la igualdad de mujeres andaluzas que abren caminos en la sanidad <i>M^a Jesús Balbás Ortega</i>	127
Capítulo VI. Aprender la igualdad de mujeres que abren caminos en la educación y en la ciencia <i>Pilar Mingorance Díaz</i>	153
Capítulo VII. Aprender la igualdad de mujeres andaluzas que abren caminos en la comunicación <i>Trinidad Núñez Domínguez</i>	183

Capítulo VIII. Aprender la igualdad de mujeres andaluzas que abren caminos en el derecho <i>Manuela Barcia Moreno</i>	211
Capítulo IX. Aprender la igualdad de mujeres andaluzas que abren caminos en el arte y la cultura <i>Trinidad Núñez Domínguez y Pilar Mingorance</i>	231
Capítulo X. Aprender la igualdad de mujeres andaluzas que abren caminos en el desarrollo social <i>Trinidad Núñez Domínguez</i>	251
Capítulo XI. Aprender la igualdad de mujeres andaluzas que abren caminos en la política <i>Araceli Estebaranz García</i>	273

Capítulo VII



Aprender el camino de
la igualdad de mujeres
Andaluzas en la

Comunicación

Trinidad Núñez Domínguez

Aprender de otras Mujeres Andaluzas el Camino de la

Igualdad

introducción

Aprender la igualdad de mujeres andaluzas que abren caminos en la Comunicación

1. INTRODUCCIÓN: EMPEZAR POR EL PRINCIPIO

Cuando se hace un repaso por los diferentes *tipos* de mujeres que se relacionan con los medios de comunicación, debemos mencionar, al menos, estos seis:

1. Mujeres “creadas”, mujeres de ficción; es decir, aquellas que aparecen en las películas, en la publicidad... y representan un papel. Un ejemplo es la “chica” que anuncia un producto de belleza.
2. Mujeres reales *objeto* de una noticia. Son aquellas de las que se habla, a las que les ha pasado algo digno de ser contado. Por ejemplo, una mujer que ha salvado a una chica de un incendio producido en la casa de ésta.
3. Mujeres reales *sujeto* de la noticia. Aquellas que *hablan* (opinan) o a las que se acude en calidad de experta o profesional. Por ejemplo, la Ministra de Sanidad explicando cómo afrontar una enfermedad contagiosa.
4. Mujeres que consumen la noticia. Aquellas que ven determinados programas.
5. Mujeres que trabajan en los medios: desde el nivel más básico hasta las que forman parte de equipos directivos. Por ejemplo, desde una presentadora de un informativo diario televisado a la directora de dicho informativo.
6. Mujeres que estudian las noticias sobre mujeres que *crean* los propios medios y/o que estudian a las mujeres que trabajan en los medios. (La que firma este trabajo es una investigadora sobre mujeres que trabajan en los medios).

En este bloque vamos a destacar, concretamente, a mujeres que trabajan en los medios de comunicación y que tienen un puesto de responsabilidad. Vamos a describir su formación académica, a qué se dedican, dónde trabajan y vamos a destacar sus méritos como persona y como profesional: méritos que tienen que ver no sólo con la formación adquirida sino con cómo hacen uso de esa formación: con sus ideas, con sus intereses, con su forma de trabajar.

De todas maneras, antes quisiéramos hacer un pequeño repaso cuantitativo de cuál es la situación laboral de las mujeres que se encuentran trabajando en diferentes medios de comunicación en nuestra Comunidad.

1.1. De la realidad al deseo

1.1.1. La realidad

Para trabajar en un medio de comunicación: prensa escrita u on–line, radio, televisión... o en la publicidad, hay que disponer de una titulación universitaria. En la actualidad, y en Andalucía, se puede estudiar en dos facultades: En la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla (que se crea en 1989) y en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga (que se crea en 1992). En ambas existen tres titulaciones: Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual. También se puede estudiar la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas en Cádiz y Comunicación Audiovisual en Granada. A partir del 2010, desaparecerán las licenciaturas que se convertirán en Grado (de Periodismo, de Publicidad y Relaciones Públicas y en Comunicación Audiovisual). Después del Grado se tendrá acceso a una especialización a través de los masters universitarios.

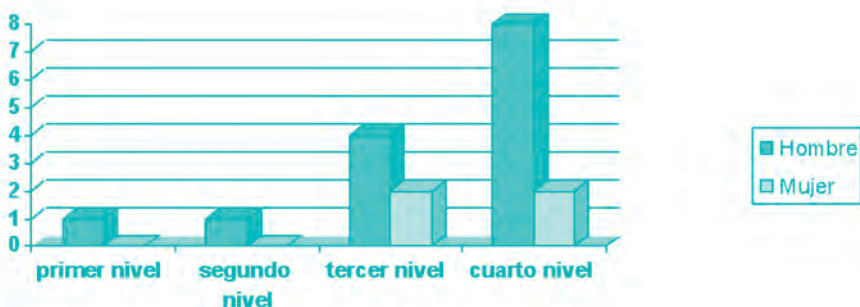
Un estudio reciente elaborado por M^a Teresa Vera (2009) subraya lo que ya se ha venido detectando hace algún tiempo: que las licenciadas en Periodismo son más que los licenciados. Por ejemplo, en el curso 2000/01, el 66,12% de personas licenciadas son, precisamente, chicas. Y en la licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas se llega a superar el 70%. Esos datos siguen siendo muy parecidos en la actualidad.

¿Y qué pasa cuando se incorporan al mercado laboral? Mejor dicho, ¿qué ocurre después de llevar un tiempo en el mercado de trabajo? ¿Dónde están las mujeres: en la base o en la cúspide de la pirámide? Es decir, después de llevar un periodo largo trabajando, ¿logran ascender?; ¿pasan a ser jefas? Repasemos los equipos directivos de periódicos andaluces líderes en su provincia, de las cadenas de radios más escuchadas en nuestra comunidad y los equipos directivos de la televisión pública andaluza.

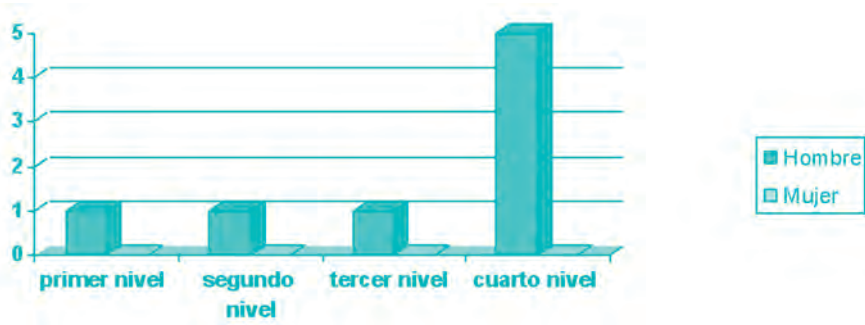
a) La prensa diaria

Seguindo el último informe (abril de 2009) del Estudio General de Medios (EGM), los periódicos más leídos en Andalucía son los siguientes: *El Sur* de Málaga, *El Ideal* de Granada, *El Diario de Cádiz*, el *ABC* de Sevilla, el *Córdoba*. Vamos a ir analizando, a través de los siguientes gráficos, en qué proporción hombres y mujeres ocupan los puestos de responsabilidad.

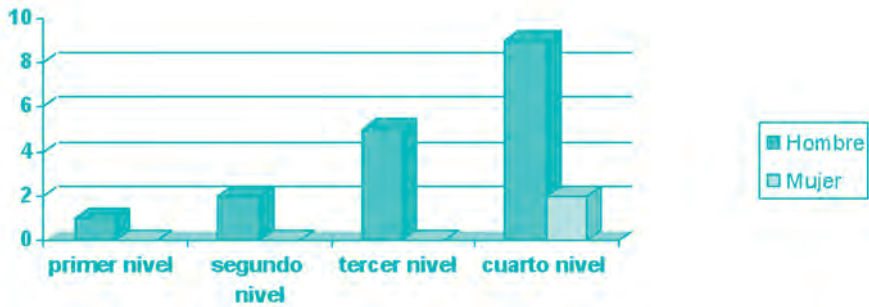
Sur



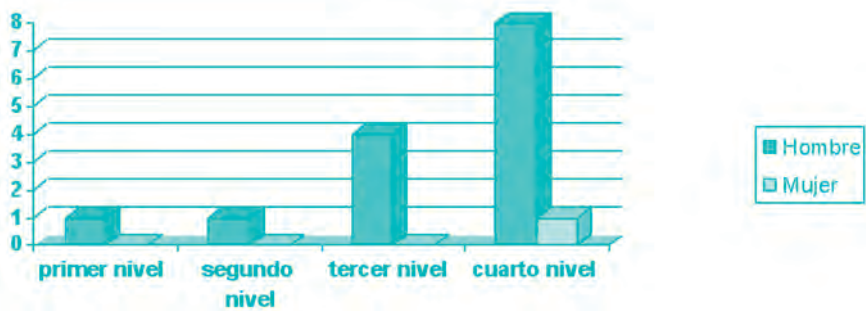
El Ideal



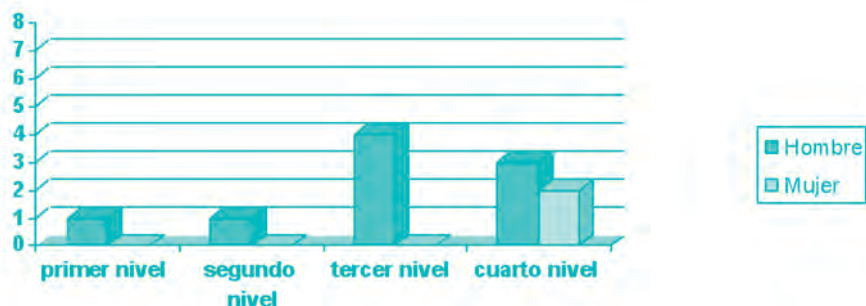
Diario de Cádiz



ABC



Córdoba



Por tanto, el porcentaje de hombres que ocupan un puesto de dirección en los diarios andaluces podemos decir que es del 88,46% frente al de mujeres que es del 11,54%. Y éstas están, como mucho, ocupando puestos de tercer o cuarto nivel de responsabilidad.

b) Las cadenas de radio

Siguiendo el informe elaborado por el Consejo Audiovisual de Andalucía en 2009 (el barómetro audiovisual de Andalucía), las cadenas de radio más escuchadas en Andalucía son, por este orden, *La Ser*, *Onda CERO* y *Canal Sur Radio*. Seguidamente vamos a describir la parrilla de cada una de ellas y quiénes dirigen los programas.

– La Ser

Nombre del programa	Persona que lo dirige
Hoy por hoy	Carles Francino
La ventana	Gemma Nierga
El larguero	José R. de la Morena
Hablar por hablar	Mercedes Berlín
Hora 25	Angels Barceló
A vivir que son dos día	Montserrat Domínguez
Carrusel deportivo	Paco González
Milenio 3	Iker Jiménez
% de hombres	50
% de mujeres	50



– Onda CERO

Nombre del programa	Persona que lo dirige
Herrera en la Onda	Carlos Herrera
Julia en la Onda	Julia Otero
La brújula	Carlos Alsina
Al primer toque	Ángel Rodríguez
La parroquia del monaguillo	Sergio Fernández
No son horas	José L. Salas
Te doy mi palabra	Isabel Gemio
Gente viajera	Esther Erios
En buenas manos	Bartolomé Beltrán
Radioestadio	Javier Ares
La rosa de los vientos	Juan A. Cebrián
La fosforera	Rocío Santos
% de hombres	66
% de mujeres	33

– El caso de Canal Sur

El *staff* directivo de la radiotelevisión pública andaluza (Grupo RTVA) es el siguiente:

	Hombre	Mujer
Dirección General de la RTVA	x	
Gerencia	x	
Dirección de Canal Sur Radio	x	
Dirección Comercial	x	
Dirección de Gabinete	x	
Dirección de Antena	x	
Dirección de Informativos		x
% de hombres	85,7	
% de mujeres	14,3	

Fuente: <http://www.canalsur.es/estructura>



– Canal Sur Radio

Por su parte, *Canal Sur Radio* tiene, además del Director (Joaquín Durán), tres Jefas de Área (Ara-celi Limón, Pilar Pastrana e Inés Alba). En ese sentido, hablamos de un 75% de presencia femenina en alta dirección y, por tanto, se rompe la tendencia desigual que impera en los anteriores campos. Lo que pasa es que cuando entramos a valorar la dirección de programas, ya no existe esa paridad.

Nombre del programa	Persona que lo dirige
El llamador	Fran López
El público	Jesús Vigorra
La noche más hermosa	Luis Baras
Memoria flamenca	Manuel Curao
Palabras para la vida	Rafael J. Pérez
Por tu salud	Enrique J. Moreno
La calle de enmedio	Cuatro presentadores (dos chicos y dos chicas)
Habla con Rafa	Rafael Cremades
La música de Tom	Tom Martín Benítez
Hora Sur	Cuatro presentadores (dos chicas y dos chicos)
La jugada	Javier Pardo
La mirilla	Miguel A. Fernández
La hora de Andalucía	Tom Martín Benítez
Hable con Olga	Olga Bertomeu
% de hombres	88
% de mujeres	12

Fuente: <http://www.canalsur.es>

Así pues, el porcentaje de hombres que ocupan un puesto de dirección en las radios más escuchadas en Andalucía es del 69,5% frente al de mujeres que es el 30,5%.

c) La televisión (*Canal Sur*)

		Hombre	Mujer		
Informativos	Dirección		1		
	Subdirección	1			
	Dirección territorial	6	4		
	Dirección de producción		1		
	Coordinación de producción	1			
	Coordinación de producción de inf. no diarios		1		
	Dirección de antena	Dirección	1		
Dirección de gestión de producción		1			
Jefatura de producción ejecutiva		1			
Jefatura de producción y explotación			1		
Dirección de programas		1			
Jefatura de marketing			1		
Dirección de programación y emisión		1			
Jefatura de programación de Canal Sur 2		1			
Jefatura de producción ajena		1			
		15	62,5%	9	37,5%

Fuente: <http://www.canalsur.es>

Todos estos fríos datos vienen a respaldar la tesis inicial implícita: la realidad es que todavía son pocas las mujeres que están en puestos de decisión dentro de los medios de comunicación aunque existan muchas mujeres licenciadas y con una buena trayectoria profesional. Y la pregunta que surge inmediatamente es ¿por qué ocurre esto?

1.1.2. El deseo (justo)

Estamos convencidas de que no hay que hablar de deseo sino de justicia. En cualquier caso, parece que existen unas barreras que impiden que las mujeres estén en mayor medida en puestos directivos. Sin embargo, las nuevas leyes españolas que regulan el mundo laboral protegen explícitamente contra la discriminación de las personas trabajadoras por su género, origen racial o étnico, por su discapacidad, por su orientación sexual o por sus convicciones religiosas.

Recordemos que esa protección contra la discriminación en nuestro país comienza con la propia redacción de la Constitución. Y en lo referente a la protección contra la discriminación de las mujeres

en el mundo laboral se materializa ya en 1983, tras la creación del Instituto de la Mujer. Posteriormente se elaboran lo denominados *planes de igualdad de oportunidades* (siendo el primero durante el bienio 1988-1990). Los organismos autonómicos actúan y se suman, en 1989, al compromiso de garantía de igualdad de género. Todo ello culmina con la aprobación de Ley la Orgánica de Igualdad entre hombres y mujeres en 2007. Pero a pesar de los argumentos legales, el caso es que las mujeres no están de manera *paritaria* (y justa) en altos puestos de dirección aunque muchas veces en las bases de la pirámide laboral hay más trabajadoras. Pues bien, en la década de los ochenta (del siglo pasado) se acuña un término muy interesante: “techo de cristal”. Y es una alusión metafórica a esas 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. Así que si bien la mujer puede llegar con relativa facilidad a ocupar cargos intermedios, acceder a los puestos de alta dirección se convierte en algo más que difícil. Hablamos, entonces, de la discriminación vertical; es decir, la posibilidad de que una mujer ocupe un puesto de dirección disminuye conforme aumenta el grado de responsabilidad.

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. Las creencias existentes sobre la capacidad de liderazgo de las mujeres o su falta de ambición han sido determinantes barreras para su promoción (Shein y Müller, 1992).

Junto al concepto antes mencionado aparece, a finales de los años noventa del siglo pasado, el concepto “techo de cemento” para nombrar esas normas autoimpuestas por las propias mujeres que las 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).

Algunos trabajos de investigación (Chinchilla, Poelmans y León, 2005) concluyen que el criterio que más condiciona a una mujer directiva es el equilibrio entre la vida personal/familiar y profesional: a las mujeres las determina su propia familia. El 68% de estas mujeres consideran muy importante poder conseguir equilibrar las cuestiones familiares y las profesionales antes de decidirse a promocionar. Entendemos que el *techo de cemento* es un “efecto secundario” de uno de los estereotipos **prejuiciosos** que recaen sobre las mujeres: *porque pueden salir al mundo público (tener un trabajo remunerado) siempre que no abandonen el mundo privado, que es el suyo, el que les corresponde naturalmente* (Loscertales y Núñez, 2002). Algunas mujeres 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.

La verdad es que el *techo de cristal* en el mundo de la comunicación existe. Y el deseo es que desaparezca cuanto antes porque es lo justo pero, además, es beneficioso. También a las propias empresas les debería interesar. Son muchos los informes y estudios que relacionan el porcentaje de mujeres en puestos directivos con la rentabilidad en la empresa, demostrando que las empresas que son más activas en la promoción de mujeres a puestos de responsabilidad obtienen mayor rentabilidad. Esto es, el mantenimiento de esas barreras invisibles dificulta no sólo el desarrollo profesional de las mujeres, sino que perjudica también a las propias organizaciones porque impide el aprovechamiento máximo del potencial laboral que ellas ofrecen.

2. MUJERES DE LAS QUE APRENDER

2.1. Perfil de conjunto

Hemos elegido a mujeres que están desempeñando puestos directivos en el ámbito profesional de los medios de comunicación: no sólo trabajan en la prensa, en la radio o en la televisión, también ocupan puestos en otros sectores, como lo es una agencia de noticias, o como representante de todos y todas las profesionales de la prensa escrita (a través de una Asociación Profesional). Todas están, por tanto, en puestos de decisión, ejerciéndolos 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. Ellas no han tenido muchos modelos a los que seguir y, por ese motivo, se han convertido en referentes para otras mujeres. Sin duda en este sector profesional existen otras mujeres a las que podemos considerar *rompedoras* por su trayectoria; pero es evidente que las que a continuación presentamos merecen un reconocimiento público. Nos hemos encontrado mujeres responsables, valientes, tremendamente trabajadoras pero también divertidas. De tal manera que conjugan muy bien su inteligencia racional con la emocional. Nos referimos (por orden alfabético) a las siguientes:

ENTREVISTADAS	ABRIENDO CAMINOS
<p>Lola Álvarez Morales Licenciada en Historia y en Periodismo Magister en Economía y Dirección de Empresas</p>	<p>Directora General de la Agencia EFE. Esta Agencia de Noticias es la 4ª del mundo y la primera de habla española. Tiene a su cargo a más de 3000 personas distribuidas por más de 100 países.</p>
<p>Ana Mª (Nani) Carvajal Llorens Licenciada en Periodismo</p>	<p>Presidenta de la Asociación Sevillana de la Prensa. La primera Presidenta en cien años de Prensa en esta ciudad. Por otra parte, esta asociación es la de mayor número de personas asociadas del territorio andaluz y la segunda del territorio español.</p>
<p>Eulalia (Lalia) González-Santiago Guerrero Licenciada en Periodismo</p>	<p>Directora del diario <i>La Voz</i>; de <i>lavozdigital.com</i> y de la cadena de radio <i>Punto Radio</i>. La única mujer directora de periódico en el territorio andaluz en estos momentos.</p>
<p>Pilar Pastrana Casado Licenciada en Periodismo</p>	<p>Jefa de informativos de Canal Sur Radio. La primera mujer redactora que tuvo <i>Diario 16</i>.</p>
<p>Pilar Vergara Jiménez Licenciada en Periodismo</p>	<p>Directora de Informativos de <i>Canal Sur Televisión</i>. La única mujer en el staff directivo del Grupo Canal Sur.</p>

Podemos seguir hablando de características que comparten. Todas han tenido que renunciar a “cosas” (especialmente a disponer de tiempo libre) y han sabido decir no en más de una ocasión. Comparten, además, el gusto por su profesión y el haber sido muy precoces en su vida laboral porque empezaron a trabajar muy pronto. Prácticamente todas estudiaban y trabajaban a la vez, con el matiz de que sus carreras las hacían fuera de la ciudad de origen y el trabajo no siempre estaba donde estudiaban. Prácticamente todas recuerdan con una emoción muy particular la época de la transición política en nuestro país y cómo la vivieron muy en primera fila: les interesa la política. Son mujeres ilusionadas a pesar de reconocer que tienen un trabajo especialmente estresante. En todo caso están cansadas (por pura lógica si reconocemos que su profesión tiene unos horarios muy abiertos y menos flexibles de lo que necesitarían) pero no están quemadas.

2.2. ¿Con qué obstáculos se han encontrado?

El trabajo periodístico exige emplearse a fondo en busca de la noticia de interés y exige, además de buscarla, saberla contar para que se haga efectivo ese interés, para que llegue a la gente y se remueva su estado de opinión. Exige tensión permanente. En sus casos, deben saber elegir qué contar y cómo, coordinar a sus equipos, asegurar un trabajo de calidad: algo que es común denominador porque son unas profesionales escrupulosas, a las que les gusta el trabajo bien hecho.

Un obstáculo que todas manifiestan es la falta de tiempo. No sólo las que son madres tienen dificultad de encajar su vida privada con la vida profesional. Es una cuestión de *exigencias del guión*, es una cuestión que genera el propio trabajo. Las mujeres profesionales que no son madres (e independientemente de su edad) plantean igualmente estas cuestiones. Como puede esperarse, afirman que no tienen tiempo para dedicarse a sí mismas. A la vez, cuando se dedican algo de tiempo, se sienten culpables. En este sentido, es interesante traer a colación la matización que Vera Balanza (1998) hace sobre el tiempo, diferenciando entre el autónomo (estructurado y organizado por la persona que lo usa) y el heterónomo (estructurado y organizado por otras personas o situaciones). El tiempo de la mujer es más heterónomo que autónomo pues está en función de su propio horario de trabajo, del horario del colegio de sus hijos o hijas, del horario del comercio...Lo cual la obliga a hacer verdaderos malabarismos para encajar el puzzle diario de vivir en familia y trabajar dentro y fuera de casa.

Por eso podemos decir que la gestión del tiempo se convierte en algo de importancia esencial. Ellas afirman que todo está pensado para que sea la propia mujer la que lleve la casa, y si ella no está presente la familia entra en un callejón sin salida. Pero, a la vez, el trabajo está pensado para no tener responsabilidades en la casa: reuniones a horas imposibles, etc. Eso lleva a las mujeres a una situación de estrés muy acusado. Tan importante es la gestión del tiempo, que hay que señalar que en los últimos años la legislación europea está promoviendo una mayor flexibilidad en los horarios de las personas que trabajan (Moreno, 2005). Sin embargo, España es uno de los países donde más horas se pasan en el trabajo, aunque eso no signifique que sea trabajando eficazmente. En nuestro país se invierten 1.798 horas de trabajo persona/año frente a las 1.644 que supone la media europea. Buqueras (2006) asegura que España es el país europeo en el que más reuniones de trabajo se celebran. Su conclusión final es que es un exceso; un malgasto; un derroche de energías; una mala gestión del tiempo.

Específicamente en Andalucía se ha realizado una encuesta durante el período 2003-2004 para estudiar el empleo del tiempo en la población andaluza (Junta de Andalucía, 2007), pudiéndose concluir, entre otras cuestiones, que:

- a) Mujeres y hombres organizan su actividad diaria de manera significativamente distinta.

- b) En un día promedio, las mujeres andaluzas dedican 2 horas y 13 minutos menos que el hombre al trabajo remunerado. Sin embargo, dedican 3 horas y 22 minutos más que ellos a las tareas del hogar y la familia. La consecuencia es clara: los hombres disponen de más de 1 hora al día para dedicarla a sus aficiones (deporte, estudio, etc.).

Izquierdo (1988) señala que el tiempo tiene una dimensión simbólica, no medible, que dirige los proyectos vitales de las mujeres. El tiempo para las mujeres se caracteriza por su heterogeneidad y por su diversidad (“eso de que las mujeres puedan hacer dos o más cosas a la vez, que a veces sirve incluso de risa”). Es continuo porque se va sucediendo en secuencias repetidas de horas, días, semanas... No se diferencian claramente entre días laborables y festivos, entre tiempo familiar y profesional (que se le vuelve en contra como causa de muchos prejuicios laborales contra las mujeres), y se suele organizar en función de otras personas. Es una mirada muy equiparable a la que tiene Torns (2001) quien habla de dicotomía frente a sincronía. Dicotomía tiempo de trabajo/tiempo de ocio y descanso del hombre frente a la sincronía temporal que suele marcar la actividad de las mujeres. Precisamente en la vida de las mujeres se produce un continuo de tiempo donde no hay separación entre tareas: trabajo productivo, trabajo reproductivo, cuidado del bienestar de otras personas... no quedando posibilidad de invertir adecuadamente el tiempo en ocio y descanso. La consecuencia es previsible: no sólo se produce cansancio sino que se ayuda a perpetuar el techo de cristal y a alimentar el techo de cemento.

USOS DE TIEMPO	
Hombres	Mujeres
Homogéneo	Heterogéneo (diverso)
Discontinuo	Continuo
Dicotómico	Sincrónico
Autónomo	Heterónimo
No le importa el uso extensivo	Prefiere el uso intensivo

Ahora bien, estas directivas a pesar del nivel de agotamiento por las restricciones para dedicarse tiempo a sí mismas, llegan a manejar de manera razonable sus relaciones y sus emociones. Ello, sin duda, favorece su rendimiento en el trabajo. No podemos afirmar que la inteligencia emocional esté mejor gestionada por las mujeres; sin embargo, lo que sí hemos encontrado es que saben reconocer sus sentimientos (incluidos los de culpa) y esa sensibilidad las hace fuertes, competentes y maduras.

2.3. Estilos de liderazgo: puntos fuertes y débiles

La situación laboral femenina, en muchas ocasiones precaria y desigual si se compara con la masculina, posiblemente es responsable de que las mujeres se esfuercen con contundencia en demostrar su

valía y su competencia. Por este motivo se convierten en un valor importante para ellas la constancia, la autodisciplina, la fuerza de voluntad, el disponer de una buena imagen de sí mismas (autoconfianza y autoestima razonables), la capacidad de iniciativa, de comunicación o la capacidad para tomar decisiones y asumir riesgos. Estas mujeres suelen sentir la necesidad de tener bajo control todo aquello de lo que son responsables. De todas formas, nos muestran que son capaces de delegar sin que ello deba entenderse como una contradicción. Valoran la importancia del “trato humano” como estilo de gestión de equipo. Por eso, y siguiendo con la misma dinámica, defienden el arte de negociar más que el de vencer. Entienden que la co-participación en la toma de decisiones facilita el conseguir los objetivos empresariales trazados.

Como conclusión final podemos decir que las mujeres que presentamos son trabajadoras, luchadoras, no rehuyen la responsabilidad, defienden el trabajo en equipo, tienen ambición, son exigentes con ellas mismas, están muy bien formadas, se relacionan bien con otras personas y buscan la comunicación de calidad. Hemos aprendido de ellas que el sentido del humor es importante, siendo capaces de distanciarse de los problemas para reflexionar sobre él y valorarlo. Cuestión realmente saludable porque son conocidas las ventajas bio-psico-sociales de su uso. Desde luego, la agilidad mental que presentan y su amor al trabajo que desempeñan las “salva” de estar quemadas (de padecer el síndrome burn-out); les garantiza salud física, mental y social para seguir en la brecha.



Mujeres de las que

aprender

Aprender de otras Mujeres Andaluzas el Camino de la

Igualdad

M^{ra} DOLORES (Lola) ÁLVAREZ MORALES

Comencé a leer, a estudiar, a investigar la historia de las mujeres y fue tremendo descubrir el silencio al que nos había sometido la Historia “oficial”.



Titulación

Licenciada en Periodismo y en Historia. Postgrado en Comunicación en la New York University y Magister en Economía y Dirección de Empresas (MBA).

Profesión:

Directora General de la Agencia EFE. Creó y dirigió el programa de TV “Los Reporteros”, en Canal Sur TV. Ha sido Directora de Proyectos Internacionales de TV para América Latina del Grupo PRISA y Directora General de la Cadena de TV ATB de Bolivia. Las veces que ha cambiado de empresa ha sido para ocupar un puesto directivo.

En lo personal:

Esta sevillana tiene 50 años. No se ha casado. Le gusta conversar, escuchar música, leer y viajar. Ha recibido diferentes premios por su trayectoria profesional. El más reciente: el Premio Meridiana.

Aspiraciones

* *Seguir siendo libre para decir lo que pienso y lo que siento; para decidir qué quiero hacer y con quién.*

Capacidades

Es creativa, valiente, afectuosa, buena comunicadora, coherente, responsable, muy sólidamente formada, sistemática trabajadora, comprometida con la defensa de las mujeres, líder (ella nos dice que no “manda” sino que “coordina talentos”).

Es una profesional seria que aprendió pronto que en el *negocio* de la tele en particular y de los medios en general, *más vale ser bombilla de 100 vatios, alumbrando siempre que un flash cegador de 2000, que se enciende y se apaga en segundos*. Por ese motivo ha cuidado mucho su formación profesional. Ya en el último año de carrera pudo ir becada a Francia, a un Centro de Investigación Audiovisual. Trabajó en TVE, en Madrid. También estuvo en Inglaterra y becada, de nuevo, en Estados Unidos. Al finalizar los estudios de postgrado se fue a trabajar a Italia: nunca le han dado miedo los retos, quizá todo lo contrario, estos la estimulan.

Es una negociadora tenaz que valora el trabajo en equipo. Una excelente gestora que cree en *su gente*. Reconoce que cada vez delega más. Considera, que *cuando tienes un equipo con el que estás codo con codo, tienes que saber manejar muy bien los elementos personales, los elementos afectivos y los motivacionales. Y para eso, sin duda, las mujeres estamos mejor dotadas, y por ende, lo hacemos mejor.*

Progresar en la igualdad es un principio de justicia. Lo expresa con contundencia. *No entendería una sociedad que no fuera igualitaria. Progresar en igualdad es buscar la justicia en las oportunidades que deben encontrarse hombres y mujeres: en el acceso a la educación, al trabajo, etc.*

He tenido jefes hombres buenos, en parcelas. He tenido jefes con una capacidad de gestión admirable, jefes con una honestidad admirable. Pero muy pocos jefes (por no decir casi ninguno) a los que a la capacidad intelectual le sumen cercanía y sensibilidad. Yo creo que, en ese sentido, somos mejores las mujeres directivas, porque tenemos más facetas de liderazgo y las integramos mejor

ANA M^a [Nani] CARVAJAL LLORENS

Ese, el dejar el cargo, es otro error que solemos cometer más a menudo las mujeres que los hombres



Titulación:

Licenciada en Periodismo.

Profesión:

Presidenta de la Asociación Sevillana de la Prensa. La única en 100 años.

Fue número uno en su oposición a un puesto en la televisión pública. En ella ha trabajado, siendo muy joven (1977-79), con 21 años, como Jefa de Informativos y Editora.

Su tiempo también lo reparte con la vida social, siendo la Presidenta de la Asociación María Fulmen, una fundación que apoya a mujeres creadoras y literatas.

En lo personal:

Sevillana casada (con un periodista), con dos hijas y un hijo.

Tiene 52 años y muchos premios concedidos, entre ellos el Nacional de Periodismo y el *Meridiana*.

Le gusta navegar, leer, escribir y estar con amigas y amigos.

Aspiraciones:

Seguir sintiéndome satisfecha con mi trabajo. *Puedo recordar muchas informaciones (de las que ha dado) que me han permitido, si no cambiar el mundo, sí acercarme a mis ideales juveniles. Creo que he ayudado a caberos a recuperar veredas, a trabajadores a no perder su empleo, a políticos hacer autocrítica, a mujeres a luchar por su dignidad.*

Capacidades

Es crítica, mordaz y con capacidad para mantener una mirada distante y divertida ante cuestiones serias, lo cual le ayuda a ser una mujer crítica sin perder “los papeles”. Nos advierte que *en la vida cotidiana la igualdad no es real. En la vida legal sí. A los hombres les falta iniciativa, ganas de colaborar. De machista se vive tan bien... Son pocos todavía los que por sí mismos saben que tienen que quitar la mesa, que hay que lavar ropa, planchar, tender, ordenar el armario, poner las cosas en su sitio, organizar un menú para la semana, comprar, vestir a los niños y un sin fin de actuaciones que no se hacen solas. Algunos creen que con llevar el carrito del supermercado han cumplido.*

Considera que hay una forma femenina de liderar equipos. *Eso es algo que se comprueba en nuestra forma de organizar y emplear el tiempo, por ejemplo. Algunas de las mujeres que hemos podido tener un poco de responsabilidad, sabemos que hemos marcado un tiempo distinto. Intentamos no continuar las reuniones hasta altas horas, cortar a la hora del almuerzo, resolver con menos rodeos y más eficacia.*

Progresar en la igualdad significa revelarse contra el triunfo de la cada vez más sutil y sofisticada filosofía machista; enfrentarse a las imposiciones culturales machistas logradas a base de todo tipo de procedimientos (a veces muy burdos y a veces muy persuasivos).

Hoy creo que no es sano ejercer de “superwoman” y cargar con la casa, la familia, el trabajo, los hijos... y pretender disfrutar de la vida. No creo tampoco que haya que abandonar nada, aunque sí exigir ayuda y colaboración a tu pareja, a tu patrón, a tu presidente del Gobierno.

EULALIA (Lalia) GONZÁLEZ-SANTIAGO GUERRERO

Eso de la doble y triple jornada en el caso del periodismo es especialmente intenso porque trabajas en las fiestas, los domingos... y tienes que hacer encajes de bolillos para ir a las tutorías de los niños.



Titulación:

Licenciada en Periodismo.

Profesión:

Directora del diario *La voz* de Cádiz, el portal <http://www.lavoz.es> y de la cadena *Punto Radio* Cádiz.

Antes fue Redactora Jefe y Subdirectora del *Diario de Cádiz*.

Durante varios años fue la única mujer en su periódico.

En lo personal:

Esta gaditana tiene 50 años. Está casada (con un periodista) y tiene dos hijos y dos hijas.

Recuerda con cariño a la mujer que tenía contratada cuando sus hijos eran pequeños, *fue lo que me salvó*, dice. Le gusta leer (*como una posesa* nos confiesa) y estar con amigos y amigas.

Como directora de *La Voz* ha obtenido ya diversos premios, entre ellos el *Andalucía de Periodismo*, precisamente por su edición digital.

Aspiraciones

* Que su trabajo le siga apasionando y que sus hijos sigan creciendo llenos de valores. *El respaldo de mi familia creo que es lo que a mí me ha llevado para adelante*

Capacidades

* Es una mujer apasionada, comprometida y valiente. Considera que no aceptar la propuesta de ser directora en otro diario y dejar el que había sido “su casa” treinta años hubiera sido como *faltarme al respeto*. Es, a la vez, humilde, cálida, madura, divertida, responsable, una trabajadora incansable y comprometida con su género: *Para mí sí tuvo mucha importancia el género* (al aceptar la dirección) *porque era una forma de decir a otras mujeres que vengan detrás que esto se puede conseguir. Era una forma de romper el muro; una forma de demostrar y demostrarse que las mujeres pueden liderar equipos y hacerlo muy bien.*

* Es consciente de que trabajar en un periódico “quema” a las mujeres porque no hay horarios... *la noticia no tiene hora de cierre*, por eso muchas, especialmente las que tienen hijos, prefieren trabajar en gabinetes de prensa, donde hay horarios claros, puede pedirse asuntos propios, se cuenta con vacaciones que coinciden con las escolares... De todas formas, ella optó, desde los 17 años, por el periódico: *siempre he trabajado, salvo en las bajas maternales y nunca me he permitido ningún relajo, ahora pienso que equivocadamente.*

Progresar en la igualdad significa que a las mujeres se les reconozca el trabajo igual que a los hombres. *Algunas compañeras dicen: pues yo no me he sentido discriminada.... Muchas veces nosotras mismas no somos conscientes.*

En las redacciones las mujeres no son consideradas en pie de igualdad ni muchísimo menos, aunque formalmente sí lo sean. Ni la empresa, ni los compañeros ni las fuentes te tratan con la misma seriedad; no te dan la misma importancia. La vida de las mujeres periodistas es muy “jodida”

PILAR PASTRANA CASADO

Hoy el periodismo es de mujeres aunque no estemos "arriba"



Titulación:

Licenciada en Periodismo.
Ha hecho diferentes cursos de locución.
Tiene realizados los cursos que la habilitan para hacer la Tesis el Doctoral.

Profesión:

Jefa de Informativos de Canal Sur Radio.
En el año 1985 fue la primera redactora que tuvo el periódico *Diario 16* y la única mujer en mucho tiempo. Siempre vinculada a información económica y política (parlamentaria).

En lo personal:

Nació en la provincia de Málaga. No está casada. Tiene 51 años y en su tiempo libre escucha la radio.

Aspiraciones

Tiene proyectos por delante y están vinculados a lo que supone ser siempre un "servicio público" en la información: dar información de calidad, objetiva, que interese a la ciudadanía. También seguir manteniendo una redacción paritaria.

Capacidades:

Es una mujer tan humilde que une sus propuestas de ascenso a la edad: *yo creo que me propusieron ser coordinadora de la redacción por edad, porque había gente más joven*. Sin duda (esos ascensos) también han estado vinculados a su "saber hacer" y a su prudencia (en el sentido más generoso de la palabra) porque da la impresión de que huye de los "protagonismos" personales.

Disfruta con el trabajo "bien hecho" y elaborado en equipo.

Es muy seria trabajando, muy formal. Ella dice que supone que tiene que ver con que *"desde pequeña me lo tuve que ganar muy a pulso"*. Estudió a base de becas, de esfuerzo... eso la ha hecho como es. No tiene problemas de gestionar horarios flexibles para su personal, y eso facilita, también, la conciliación entre lo personal y lo profesional.

Progresar en la igualdad significa que dejemos de hacernos la pregunta de ¿qué es la igualdad entre hombres y mujeres? Habrá igualdad el día que no tengamos que preguntar si es hombre o mujer... quien va a hacer un trabajo, porque eso sea lo de menos.

Todavía son necesarias las políticas de igualdad: Pero, sobre todo, es necesario hacerlas realidad.

PILAR VERGARA

Hombres y mujeres no somos iguales pero debemos tener las mismas oportunidades.



Titulación:

Licenciada en Periodismo.

Profesión:

En la actualidad, Directora de Informativos de Canal Sur TV.

Su trayectoria profesional ha estado especialmente vinculada a Canal Sur, donde ha sido Editora de Informativos, Redactora Jefe y Subdirectora.

En lo personal:

Tiene 48 años. Nació en la provincia de Jaén. Vive en pareja y tiene dos hijos.

Se siente unida a Jerez y en su tiempo de ocio le gusta hacer “cosas” muy normales: *el cine, mis charlas, mis libros, estar con mis hijos...*

Aspiraciones

Su aspiración tiene que ver con el presente, no con el futuro y se resume en lo siguiente: *aspiro a estar feliz en mi trabajo y que mi entorno esté a gusto, esté bien organizado... pueda trabajar bien.*

Capacidades

Comienza confesando con rotundidad que una mujer para que sea líder tiene que tener *el triple de capacidad, el triple de disponibilidad, el triple de “olfato” y el triple de “toreo”... y mirar siempre a medio y a largo plazo.* Ésta síntesis me hace ver en ella su capacidad negociadora y su visión de futuro. Incansable trabajadora sabe que *las carreras de las mujeres suelen ser lentas para llegar a una posición de dirigente, en la que has tenido que demostrar*—de manera permanente— *que has trabajado duro.* Sabe, también, que el respeto hay que ganárselo en los propios equipos a base de trabajar seriamente y de conocer el medio para ir cambiando contenidos e ir alcanzando objetivos, pero hacerlo poco a poco: *lo que interesa es ser lluvia fina, calar... especialmente en el ámbito del equipo con el que trabajas.* Se siente muy apoyada por su pareja, resaltando que *entiende lo que son los códigos de género y que se solidariza conmigo. Reconoce, además, que la propia pareja inocula a los hijos su propia conciencia y en su caso eso la favorece.*

Progresar en la igualdad... poniéndose seria nos dice *que la igualdad es un Derecho Humano. Creo en la igualdad desde que era chiquitilla. Hombres y mujeres no somos iguales pero debemos tener las mismas oportunidades, los mismos derechos, las mismas obligaciones*

Para luchar en un mundo de hombres, con roles y modelos de hombres, tienes que encajar muchos “ninguneos” y hacerte ver y subrayar la injusticia de esos “ninguneos”